

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---

---

**PELAKSANAAN TUGAS DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN  
OLAHRAGA DALAM PROMOSI MAKANAN SAGU DI  
SELATPANJANG KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Pemerintahan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
Perpustakaan Universitas Islam Riau

**RENO ARIYADI**  
**NPM : 147310319**

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN  
PEKANBARU  
2021**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

---

**PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING**

Nama : Reno Ariyadi  
NPM : 147310319  
Program Studi : Ilmu Pemerintahan  
Jenjang Pendidikan : Srata Satu (S1)  
Judul Skripsi : Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti

Format sistematika dan pembahasan masing-masing materi dalam naskah usulan penelitian ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak untuk di seminarikan.

Pekanbaru, 06 Juli 2021

Pembimbing

Turut Menyetujui  
Program Studi Ilmu Pemerintahan  
Ketua

**Dr. Ranggi Ade Febrian, S.IP., M.Si**

**Syaprianto, S.Sos., M.IP,**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

Nama : Reno Ariyadi  
NPM : 147310319  
Program Studi : Ilmu Pemerintahan  
Jenjang Pendidikan : Srata Satu (S1)  
Judul Skripsi : Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relative telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 06 Juli 2021

Ketua

Sekretaris

**Syaprianto, S.Sos., M.IP,**

**Sylvina Rusadi, S., Sos M, Si**

Mengetahui  
Wakil Dekan I Bidang Akademik

Anggota

**Indra Syafri, S., Sos M, Si**

**Nina Yuslimi, S., Sos M, Si**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

---

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Reno Ariyadi  
NPM : 147310319  
Program Studi : Ilmu Pemerintahan  
Jenjang Pendidikan : Srata Satu (S1)  
Judul Skripsi : Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa Bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim penguji dan nilai telah memenuhi persyaratan administrasi dan akademis, Oleh karena itu dapat dipisahkan sebagai karya ilmiah.

Pekanbaru, 06 Juli 2021

Ketua

Sekretaris

**Syaprianto, S.Sos., M.IP,**

**Sylvina Rusadi, S., Sos M, Si**

Mengetahui  
Wakil Dekan I Bidang Akademik

Turut Menyetujui  
Ketua Program Studi,

**Indra Syafri, S., Sos M, Si**

**Dr. Rangi Ade Febrian, S.IP., M.Si**

## KATA PENGANTAR

AssalamualaikumWr.Wb.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, penulis merasa sangat bersyukur atas petunjuk dan penerangan yang telah diberikan Allah SWT, sehingga penulis dapat penyelesaian Skripsi ini yang penulis berjudul :“**Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.**”.Salam shalawat beriring salam penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suritaula dan pengajaran, sehingga terbukalah berbagai hikmah ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi umat manusia hingga akhir zaman.

Dalam Penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat yang harus penulis tempuh dalam meraih gelar kesarjanaan pada jurusan Ilmu Pemerintahan program studi Ilmu Pemerintahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, dimana penulis menekuni ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan penulis tentang ilmu-ilmu social dan ilmu politik.

Pada kesempatan yang baik ini, tak lupa penulis menyampaikan terimakasih yang setulus-tulusnya baik secara langsung maupun tidak langsung atas segala dukungan, bantuan, bimbingan, pengarahan, nasehat, dan pemikiran dari berbagai pihak selama proses studi dan juga selama proses penyusunan Skripsi ini .

Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH. selaku Rektor Universitas Islam Riau bersama Dekan Fisipol Bapak Dr. Syahrul Akmal Latief, M.Si selaku Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang Beliau pimpin.

2. Bapak Ranggi Ade Febrian, S.IP., M.Si, selaku Prodi Ilmu Pemerintahan dan jajaran Dosen pada jurusan Ilmu Pemerintahan yang telah memfasilitasi serta membagi ilmu pengetahuan sehingga telah memperluas wawasan dan sangat membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Syaprianto, S,Sos.,M.IP, sebagai pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberi arahan serta masukan kepada penulis selama proses bimbingan berlangsung.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang mana telah mendidik dan memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga Ayahanda Poniran dan Ibunda tersayang Sri lestari yang telah berjasa bersusah payah membesarkan, membina, menyekolahkan dan memberikan perhatian yang sangat besar kepada penulis . Serta Abang, Kakak, dan Adik yang selalu mendukung setiap langkah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Naskah skripsi ini penulis sadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini untuk kesempurnaan skripsi penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu

yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta bagi Nusa dan Bangsa.

Wabillahit Taufik walhidaayah, wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, 06 Juli 2021

Penulis

Reno Ariyadi



## SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian Skripsi yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Reno Ariyadi  
NPM : 147310319  
Program Studi : Ilmu Pemerintahan  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)  
Judul Skripsi : “Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.”

Atas naskah yang di daftar kan pada ujian konferehensif ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa, naskah Usulan Skripsi adalah benar hasil karya saya sendiri yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak mana pun juga.

Pekanbaru, 06 Juli 2021

Pelaku Pernyataan

Reno Ariyadi



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PERSETUJUAN HASIL SKRIPSI</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. LatarBelakang .....	1
B. RumusanMasalah .....	9
C. Tujuan danPenelitian.....	9
D. ManfaatPenelitian .....	10
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR</b> .....	11
A. Studi Kepustakaan.....	11
B. Kerangka pikir.....	34
C. Penelitian Terdahulu .....	35
D. Konsep Operasional .....	36
E. Operasional Variabel.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	39
A. Tipe Penelitian .....	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Informasi Penelitian .....	39
D. Jenis Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Jadwal Kegiatan Penelitian .....	42
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	44
A. Sejarah Kota Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.....	44
B. Gambaran Umum Dinas Pariwisata pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti .....	55
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	76
A. Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam promosi Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.....	77

B. Hambatan Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam promosi Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.....	94
--	----

<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>95</b>
---	-----------

A. Kesimpulan .....	95
B. Saran.....	95

<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>96</b>
---------------------------------	-----------



## DAFTAR TABEL

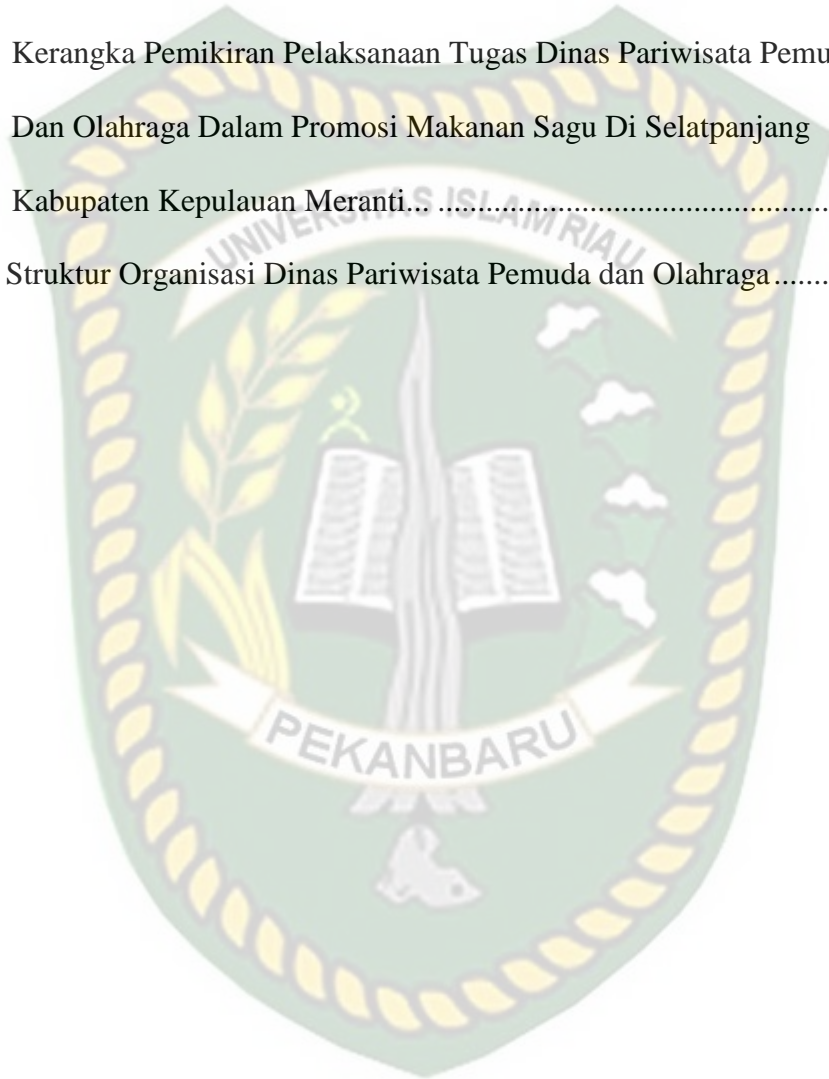
<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
I.I	Event Pariwisata Selat Panjang Kabupaten Kepulauan Meranti.....	8
II. I.	Operasional Variabel Penelitian.....	38
III.I	Jadwal Waktu Penelitian Tahun 2020.....	43
IV.I	Jumlah Penduduk Kecamatan/Desa yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti.....	49
IV.II	Luas Desa/Kelurahan di Kecamatan Tebing Tinggi Tahun 2016.....	50
IV.III	Jumlah Penduduk Kecamatan Tebing Tinggi Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Pada Tahun 2016.....	51
IV.IV	Jumlah Penduduk Kecamatan Tebing Tinggi Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2016.....	52
IV.V	Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Tebing Tinggi Tahun 2016.....	53

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.I Kerangka Pemikiran Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu Di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.....	34
II.II Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga.....	56



## ABSTRAK

### PELAKSANAAN TUGAS DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA DALAM PROMOSI MAKANAN SAGU DI SELATPANJANG KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI

**RENO ARIYADI**  
**147310319**

Promosi adalah cara berkomunikasi oleh perusahaan atau organisasi untuk mendorong atau menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dipasarkan. Tujuannya ini Penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan promosi pangan sagu yang dilakukan oleh pihak terkait pihak di Kabupaten Pulau Meranti dan faktor penghambat dalam pelaksanaan promosi.

Selanjutnya konsep Teori dan indikator digunakan Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk/perusahaan agar mereka mau membeli. Promosi terdiri dari periklanan (*advertising*), pemasaran langsung, (*directmarketing*), penjualan perorangan (*personal sales*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan hubungan masyarakat (*public relations*). Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam pendistribusian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, subjek penelitian adalah Bina Promosi dan Promosi Kerajinan, dan Kerja Sama Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti serta informan tambahan yaitu pengunjung. Itu Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari ini Penelitian ini telah melakukan promosi melalui 5 media yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, pemasaran langsung dan penjualan pribadi tidak. Menghambat Faktor yang dihadapi manajer dalam pelaksanaan promosi melalui lima bauran promosi dalam hal dana properti pasar untuk promosi terbatas, paket dukungan kurang, kurang lokal kesadaran sehingga tidak ada upaya dari masyarakat sekitar untuk mengikuti promosi kuliner ini, dan kualitas sumber daya manusia yang masih perlu ditingkatkan dengan pelatihan promosi.

***Kata kunci: promosi, pangan sagu***

## ABSTRACT

### **IMPLEMENTATION OF DUTIES FOR YOUTH AND SPORT TOURISM DEPARTMENT IN THE PROMOTION OF SAGO FOOD IN SELATPANJANG, MERANTI ISLANDS DISTRICT**

**RENO ARIYADI**

**147310319**

*Promotion is a way of communicating by a company or organization to encourage or attract potential customers to buy the product or service being marketed. The purpose of this research is to determine the implementation of sago food promotion carried out by related parties in Meranti Island Regency and the inhibiting factors in the implementation of the promotion.*

*Furthermore, the concept of theory and indicators is used. According to Kotler and Keller (2016) promotion is a way of communication made by companies to consumers or targeted markets, with the aim of conveying information about the product / company so that they want to buy. Promotion consists of advertising (advertising), direct marketing, (direct marketing), personal sales (personal sales), sales promotion (sales promotion), and public relations (public relations). Promotion is one part of a series of marketing activities for an item. To implement promotion, each company must determine exactly which promotional tools are used in order to achieve success in distribution. This study used a qualitative method with a descriptive approach, the research subjects were the Promotion and Promotion of Crafts, and the Cooperation of the Tourism, Youth and Sports Office of the Meranti Islands Regency and additional informants, namely visitors. The data collection was carried out by interview, observation, and documentation. The results of this research have carried out promotions through 5 media, namely advertising, sales promotion, publicity, direct marketing and no personal selling. Inhibiting the factors faced by managers in implementing promotions through five promotional mixes in terms of market property funds for limited promotion, lack of support packages, lack of local awareness so that there is no effort from the surrounding community to participate in this culinary promotion, and the quality of human resources still needs to be improved with promotional training.*

**Keywords:** *promotion, food sagu*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, bahwa tujuan Negara Indonesia yang tercantum dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Tahun 1945 terdapat pada alenia ke empat:

1. melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia.
2. memajukan kesejahteraan umum
3. mencerdaskan kehidupan bangsa
4. ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Dari penjelasan diatas terlihat salah satu tujuan negara Indonesia adalah memajukan kesejahteraan umum yang mana dimaksud ialah kondisi manusia di mana masyarakat dalam kondisi yang makmur, maka itu pemerintah memiliki fungsi pengaturan, pelayanan, pembangunan serta salah satu fungsi pemerintah adalah pemberdayaan. Rasyid (dalam labolo, 2011: 36).

Untuk mencapai tujuan Negara tersebut maka di susunlah pemerintah secara bertingkat mulai dari pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Desa. Kedudukan pemerintah daerah di atur dalam UUD 1945 pasal 18 ayat (1) sebagaimana dijelaskan bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia di bagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi itu di bagi atas kabupaten dan kota

yang tiap-tiap kabupaten dan kota itu mempunyai pemerintahan daerah yang diatur dalam Undang-Undang. Untuk merealisasikan maksud pasal 18 tersebut maka di tetapkanlah UU NO 32 tahun 2004 yang sekarang diganti dengan UU NO 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah.

Setiap daerah provinsi, daerah kabupaten dan daerah kota mempunyai pemerintahan daerah yang di atur dalam undang-undang. Pemerintah daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi daerah dan tugas pembantuan. Dalam rangka menjalankan pelaksanaan pembangunan, yang telah tercantum di dalam pasal 9 Undang-Undang no 23 tahun 2014 dijelaskan sebagai berikut :

1. Urusan pemerintah terdiri atas urusan pemerintah absolut, urusan pemerintah kongkuren, dan urusan pemerintah umum.
2. Urusan pemerintah absolut sepertimana yang dimaksud pada ayat 1 adalah urusan pemerintahan yang sepenuhnya menjadi kewenangan Pemerintah pusat.
3. Urusan pemerintah kongkuren sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 adalah urusan pemerintahan yang dibagi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah provinsi dan kabupaten/kota.
4. Urusan pemerintah kongkuren yang di serahkan ke daerah menjadi dasar pelaksanaan Otonomi Daerah.
5. Urusan pemerintah umum yang sebagaimana dimaksud pada ayat 1 adalah urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Presiden sebagaimana seorang kepala pemerintahan.



Berdasarkan UU Nomor 23 tahun 2014 klasifikasi urusan pemerintahan terdiri dari 3 urusan yakni urusan pemerintahan absolut, urusan pemerintahan konkuren, dan urusan pemerintahan umum. Urusan pemerintahan absolut adalah Urusan Pemerintahan yang sepenuhnya menjadi kewenangan Pemerintah Pusat. Urusan pemerintahan konkuren adalah Urusan Pemerintahan yang dibagi antara Pemerintah Pusat dan Daerah provinsi dan Daerah kabupaten/kota. Urusan pemerintahan umum adalah Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Presiden sebagai kepala pemerintahan.

Untuk urusan konkuren atau urusan pemerintahan yang dibagi antara Pemerintah Pusat dan Daerah provinsi dan Daerah kabupaten/kota dibagi menjadi urusan pemerintahan wajib dan urusan pemerintahan pilihan. Urusan Pemerintahan Wajib adalah Urusan Pemerintahan yang wajib diselenggarakan oleh semua Daerah. Sedangkan Urusan Pemerintahan Pilihan adalah Urusan Pemerintahan yang wajib diselenggarakan oleh Daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki Daerah.

Urusan pemerintah wajib yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah terbagi menjadi Urusan Pemerintahan yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar dan Urusan Pemerintahan yang tidak berkaitan dengan Pelayanan Dasar.

Dalam mengembangkan industri pariwisata yang dimilikinya, karena Indonesia sangat kaya oleh berbagai macam budaya, kesenian, kuliner, dan sumber daya alam yang sangat indah. Salah satu provinsi di Indonesia yang cukup menarik untuk dikunjungi adalah Provinsi Riau. Karena Riau sangat beragam makanan khas daerahnya masing-masing yang menjadi idola atau keistimewaan

daerah itu setempat dan banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

Sebagai salah satu upaya antisipasi melemahnya perekonomian daerah yang dapat berdampak buruk pada kesejahteraan hidup masyarakat, maka Pemerintah Provinsi Riau serta Pemerintah Kabupaten dan Kota melalui Dinas Pariwisata masing-masing menciptakan kondisi yang baik dalam perkembangan industry pariwisata secara nasional. Perkembangan industri pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berpikir, maupun sifat dan perkembangan pariwisata itu sendiri (R.S Darmadjati, 1995:

Peraturan Bupati Kepulauan Meranti Nomor 42 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Pokok Dan Fungsi, Serta Tata Kerja Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan Urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang di berikan kepada pemerintah Kabupaten Kepulauan Meranti dibidang Pariwisata Pemuda dan Olahraga, dalam melaksanakan tugasnya, Seksi Promosi Pariwisata mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Penyusunan rencana kerja seksi promosi pariwisata
2. perumusan kebijakan teknis promosi pariwisata
3. pelaksanaan promosi makanan dan pengembangan pariwisata
4. penyusunan laporan pelaksanaan kerja seksi

Bentuk-bentuk Promosi – Promosi merupakan kegiatan perusahaan yang saling komunikasi antara produk dan konsumen. Hal yang harus diperhatikan dalam membuat komunikasi terhadap publik, yaitu pesan yang jelas, konsisten, pengaruh kuat terhadap perusahaan dan produk serta mereknya.

Adapun bentuk-bentuk promosi atau komunikasi dengan publik ini yang telah dilakukan oleh dinas pariwisata pemuda dan olahraga, dapat dilakukan dengan cara seperti :

1. *advertising*,
2. *direct marketing*,
3. *ales promotion*,
4. *personal selling*,
5. dan *public relation*.

penjelasan tentang bentuk-bentuk promosi yang bisa diterapkan oleh sebuah perusahaan. Suatu perusahaan juga harus pandai memilih perbedaan antara produk dan jasa yang akan menjadi objek usahanya.

Provinsi riau memiliki peluang perkembangan pariwisata masa depan yang sangat baik. Tidak saja karena terbukanya peluang untuk meraih jumlah wisatawan dunia yang semakin banyak, namun juga disebabkan oleh kekayaan potensi sumber daya yang tersedia, khususnya sumber daya alam dan budaya yang menjadi permintaan pasar wisata dunia.

Karena kekayaan sumber daya alam dan budayanya, kawasan pedesaan memiliki potensi kuat untuk memenuhi permintaan pasar wisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat diandalkan untuk mendorong

pertumbuhan pariwisata di desa tidak hanya akan dapat meningkatkan perekonomian lokal namun juga peningkatan nilai sosial budaya dan pelestarian lingkungan. Salah satu jenis wisata yang sangat sesuai dengan kondisi pedesaan adalah Konsep Desa Wisata.

Salah satunya kuliner yang terkenal di Riau adalah sagu yang menjadi ikon daerah Selat panjang Kabupaten Kepulauan Meranti. Olahan makanan sagu ini beraneka macam yang bisa kita jumpai didaerah tersebut. Makanan adalah produk pangan yang siap hidang atau yang langsung bisa dimakan, makanan biasanya dihasilkan dari bahan pangan yang terlebih dahulu diolah atau dimasak. (Soekarto dalam Sari, Indah Puspita 2015).

Makanan tradisional merupakan salah satu aset budaya bangsa yang perlu dilestarikan, supaya keberadaannya tetap langgeng/tidak punah karena peradaban dan kemajuan teknologi. Usaha yang dapat dilakukan untuk mempertahankan makanan tradisional adalah dengan penggalian jenis-jenis makanan tradisional yang ada, kemudian dilakukan pengembangan dari jenis makanan tersebut agar lebih menarik dan diminati tanpa mengurangi keaslian dari makanan tradisional.

Salah satu daerah yang berpotensi sebagai tujuan wisata kuliner adalah Selat Panjang Kabupaten Kepulauan Meranti. Selat panjang Kabupaten Kepulauan Meranti adalah salah satu kabupaten di provinsi Riau, Indonesia, dengan ibu kotanya adalah Selatpanjang. Kabupaten Kepulauan Meranti terdiri dari Pulau Tebing Tinggi, Pulau Padang, Pulau Merbau, Pulau Rangsang, Pulau Topang, Pulau Manggung, Pulau Panjang, Pulau Jadi, Pulau Setahun, Pulau Tiga, Pulau Baru, Pulau Paning, Pulau Dedap, Pulau Berembang, dan Pulau Burung.

Meranti merupakan kabupaten kepulauan hasil pemekaran Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau, sejak 2009 dengan jumlah penduduk yang saat ini mencapai lebih 250 ribu jiwa. Sagu sebagai tanaman pangan yang dikembangkan Pemerintah Kabupaten Kepulauan Meranti, Riau, terbukti menyedot perhatian nasional karena turut serta mewujudkan misi pemerintah pusat dalam ketahanan pangan.

Awal berdiri hingga saat ini, Meranti konsisten mengembangkan atau membudidayakan sagu sebagai bahan kebutuhan pangan yang mengakar.

Jenis-Jenis makanan khas meranti yang terbuat dari sagu yaitu :

1. Mie sagu
2. Sagu Rendang
3. Lempeng Sagu
4. Mie Laksa
5. Kerupuk Sagu
6. Sempolet dan lain-lain

Malah saat ini sudah banyak turunan makanan yang terbuat dari sagu hingga menjadi makanan khas yang selalu dijadikan oleh-oleh bagi para pendatang Daerah ini yang tergolong baru tentunya akan lebih meningkatkan potensi-potensi yang terdapat dikabupaten itu sendiri, salah satunya dari sektor pariwisata yang dimulai diperhatikan dengan mengadakan acara-acara yang mempertemukan pariwisata, sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Event Pariwisata Selat Panjang Kabupaten Kepulauan Meranti**

No	Nama Event	Lokasi
1	Tahun Baru Imlek	Selatpanjang
2	Pemilihan BujanG Dara	Kabupaten Kepulauan Meranti
3	Bokor Festival	Desa Bokor
4	Festival Lampu Colok	Selatpanjang
5	Tasik Air Putih CUP	Tanjung Samak
6	Mekong CUP	Alai
7	Meranti EXPO	Selatpanjang
8	Meranti Berdendang	Selatpanjang

*Sumber : Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti 2015*

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki event kepariwisataan yang sering diadakan setiap tahun oleh dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti maupun pihak umum yakni Tahun Baru Imlek, Pemilihan Bujang Dara, Bokor Festival, Festival lampu colok, tasik Air Putri Cup, Mekong Cup, Meranti EXPO, Meranti Berdendang.

Selain kegiatan Event diatas yang sering dilakukan di meranti, acara lain juga dilakukan untuk proses mengembangkan daerah Meranti tersebut. Contohnya event 50 Menu Olahan Sagu yang termasuk dalam Rekor MURI dan acara lainnya yang mengutamakan sagu sebagai makanan tradisional. Dan sagu merupakan wisata kuliner khas daerah Meranti itu sendiri.

Inilah keuntungan yang dimiliki oleh Meranti dengan penghasilan sagu terbanyak di Indonesia. Dengan memanfaatkan peluang ini maka potensi yang dapat kita ambil adalah dengan mempromosikan lagi makanan olahan sagu ini

sebagai potensi wisata kuliner yang perlu dikembangkan lagi. Malah saat ini sudah banyak turunan makanan yang terbuat dari sagu hingga menjadi makanan khas yang selalu dijadikan oleh-oleh bagi para pendatang.

Olahan sagu yang dapat dijadikan kuliner sangat beragam dari bahan yang mentah sampai bahan yang sudah matang. Sagu ini dapat dikreasikan berbagai macam makanan. Contohnya dalam event tahunan kemaren sagu dibikin olahan dengan 350 jenis makanan yang menggunakan bahan sagu.

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan tersebut maka dapat di susun beberapa fenomena-fenomena yang terjadi pada dinas pariwisata pemuda dan olahraga dalam promosikan makanan sagu tersebut yaitu:

1. periklanan yang di lakukan oleh pihak Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga, sehingga produk- produk yang akan ditawarkan tidak berjalan dengan baik.
2. pemasaran yang di lakukan oleh oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga, sehingga konsumen atau pembeli tidak terlalu mengenali dengan kualitas produk tersebut.

Dari uraian masalah yang dipaparkan, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu Di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diangkat adalah:

- a. Bagaimana pelaksanaan tugas dinas pariwisata pemuda dan olahraga dalam promosi makanan sagu yang dilakukan di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti?
- b. Apa faktor penghambat Dinas pariwisata pemuda dan olahraga dalam promosi makanan sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan promosi makanan sagu yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat pelaksanaan tugas dinas pariwisata pemuda dan olahraga dalam pelaksanaan promosi makanan sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan akan memberikan manfaat kepada:

1. Bagi penulis dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan dunia pariwisata dan wisata kuliner di daerah Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti. Dengan penelitian ini juga penulis bisa menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.
2. Untuk merancang dan mempermudah pencari kuliner untuk mendapatkan informasi tentang keberagaman kuliner sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.



## BAB II

### STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Studi Kepustakaan

##### 1. Konsep Ilmu Pemerintahan

Ilmu pemerintahan menurut H.A Brasz dalam Syafei (2011:62-63) adalah ilmu yang mempelajari tentang cara bagaimana lembaga pemerintahan umum itu disusun dan di fungsi kan baik secara ke dalam maupun ke luar terhadap warga nya.

Dalam pengertian lain, D.G.A Van Poelje dalam Syafei (2011:62) mendefenisikan ilmu pemerintahan sebagai ilmu yang mengajarkan bagaimana dinas umum di susun dan di pimpin dengan sebaik-baiknya. Dan dalam pengertian yang hampir sama U. Rosenthal dalam Syafie (2005:21) menjelaskan ilmu pemerintahan adalah ilmu yang menggeluti studi tentang pennisjukan cara kerja ke dalam dan ke luar struktur dan proses pemerintahan umum.

Sedangkan Taliziduhu Ndraha dalam Syafei (2011:63) mendefenisikan ilmu pemerintahan yaitu ilmu yang mempelajari bagaimana memenuhi dan melindungi kebutuhan dan tuntunantiap orang akan jasa publik dan layanan sipil dalam hubungan pemerintahan sehingga dapat di terima pada saat di butuhkan oleh orang yang besangkutan. menurut syafei (2011:66) ilmu pemerintahan adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara melaksanakan koordinasidan kemampuan memimpin bidang legislasi, eksekusi dan yudikasi, dalam hubungan pusat dengan

daerah, antara lembaga serta antar yang memerintah dengan yang di perintah secara baik dan benar dalam berbagai peristiwa dan gejala pemerintahan.

Dengan ungkapan yang ringkas, Borre dan Gold Smith menyatakan bahwa ruang lingkup pemerintahan menunjukkan 2 ( dua ) hal, pertama, batas keluasaan aktifitas pemerintahan ( range of government ) dan kedua, derajat keterikatan pemerintahan dalam aktifitas yang memiliki dampak terhadap kehidupan rakyat sehari-hari ( dalam Hamdan, 2014:16)

Selanjutnya Borre dan Gold Smith mengartikan keluasaan aktifitas pemerintahan sebagai keseluruhan rentang aktifitas pemerintahan, seperti pengeluaran untuk pelayanan, pemungutan pajak kepada penduduk, pengaturan perilaku penduduk, penyediaan pertahanan, perbaikan lingkungan, dan kadang-kadang tidak melakukan apa-apa mengenai persoalan tersebut. Sedangkan dengan istilah derajat keterikatan pemerintahan, Borre dan Gold Smith mengartikan sebagai intensitas dengan mana pemerintahan mencapai tujuan dalam pelaksanaan suatu aktifitas tertentu ( dalam Hamdi, 2014:16 )

Menurut Musanef dalam Syafei ( 2004:34 ) ilmu pemerintahan juga dapat di definisikan sebagai berikut :

- a. Suatu ilmu yang dapat menguasai dan memimpin serta menyelidiki unsur-unsur dinas, berhubungan dengan keserasian kedalam dan hubungan antar dinas-dinas itu dengan masyarakat yang kepentingan di wakili oleh dinas tersebut,

- b. Suatu ilmu yang menyelidiki bagaimana mencari orang yang terbaik dari setiap dinas umum sebagai suatu kebulatan yang menyelidiki secara sistematis problematika kedalam dan keluar, atau
- c. Suatu ilmu yang menyelidiki bagaimana sebaiknya hubungan antara pemerintah dan yang di perintah dapat di atur sedemikian rupa sehingga dapat dihindari timbulnya pertentangan-pertentangan antara pihak yang 1 ( satu ) dengan pihak yang lain dan mengusahakan agar dapat keserasian pendapat serta daya tindak yang efektif dan efisien dalam pemerintahan, atau
- d. Ilmu yang diterapkan dan mengadakan penyelidikan dinas umum dalam artian seluas-luasnya baik terhadap susunan maupun organisasi alat yang menyelenggarakan tugas penguasa sehingga di peroleh metode-metode bekerja yang setepat-tepatnya untuk mencapai tujuan bangsa dan negara.

## 2. Konsep pemerintahan

Secara etimologi, pemerintahan berasal dari bahasa Yunani “kubernan” atau nahkoda kapal artinya, menetapkan kedepan lalu “memerintah” berarti melihat kedepan, menentukan berbagai kebijakan yang akan diselenggarakan untuk mencapaitujuan negara maupun tujuan masyarakatpada masa yang akan datang, dan mempersiapkan langkah-langkah kebijakan untuk menyongsong perkembangan masyarakat, serta mengelola dan mengarahkan masyarakat ketujuan yang di tetapkan ( supriyanto (2009:21) ).

Dalam bahasa inggris, pemerintahan disebut government ( latin gubernace, artinya steer, mengemudikan atau mengendalikan ) dalam Ndraha (2010:7).

Sedangkan dalam bahasa Indonesia pemerintahan berasal dari kata “perintah” mengandung arti yaitu menyeruh atau memerintah seseorang atau kelompok orang untuk melakukan perintah atau apa yang di perintah atau di suruh. Artinya yang memerintah memiliki kekuasaan menyeruh kegiatan yang bersifat perintah. Sedangkan yang di perintah berkewajiban untuk melaksanakan perintah. Namun, setelah di tambah awalan “pe” menjadi “pemerintah” dapat di artikan badan, lembaga, institusi yang melakukan kegiatan untuk memerintah. (supriyatno, 2009:21).

Sementara itu, dalam Awang dan Mendra wijaya (2012:6) istilah pemerintah dan pemerintahan mengandung perbedaan arti. Pemerintahan menyangkut tugas dan kewenangan tersebut. Yang di maksud dengan tugas adalah segala kegiatan yang di lakukan kan untuk mencapai tujuan dan bersifat statis, sedangkan tugas-tugas bersifat diamis. Seseorang untuk melaksanakan tugas.

Pemerintah adalah organ yang berwenang memproses pelayanan publik dan berkewajiban memproses pelayanan civil bagi setiap orang yang melakukan hubungan pemerintahan, setiap anggota masyarakat yang bersangkutan menerimanya pada saat di perlukan, sesuai dengan tuntunan atau harapan yang di perintah. Dalam hubungan ini, bahkan warga negara asing atau siapa saja yang pada suatu saat berada secara sah (legal) di wilayah Indonesia, berhak menerima layanan civil tertentu, dan pemerintah wajib melayaninya.

Ndraha (2003:150) menyatakan, “pemerintahan dulu sekedar menunjukan struktur kekuasaan, hanya menunjukan unsur kepala, staf dan unsur pelaksana pemerintahan ( pelayanan dan pemberdayaan ). Organisasi pemerintahan

berparadigma baru harus bisa menunjukkan semua pihak yang berkepentingan dengan pemerintahan, khususnya pihak pemerintah dengan yang di perintah, pihak melayani dan dilayani, hal tersebut lebih penting dalam membuat standar pelayanan “. dengan konsep yang ditawarkan beliau dalam pemerintahan baru ada 9 ( sembilan ) sasaran pengembangan pemikiran yang di rumuskan ( Ndraha, 2003:30):

1. Yang di perintah sebagai suatu fakta sosial
2. Kebutuhan tuntunan yang di perintah : jasa publik dan layanan sipil
3. Pemerintah sebagai proses perubahan
4. Pemerintah sebagai lembaga sosial
5. Hubungan antar pemerintah dan yang diperintah adalah hubungan pemerintahan
6. Wewenang, kewajiban dan memikul tanggung jawab pemerintah
7. Bagaimana pemerintah di pandang mampu menggunakan wewenang, kewajiban memikul tanggung jawab
8. Bagaimana menjalankan pemerintahan
9. Bagaimana upaya kinerja pemerintahan sesuai dengan aspirasi dan harapan masyarakat.

Menurut U Rosental dalam Syafii'e (2009:21) mengatakan pemerintahan adalah ilmu yang mengguluti studi tentang penunjukan cara kerja kedalam dan keluar struktur dan proses pemerintahan umum. Selanjutnya Syafii'e (2007:20) pemerintahan adalah ilmu dan seni, dikatakan seni karena berapa banyak pimpinan pemerintah yang tanpa pendidikan pemerintahan mampu berkiat serta

berkharismatik menjalankan noda pemerintahan, sedangkan dikatakan ilmu pemerintahan adalah karna memenuhi syarat yaitu dapat di pelajari dan di ajarkan memiliki objek, baik itu objek formal.

Namun, menurut Apeldoree dalam Supriyatno (2009:22-23) “pemerintahan” sekurang-kurangnya memiliki tiga pengertian, seperti yang di catat Utrech sebagai berikut:

- a. Pemerintah sebagai gabungan sebuah badan keegaraan yang berkuasa memerintah dalam arti kata luas, jadi, yang meliputi badan-badan legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Pemerintah dalam pengertian ini disebut penguasa.
  - b. Pemerintah sebagai badan kenegaraan tertinggi yang berkuasa memerintah diwilayah suatu negara. Dalam hal ini Presiden, perdana mentridan lain-lain.
- Pemerintah sebagai organ eksekutif, dalam artian kepala negara bersama-sama dengan menteri-menterinya.

Dari beberapa pengertian tentang konsep pemerintahan yang d kemukakan oleh para ahli di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa pemerintah merupakan lembaga negara yang berfungsi sebagai pemenuhan dan pelindungan kebutuhan dan kepentingan masyarakat yang dilakukan secara berkoordinasi baik secara internal maupun eksternal dengan lembaga lain nya dengan tujuan untuk mencapai segala keinginan dan kepentingan masyarakat yang sudah di rencanakan sebelumnya secara bersama-sama.

### **3. Konsep Kebijakan**

Kebijakan pemerintah sangat terkait dengan masalah-masalah publik atau masalah-masalah pemerintah yang ada pada suatu negara. Kenyataannya

kebijakan telah banyak membantu para pelaksana pada tingkat birokrasi pemerintah maupun para politisi untuk memecahkan masalah-masalah publik. Kebijakan publik dapat dikatakan merupakan suatu bentuk intervensi yang dilakukan oleh pemerintah demi kepentingan kelompok-kelompok yang kurang beruntung dalam masyarakat. Pengertian dari kebijakan dikemukakan oleh Anderson (Wahab, 2005:3) sebagai langkah tindakan yang secara sengaja dilakukan oleh seorang aktor atau sejumlah aktor berkenaan dengan adanya masalah atau persoalan tertentu yang dihadapi. Konsep tersebut membedakan secara tegas antara kebijakan (policy) dan keputusan (decision), yang mengandung arti pemilihan di antara sejumlah alternatif yang tersedia.

Menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) (Wahab, 2005:2), kebijakan diartikan sebagai pedoman untuk bertindak. Pedoman itu boleh jadi amat sederhana atau kompleks, bersifat umum atau khusus, luas atau sempit, kabur atau jelas, longgar atau sempit, bersifat kualitatif atau kuantitatif, publik atau privat. Kebijakan dalam maknanya seperti ini mungkin berupa suatu deklarasi mengenai suatu dasar pedoman bertindak, suatu arah tindakan tertentu.

suatu program mengenai aktivitas-aktivitas tertentu atau suatu rencana. Salah satu pengertian mengenai kebijakan publik diberikan oleh Thomas R. Dye (Santoso: 2009:27) yang mendefinisikannya sebagai *whatever government choose to do or not to do* (pilihan pemerintah untuk bertindak atau tidak bertindak). Dye mengatakan bahwa bila pemerintah memilih untuk melakukan sesuatu harus ada tujuannya dan kebijakan publik itu meliputi semua tindakan pemerintah, jadi bukan semata-mata merupakan pernyataan keinginan pemerintah atau pejabat

pemerintah saja. Pengertian lainnya dikemukakan oleh Harold Laswell dan Abraham Kaplan (Nugroho, 2008:53) yang mendefinisikan kebijakan publik sebagai suatu program yang diproyeksikan dengan tujuan-tujuan tertentu, nilai-nilai tertentu, dan prakti- praktik tertentu (a projected program of goals, values, and practices). Selanjutnya Carl I. Friedrich (Nugroho, 2008:53) mendefinisikannya sebagai serangkaian tindakan yang diusulkan seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu, dengan ancaman dan peluang yang ada. Kebijakan yang diusulkan tersebut ditujukan untuk memanfaatkan potensi sekaligus mengatasi hambatan yang ada dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

#### **4. Kebijakan Publik**

Menurut Winarno (2012:22) kebijakan publik adalah serangkaian instruksi dari para pembuat keputusan kepada pelaksana kebijakan yang menjelaskan tujuan- tujuan dan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Kebijakan bertujuan untuk memecahkan masalah- masalah yang ada di dalam masyarakat. Menurut Nugroho (2003:158) implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Tidak lebih dan tidak kurang. Untuk mengimplementasikan kebijakan publik, maka ada dua pilihan yaitu langsung mengimplementasikan dalam bentuk program- program atau melalui formulasi kebijakan. Selanjutnya Edwards dalam Budi Winarno (2012:177) menyatakan bahwa ada empat faktor krusial dalam Implementasi Kebijakan publik, faktor- faktor atau variabel- variabel tersebut adalah Komunikasi, sumber- sumber/ sumber daya, Tingkah laku/ sikap dan struktur birokrasi.



kebijakan publik sangat luas karena mencakup berbagai bidang dan sektor seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, hukum, dan sebagainya. Disamping itu dilihat dari hirarkirnya kebijakan publik dapat bersifat nasional, regional maupun lokal seperti undangundang, peraturan pemerintah, peraturan presiden, peraturan menteri, peraturan pemerintah daerah/provinsi, keputusan gubernur, peraturan daerah kabupaten/kota, dan keputusan bupati/walikota. Secara terminologi pengertian kebijakan publik (public policy) itu ternyata banyak sekali, tergantung dari sudut mana kita mengartikannya.

Easton memberikan definisi kebijakan publik sebagai the authoritative allocation of values for the whole society atau sebagai pengalokasian nilai-nilai secara paksa kepada seluruh anggota masyarakat. Laswell dan Kaplan juga mengartikan kebijakan publik sebagai a projected program of goal, value, and practice atau sesuatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dalam praktek-praktek yang terarah. Pressman dan Widavsky sebagaimana dikutip Budi Winarno (2002: 17) mendefinisikan kebijakan publik sebagai hipotesis yang mengandung kondisi-kondisi awal dan akibat-akibat yang biasa diramalkan.

Kebijakan publik itu harus dibedakan dengan bentuk-bentuk kebijakan yang lain misalnya kebijakan swasta. Hal ini dipengaruhi oleh keterlibatan faktor-faktor bukan pemerintah. Robert Eyestone sebagaimana dikutip Leo Agustino (2008 : 6) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya”. Banyak pihak beranggapan bahwa definisi tersebut masih terlalu luas untuk dipahami, karena apa yang dimaksud dengan kebijakan publik dapat mencakup banyak hal.

Menurut Nugroho, ada dua karakteristik dari kebijakan publik, yaitu:

1. kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah untuk dipahami, karena maknanya adalah hal-hal yang dikerjakan untuk mencapai tujuan nasional;
2. kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah diukur, karena ukurannya jelas yakni sejauh mana kemajuan pencapaian cita-cita sudah ditempuh.

Menurut Woll sebagaimana dikutip Tangkilisan (2003:2) menyebutkan bahwa kebijakan publik ialah sejumlah aktivitas pemerintah untuk memecahkan masalah di masyarakat, baik secara langsung maupun melalui berbagai lembaga yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Thomas R Dye sebagaimana dikutip Islamy (2009: 19) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “ is whatever government choose to do or not to do” ( apapun yang dipilih pemerintah untuk dilakukan atau untuk tidak dilakukan).

Definisi ini menekankan bahwa kebijakan publik adalah mengenai perwujudan “tindakan” dan bukan merupakan pernyataan keinginan pemerintah atau pejabat publik semata. Di samping itu pilihan pemerintah untuk tidak melakukan sesuatu juga merupakan kebijakan publik karena mempunyai pengaruh (dampak yang sama dengan pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu. Terdapat beberapa ahli yang mendefinisikan kebijakan publik sebagai tindakan yang diambil oleh pemerintah dalam merespon suatu krisis atau masalah publik.

Begitupun dengan Chandler dan Plano sebagaimana dikutip Tangkilisan (2003: 1) yang menyatakan bahwa kebijakan publik adalah pemanfaatan yang strategis terhadap sumberdayasumberdaya yang ada untuk memecahkan masalah-masalah publik atau pemerintah. Selanjutnya dikatakan bahwa kebijakan publik

merupakan suatu bentuk intervensi yang dilakukan secara terus-menerus oleh pemerintah demi kepentingan kelompok yang kurang beruntung dalam masyarakat agar mereka dapat hidup, dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan secara luas.

David Easton sebagaimana dikutip Leo Agustino (2009: 19) memberikan definisi kebijakan publik sebagai “the authoritative allocation of values for the whole society”. Definisi ini menegaskan bahwa hanya pemilik otoritas dalam sistem politik (pemerintah) yang secara sah dapat berbuat sesuatu pada masyarakatnya dan pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu diwujudkan dalam bentuk pengalokasian nilai-nilai.

Hal ini disebabkan karena pemerintah termasuk ke dalam “authorities in a political system” yaitu para penguasa dalam sistem politik yang terlibat dalam urusan sistem politik sehari-hari dan mempunyai tanggungjawab dalam suatu masalah tertentu dimana pada suatu titik mereka diminta untuk mengambil keputusan di kemudian hari kelak diterima serta mengikat sebagian besar anggota masyarakat selama waktu tertentu.

Berdasarkan pendapat berbagai ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik adalah serangkaian tindakan yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah yang berorientasi pada tujuan tertentu guna memecahkan masalah-masalah publik atau demi kepentingan publik. Kebijakan untuk melakukan sesuatu biasanya tertuang dalam ketentuanketentuan atau peraturan perundang-undangan yang dibuat pemerintah sehingga memiliki sifat yang mengikat dan memaksa.

## 5. Konsep Parawisata

Kata wisata (tour) secara harfiah dalam kamus berarti perjalanan dimana si pelaku kembali ke tempat awalnya, perjalanan sirkuler yang dilakukan untuk tujuan bisnis, bersenang-senang, atau pendidikan, dengan mengunjungi berbagai tempat dan biasanya menggunakan jadwal perjalanan yang terencana (Pitana 2005). Menurut Murphy (1985) dalam Pitana (2005), definisi pariwisata mencakup wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lainnya, yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata. Undang-undang (UU) No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan pariwisata sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata yang menjadi sasaran wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Sedangkan objek wisata sendiri mengandung pengertian objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna, objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

## 6. Bauran Pemasaran

Yang dimaksud bauran pemasaran yaitu variabel-variabel dalam kendali perusahaan yang digunakan perusahaan secara bersama-sama untuk memuaskan kelompok sasaran ini.

### 1. Produk (Product)

Dalam bauran pemasaran peranan produk/jasa sangatlah penting diantara faktor harga, iklan, dan distribusi. Tidak peduli seberapa rendah harga produk/jasa yang dijual dipasaran, seberapa menariknya iklan yang dipasang, dan seberapa strategi tempat usaha yang didirikan namun yang dibutuhkan oleh kalangan masyarakat hanya ada atau tidaknya produk/jasa yang sedang dibutuhkan. Perkembangan produk/jasa dilihat dari seperti apa produk/jasa yang akan ditawarkan, matriks persaingan sangat membantu dalam menentukan produk/jasa yang akan ditawarkan. Kombinasi produk/jasa juga dipengaruhi oleh luas dan dalam luas mencakup seberapa banyak merk berbeda yang ditawarkan, sedangkan dalamnya garis produk mengacu pada banyaknya model yang ditawarkan. Semakin banyak menawarkan produk/jasa yang diinginkan oleh orang-orang dipasar sasaran, semakin tinggi kemungkinan mereka akan loyal kepada usaha yang anda miliki.<sup>14</sup> Produk merupakan bagian integral dari bauran pemasaran, sehingga produk sangat berperan penting dalam bauran pemasaran. Sebelum menentukan strategi bauran pemasaran yang lain maka harus ditentukan terlebih dahulu produk apa yang akan dibuat dan dipasarkan. Jadi produk itu merupakan sesuatu yang dibuat dan dijual oleh suatu perusahaan.

## 2. Harga (Price)

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Perusahaan harus menetapkan harga pada saat pertama kali mereka mengembangkan produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau wilayah geografis baru, dan ketika perusahaan memasukkan penawaran pekerjaan kontrak baru. Perusahaan harus memutuskan dimana perusahaan akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga. Sebagian besar pasar mempunyai tiga sampai lima titik atau kelompok harga. Hotel Marriott ahli dalam mengembangkan berbagai merek untuk berbagai titik harga: Marriott Vacation Club – Vacation Villas (harga tertinggi), Marriott Marquis (harga tinggi), Marriott (harga atas-menengah), Renaissance (harga menengah-atas), Courtyard (harga menengah), Towne Place Suites (harga menengah-ke bawah), dan Fairfield Inn (harga murah). Konsumen sering mengurutkan peringkat merek berdasarkan kelompok harga dalam suatu kategori. Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harganya. Mari kita lihat beberapa rincian pada prosedur enam langkah:

1. memilih tujuan penetapan harga;
2. menentukan permintaan;
3. memperkirakan biaya;

4. menganalisis biaya, harga, dan penawaran pesaing;
  5. memilih metode penetapan harga dan
  6. memilih harga akhir.
3. Distribusi (Place)

Saluran distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi penggunaan atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial. Dalam hal kebijakan distribusi, desain saluran perlu ditetapkan. Mendesain sistem saluran memerlukan analisis kebutuhan layanan konsumen, penetapan sasaran dan kendala-kendala saluran, pengidentifikasian alternatif-alternatif saluran yang utama serta mengevaluasinya. Selanjutnya perlu ditetapkan sasaran dan kendala saluran.

Setelah perusahaan menetapkan sasaran yang hendak dicapai oleh salurannya, selanjutnya ia harus mengidentifikasikan alternatif-alternatif utama salurannya yang berhubungan dengan jenis perantara, jumlah perantara, dan tanggung jawab anggota saluran. Jenis perantara: mencari jenis perantara yang sesuai dengan produk untuk dapat menjual atau mendekatkannya pada konsumen. Jumlah perantara.

perusahaan dapat memutuskan banyaknya pedagang perantara dari tiap tingkat yang menurutnya paling efektif. Tanggung jawab anggota saluran:

produsen dan perantara sepakat mengenai syarat dan tanggung jawab masing-masing anggota saluran mengenai harga, hak wilayah, dan layanan khusus.

Selanjutnya perusahaan harus mengevaluasi masing-masing alternatif berdasarkan kriteria ekonomi, pengendalian, dan adaptif.

Kriteria ekonomi memilih alternatif berdasarkan keuntungan bersih yang dihasilkan setelah mengurangi pendapatan penjualan yang dilakukan oleh saluran dengan semua biaya yang dikeluarkan. Pengendalian: pemilihan saluran yang problem pengendalian menjadi hal yang utama. Adaptif perusahaan dapat menyalurkan produknya ke saluran-saluran itu dalam waktu yang berjangka lama atau berjangka pendek.

Promosi (Promotion) Menurut Swastha dan Irawan (2001:349) Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi hendaknya mencakup siapa, apa, kapan dan dimana penentuan usaha dapat memenuhi semua keinginan orang dan tidak semua perusahaan memiliki dana tak terbatas untuk keperluan promosi, maka itu promosi harus diarahkan ke pasar sasaran.

Perlu diperhatikan, sebaiknya perusahaan berhubungan dengan media sebelum usaha didirikan. Untuk mengkomunikasikan produk perlu disusun suatu strategi yang sering disebut dengan strategi Bauran Promosi (Promotion-Mix) yang terdiri 6 komponen utama, yaitu:

1. Iklan
2. Promosi penjualan
3. Acara dan pengalaman
4. Hubungan masyarakat dan publisitas



5. Pemasaran langsung
6. Penjualan personal.

## **7. Konsep Promosi**

Promosi merupakan suatu kegiatan yang berupaya memberitahu pasar sasaran tentang produk yang tepat. Promosi meliputi penjualan tatap muka (personal selling), penjualan masal (mass selling), dan promosi penjualan (sales promotion). Promosi yaitu kegiatan mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung – ujungnya dibeli atau dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri. Promosi atau komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen –secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Intinya, promosi atau komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian

kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Oleh karena itu promosi dipandang sebagai: arus informasi atau persuasi satu – arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

## **8. Bauran Promosi**

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 120) memberikan definisi sebagai berikut: Perangkat promosi mencakup aktivitas periklanan, Penjualan Perseorangan, promosi penjualan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung dan publikasi. Keterangan variabel promotional mix menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 120) di atas, antara lain:

### **1. Periklanan**

Merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, membujuk konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut dan membedakan diri perusahaan satu dengan perusahaan lain yang mendukung positioning jasa.

### **2. Penjualan Perorangan (Personal Selling)**

Penjualan perseorangan mempunyai peranan penting dalam pemasaran jasa, karena interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen sangat

penting, jasa disediakan oleh orang bukan mesin dan orang merupakan bagian dari produk jasa.

### 3. Promosi Penjualan

Adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

### 4. Hubungan Masyarakat

Merupakan kiat pemasaran lainnya, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

### 5. Pemasaran Langsung

merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi. Pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran promosi merupakan kegiatan yang terdiri dari periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publikasi yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

## 9. Konsep Pemasaran

Menurut Stanton (1997) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli pada umumnya maupun pada pembeli potensial. Kemudian menurut Kotler (1997), pemasaran adalah suatu proses sosial yang memberikan individu-individu dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok.

Tujuan dari pemasaran adalah berorientasi pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, memberikan pengarahan bagi kegiatan-kegiatanpenjualan yang menguntungkan, dan mengkoordinasikan kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Jadi, tujuan pemasaran bukanlah untuk menyediakan barang-barang dan jasa-jasa yang mudah dihasilkan dan kemudian berusaha untuk menjualnya.

Menurut Stanton (1998) bauran pemasaran atau marketing mix adalah kombinasi dari 4 variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Keempat bauran pemasaran tersebut sebagai berikut :

1. Product (produk) adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli, atau dikonsumsi. Produk dapat terdiri dari product variety, quality, design, feature, brand name, packaging, sizes, services, warranties, and returns.
2. Price (harga), yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hal milik produk. Harga meliputi last price, discount, allowance, payment period, credit terms, and retail price.
3. Place (tempat), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain channels, coverage, assortments, locations, inventory, and transport.
4. Promotion (promosi), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Variabel

promosi meliputi antara lain sales promotion, advertising, sales force, public relation, and direct marketing.

Jika harus mendefinisikan pemasaran, kebanyakan orang, termasuk sementara manajer bisnis, mengatakan bahwa pemasaran artinya “penjualan” atau “periklanan.” Benar bahwa keduanya adalah bagian dari pemasaran. Tetapi pemasaran jauh lebih luas dari pada sekadar penjualan dan periklanan. Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan.

Menurut Stanto (1995), Ia mengatakan bahwa pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatankegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial. Jangkauan pemasaran sangat luas, berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang dan jasa sebelum sampai ke tangan konsumen, sehingga ruang lingkup kegiatan yang luas itu akan disederhanakan.

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatankegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa, yang memuaskan kebutuhan kepada pembeli. Menurut Kotler (2005:9) Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran. Pengertian pemasaran yang hampir sama dengan pengertian diatas adalah upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu.

Pemasaran merupakan usaha untuk menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen di pasar. Perencanaan strategi pemasaran artinya mencari peluang-peluang yang menarik dan mengembangkan strategi pemasaran yang menguntungkan. Sedangkan pengertian Strategi Pemasaran adalah merinci pasar sasaran (target market) dan bauran pemasaran yang terkait dengannya. Ini merupakan gambaran umum mengenai apa yang akan dilakukan perusahaan di pasar tertentu. Pasar Sasaran yaitu kelompok pelanggan yang cukup homogen (sama) yang akan dibidik perusahaan. Strategi pemasaran L.L Bean diarahkan pada pelanggan sasaran yang senang menikmati kegiatan luar-ruang (outdoors). Strategi Bean menuntut produk bermutu yang cocok untuk beragam kebutuhan aktifitas luar ruang – apakah itu pakaian atau perlengkapan untuk memancing, berjalan kaki, atau berkemah.

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Definisi tersebut mempunyai konsekuensi bahwa semua kegiatan perusahaan dan pemasaran harus diarahkan pada usaha mengetahui kebutuhan tersebut dengan mendapatkan laba yang layak dalam

jangka panjang. Dalam perusahaan industri misalnya bagian pemasaran memegang peran yang paling penting karena menentukan berhasil tidaknya usaha perusahaan (Basu Swastha dan Irawan, 2002:17-18).

#### **10. Teori Pengambilan Keputusan**

Pengertian Pengambilan Keputusan Keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Model keputusan konsumen merupakan urutan proses yang dijalani oleh tiap individu ketika mengambil keputusan membeli.

Dalam membuat keputusan nasabah yang sebagai pengguna jasa perbankan memilih dari berbagai alternatif yang telah ditawarkan oleh beberapa bank, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Menurut Davis, keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas. Adapun hak untuk mengambil keputusan pada hakikatnya sama dengan hak untuk membuat rencana. Menurut Terry pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua alternatif atau lebih.

Menurut Siagian pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

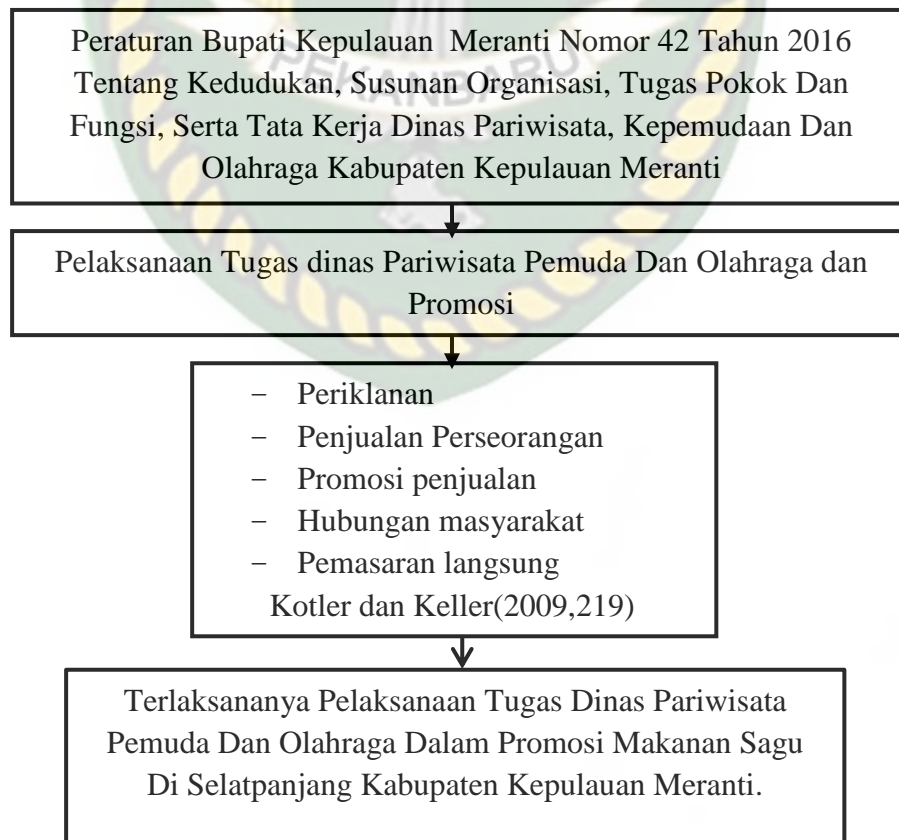
Dari pengertian-pengertian tentang pengambilan keputusan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, keputusan itu diambil dengan sengaja, tidak secara kebetulan, dan tidak boleh sembarangan. Masalahnya terlebih dahulu harus

diketahui dan dirumuskan dengan jelas, sedangkan pemecahannya harus didasarkan pemilihan alternatif terbaik dari alternatif-alternatif yang disajikan.

## B. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran ialah alur penelitian yang biasanya dimulai dari fenomena-fenomena atau teori serta peraturan mengenai permasalahan yang akan diteliti terutama mengenai pelaksanaan tugas dinas pemuda dan olah raga dalam promosi makanan sagu di kabupaten kepulauan meranti, maka untuk menyusun penelitian yang baik di buatlah kerangka pemikiran untuk mempermudah dalam melakukan penelitian yang akan berbentuk seperti gambar alur penelitian yang dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

**Gambar II.I Kerangka Pemikiran Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu Di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.**





## 11. Penelitian Terdahulu

penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sejenis.

**Tabel II.I : Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Penulis	Perbedaan	Persamaan
1	Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali Dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara	Anak Agung Ayu Ambarawati, 153070207, 2011, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi masih menggunakan elemen standar untuk memperluas pengetahuan publik pada budaya Bali	Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.
2	Strategi Promosi Event Organizer Khawani-ka Indonesia Dalam Mempromosikan Acara "reinKLANasi" Bandung Reinviting Love Di Harris Hotel & Convention	Dewi Sartika, 41810053, 2014, Universitas Komputer Indonesia	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh event organizer Khawani-ka Indonesia bisa terbilang sukses karena dilihat dari banyaknya penonton yang membeli tiket konser KLAproject	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan studi deskriptif
3	Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Jawa Barat Melalui Kegiatan Festival LayangLayang Tahun 2009 Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Jawa Barat	Aditya Farissi, 41806099 2010, Universitas Komputer Indonesia	Hasil penelitian menunjukan bahwa, Rencana kegiatan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan sudah ada peningkatan baik dari segi kualitas pelaksana dan jumlah pengunjung,	Tipe penelitian adalah kualitatif, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif

No	1	2	3	4
4	Strategi Komunikasi Pemasaran Disbudpar dalam mempromosikan Kota Surakarta sebagai Kota Budaya & Pariwisata”.	Tari Riyadi mahasiswa Ilmu Komunikasi&Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta 2013	Dari hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan Disbudpar yaitu dengan melakukan branding terhadap kota Solo dari sisi budayanya. Selain itu Disbudpar juga melakukan road show ke kota-kota	Jenis penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif
5	Strategi Dinas Kebudayaan & Pariwisata Banyuwangi untuk Promosi Pariwisata dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran	Muhammad Hilman Fadhlulloh mahasiswa Fakultas Dakwah & Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2014.	Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kab. Banyuwangi menggunakan berbagai kegiatan pemasaran, yakni Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion, Personal Selling & PR. Aktivitas kegiatan pemasaran dilakukan dengan orientasi untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Banyuwangi.	Jenis penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara& observasi

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

### C. Konsep Operasional

Dalam penelitian ini agar tidak menimbulkan pemahaman yang berbeda dalam melakukan analisa , maka pada bagian ini penulis memberikan batasan-batasan terhadap apa yang dimaksud dengan pelaksanaan tugas dinas pariwisata pemuda

dan olahraga dalam Promosi makanan sagu di selatpanjang kabupaten kepulauan meranti. Maka penulis menyederhanakan konsep yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan yang berupaya memberitahu pasar sasaran tentang produk yang tepat.

2. Periklanan

Merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa.

3. Penjualan Perorangan (Personal Selling)

Penjualan perseorangan mempunyai peranan penting dalam pemasaran jasa, interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen.

4. Promosi Penjualan

Adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

5. Hubungan Masyarakat

Merupakan kiat pemasaran lainnya, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.

6. Pemasaran Langsung

merupakan kegiatan yang terdiri dari periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publikasi yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

#### D. Operasional Variabel

Operasional variable penelitian tentang Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti. Dapat dilihat table dibawah ini :

**Tabel II. I. Operasional Variabel Penelitian**

Konsep	Variabel	Indikator	Subindikator
Perangkat promosi mencakup aktivitas periklanan, Penjualan Perseorangan, promosi penjualan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung dan publikasi. Keterangan variabel Bauran promosi menurut Kotler dan Keller(2009,p.219)	Pelaksanaan tugas Dinas Pariwisata Pemuda dan olahraga dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.	1. Periklanan (Advertising)	a. Memberikan informasi. b. Membujuk atau mempengaruhi
		2. Penjualan Perseorangan (Personal Selling)	a. Menawarkan produk kepada konsumen b. Menjelaskan manfaat produk
		3. Promosi Penjualan (SalesPromotion)	a. menaikkan omzet penjualan dan juga keuntungan/laba. b. membangun citra atau <i>branding</i> di mata konsumen sesuai pada apa yang diinginkan.
		4. Hubungan Masyarakat (Public Relations)	a. mengkomunikasikan hasil keuangan dan strategi bisnis b. mendapatkan publisitas untuk produk atau jasa tertentu
		5. Pemasaran Langsung(Direct Marketing)	a. Personal Selling b. Social Media Marketing c. Telemarketing

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Tipe Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif, yaitu menggambarkan suatu keadaan yang benar benar tentang apa yang terdapat pada saat penelitian yang berdasarkan sesuai pengamatan penulis dilapangan dengan cara mengumpulkan beberapa data, mengklarifikasikan dan menganalisa sehingga dapat diperoleh rumusan analisa terhadap permasalahannya yang dihadapi. Dengan demikian maka penelitian ini menggunakan metode kualitatif

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti. Adapun alasan mengapa dipilihnya lokasi penelitian ini karena kantor Dinas Pariwisata pemuda dan olahraga di Kabupaten Kepulauan Meranti karena ada beberapa masalah yang ditemui dalam promosi makanan sagu di selatpanjang kabupaten kepulauan meranti.

#### C. Informan Penelitian

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dari hasil penelitiannya, subjek penelitian menjadi informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Informan adalah seorang atau kelompok orang yang menjadi sumber data dalam penelitian atau orang yang memberikan keterangan kepada peneliti, lebih jelasnya tentang informan tersebut dapat di lihat di bawah ini.

**Tabel III.I Informan Penelitian di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga**

No	Nama	Jabatan	Jumlah
1	Ir,Agung Setiawan,MM	Kadis	1
2	Kardiyantono, SE	Kabid Parawista	1
3	Arifani Sa'adah,SH,MM	Sekretaris	1
4	-	Masyarakat	1

Penarik Informan dalam penelitian ini adalah *Puposive Sampling* selaku *key Information* adalah Kepala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **a. Data Primer**

Menurut Umar (2003:56) data primer merupakan data yang diperoleh langsung dilapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan terhadap pemberi informasi atau data.

##### **b. Data sekunder**

Menurut Sugiono (2005:62) data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku, internet, dan data pendukung lain seperti arsip dan dokumen tertulis lainnya.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

### 1. Observasi

adalah suatu cara untuk mengadakan penelitian dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis. Data-data yang diperoleh dalam observasi itu dicatat dalam suatu catatan observasi. Kegiatan pencatatan dalam hal ini adalah merupakan bagian dari pada kegiatan pengamatan. Penulis melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan pelaksanaan promosi makanan sagu di Selat panjang kabupaten kepulauan Meranti. s

### 2. Wawancara

adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban langsung dari sumber utama data. Penulis merupakan pewawancara dan sumber data adalah orang yang diwawancarai.

### 3. Dokumentasi

dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya, foto, gambar hidup, sketsa,

dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya, karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film, dan in-lain. Dalam penelitian ini, penulis akan mengumpulkan bukti atau keterangan-keterangan berupa gambar mengenai segala hal atau kegiatan yang terkait dengan pelaksanaan promosi makanan sagu.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Sesuai dengan metode penelitian, teknik analisis data yang di gunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif, yaitu analisa terhadap data yang diperoleh berdasarkan kemampuan nalar peneliti dalam menghubungkan fakta, informasi, dan data. Jadi dalam penelitian ini teknik analisis data dilakukan dengan menyajikan hasil wawancara, observasi dan melakukan analisa terhadap masalah yang ditemukan dilapangan. Sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang objek yang diteliti dan menarik kesimpulan.

#### **H. Jadwal Kegiatan Penelitian**

Usulan penelitian ini di rencanakan mulai dari bulan desember 2019 dan berakhir pada bulan mei 2020, untuk lebih jelasnya maka akan di jelaskan jadwal penelitian dalam bentuk tabel berikut ini :



**Tabel III.I. Jadwal Waktu Penelitian Tahun 2020**

No	Jenis kegiatan	Bulan dan Minggu 2021																			
		Oktober				November				desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan up																				
2	Seminar up																				
3	Perbaikan hasil semniar																				
4	Penelitian lapangan																				
5	Pengelolaan data																				
6	Bimbingan skripsi																				
7	Ujian skripsi																				
8	Revisi dan pengesahan skripsi																				
9	Penyerahan skripsi																				

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah Kota Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti

Kota Selatpanjang merupakan pusat pemerintahan kabupaten Kepulauan Meranti, dahulu merupakan salah satu bandar (kota) yang paling sibuk dan terkenal perniagaan di dalam kesultanan Siak. Bandar ini sejak dahulu telah terbentuk masyarakat heterogen, terutama suku Melayu dan Tionghoa, karena peran antar merekalah terbentuk erat dalam keharmonisan kegiatan kultural maupun perdagangan. Semua ini tidak terlepas ketoleransian antar persaudaraan. Faktor inilah yang kemudian menyuburkan perdagangan dan lalu lintas barang barang maupun manusia dari China ke nusantara dan sebaliknya.

Daerah Selatpanjang dan sekitarnya sebelumnya merupakan wilayah kekuasaan Kesultanan Siak Sri Indrapura yang merupakan salah satu kesultanan terbesar di Riau saat itu. Pada masa pemerintahan Sultan Siak VII yaitu Sultan Assyaidis Syarif Ali Abdul Jalil Syaifuddin Baalawi ( yang bertahta tahun 1784 - 1810 ), biasa disapa Sultan Syarif Ali, memberi titah kepada Panglima Besar Muda Tengku Busu Sayid Ahmad untuk mendirikan Negeri atau Bandar di Pulau Tebing Tinggi.

Ramai interaksi perdagangan didaerah pesisir Riau inilah menyebabkan pemerintahan Hindia Belanda ikut ambil dalam bagian penentuan nama negeri ini. Sejarah tercatat pada masa Sultan Siak yang ke 11 yaitu Sultan Assyaidis Syarif Hasyim Abdul Jalil Syaifuddin. Pada tahun 1880, pemerintahan di Negeri Makmur Kencana Tebing Tinggi dikuasai oleh J.M. Tengkoek Soelong Tjantik

Saijet Alwi yang bergelar Tuan Temenggung Marhum Buntut (Kepala Negeri yang bertanggung jawab kepada Sultan Siak). Pada masa pemerintahannya di bandar ini terjadilah polemik dengan pihak Pemerintahan Kolonial Belanda yaitu Konteliur Van Huis mengenai perubahan nama negeri ini, dalam sepihak pemerintahan kolonial Belanda mengubah daerah ini menjadi Selatpanjang, namun tidak disetujui oleh J.M. Tengkoë Soelong Tjantik Saijet Alwi selaku pemangku daerah.

Akhirnya berdasarkan kesepakatan bersama pada tanggal 4 September 1899, Negeri Makmur Kencana Tebing Tinggi berubah menjadi Negeri Makmur Bandar Tebingtinggi Selatpanjang. J.M. Tengkoë Soelong Tjantik Saijet Alwi mangkat pada tahun 1908. Seiring waktu masa diawal Pemerintahan Republik Indonesia, kota selatpanjang dan sekitarnya ini merupakan Wilayah Kewedanan di bawah Kabupaten Bengkalis yang kemudian berubah status menjadi Kecamatan Tebingtinggi. Pada tanggal 19 Desember 2008, daerah selatpanjang dan sekitarnya ini berubah menjadi Kabupaten Kepulauan Meranti memekarkan diri dari Kabupaten Bengkalis dengan ibukota Selatpanjang

Sejarah Pemekaran Pembentukan Kabupaten Meranti merupakan pemekaran dari kabupaten Bengkalis dibentuk pada tanggal 19 Desember 2008, Dasar hukum berdirinya kabupaten Kepulauan Meranti adalah Undang-undang nomor 12 tahun 2009, tanggal 16 Januari 2009.

Tuntutan pemekaran kabupaten Kepulauan Meranti sudah diperjuangkan oleh masyarakat Meranti sejak tahun 1957. Seruan pemekaran kembali diembuskan oleh masyarakat pada tahun 1970 dan 1990-an hingga tahun 2008,

yang merupakan satu-satunya kawedanan di Riau yang belum dimekarkan saat itu, dengan perjuangan gigih sejumlah tokoh masyarakat Meranti maka pada tanggal 25 Juli 2005 dibentuklah Badan Perjuangan Pembentukan Kabupaten Meranti (BP2KM) sebagai wadah aspirasi masyarakat Meranti untuk memekarkan diri dari kabupaten Bengkalis. Dengan memperhatikan aspirasi masyarakat tersebut maka dituangkan dalam Keputusan Pimpinan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bengkalis Nomor 05/KPTS/P/DPRD/1999/2000 tanggal 17 Juni 1999 tentang Persetujuan Terhadap Pemekaran Wilayah Kabupaten Bengkalis, Surat Bupati Bengkalis Nomor 135/TP/876 tanggal 17 Juni 1999, Perihal dukungan terhadap pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti, Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Riau Nomor 16/KPTS/DPRD/2008 tanggal 11 Juli 2008, Surat Gubernur Provinsi Riau Nomor 100/PH/21.16.a tanggal 9 Juni 2008 Perihal Dukungan terhadap Pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti, Surat Gubernur Provinsi Riau Nomor 100/PH/58.24 tanggal 8 September 2008 perihal Rekomendasi Pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti, Keputusan Gubernur Riau Nomor 1396/IX/2008 tanggal 19 September 2008 tentang Persetujuan Pemerintah Provinsi Riau terhadap Pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti, dan Keputusan Gubernur Provinsi Riau Nomor 100/PH/58.32 tanggal 18 Desember 2008 tentang Persetujuan Pemerintah Provinsi Riau terhadap Pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti. Berdasarkan hal tersebut Pemerintah telah melakukan pengkajian secara mendalam dan menyeluruh mengenai kelayakan pembentukan daerah dan berkesimpulan maka tanggal 19 Desember 2008 Pemerintah

memutuskan dan menetapkan terbentuk Kabupaten Kepulauan Meranti di Provinsi Riau.

### **1. Geografis dan Demografis**

Secara geografis kabupaten Kepulauan Meranti berada pada koordinat antara sekitar  $0^{\circ} 42' 30'' - 1^{\circ} 28' 0''$  LU, dan  $102^{\circ} 12' 0'' - 103^{\circ} 10' 0''$  BT, dan terletak pada bagian pesisir timur pulau Sumatra, dengan pesisir pantai yang berbatasan dengan sejumlah negara tetangga dan masuk dalam daerah Segitiga Pertumbuhan Ekonomi (Growth Triagle) Indonesia - Malaysia - Singapore (IMS-GT ) dan secara tidak langsung sudah menjadi daerah Hinterland Kawasan Free Trade Zone (FTZ) Batam - Tj. Balai Karimun. Dalam rangka memanfaatkan peluang dan keuntungan posisi geografis dan mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah perbatasan dengan negara tetangga Malaysia dan Singapura, maka wilayah kabupaten Kepulauan Meranti sangat potensial berfungsi sebagai Gerbang Lintas Batas Negara/Pintu Gerbang Internasional yang menghubungkan dengan Riau daratan dengan negara tetangga melalui jalur laut, hal ini untuk melengkapi kota Dumai yang terlebih dahulu ditetapkan dan berfungsi sebagai kota Pusat Kegiatan Strategis Negara yaitu yang berfungsi sebagai beranda depan negara, pintu gerbang internasional, niaga dan industri.

Luas kabupaten Kepulauan Meranti : 3707,84 km<sup>2</sup>, sedangkan Pertumbuhan Penduduk Laju pertumbuhan penduduk sebagai Kabupaten termuda di Provinsi Riau, Kabupaten Kepulauan Meranti, selama kurun sepuluh tahun terakhir yakni dari tahun 2000 hingga tahun 2010 adalah sekitar 0,60 persen.

Berdasarkan hasil sensus penduduk (SP) Badan Pusat Statistik (BPS) Bengkalis, yang tinggal pada tahun 2000 berjumlah sekitar 166,1 ribu jiwa dan SP pada tahun 2010 ini jumlah penduduk meningkat sekitar 176,4 ribu jiwa, yang terdiri dari 90.577 laki-laki, dan 85.794 perempuan. Laju pertumbuhan penduduk yang paling tinggi di kabupaten termuda ini adalah di Kecamatan Tebing Tinggi Barat dengan angka sekitar 1,58 persen atau dari 13,0 ribu jiwa pada SP tahun 2000 menjadi 15,2 ribu jiwa pada SP tahun 2010 tahun ini.

Sedangkan yang terendah adalah di Kecamatan Rangsang Barat, sekitar 0,12 persen atau hasil SP pada tahun 2000 berjumlah 24,6 ribu jiwa menjadi 24,9 ribu jiwa pada SP 2010. Laju pertumbuhan penduduk di Kecamatan Tebing Tinggi (Kecamatan Tebing Tinggi Timur) 0,56 persen atau dari jumlah penduduk SP tahun 2000 berjumlah sekitar 62,2 ribu jiwa menjadi 65,8 ribu jiwa pada SP tahun 2010, di Kecamatan Rangsang laju pertumbuhan penduduk sekitar 0,87 persen dari jumlah penduduk pada SP tahun 2000 berjumlah 24,2 ribu jiwa menjadi 26,4 ribu jiwa pada SP 2010 tahun ini, dan di Kecamatan Merbau (Kecamatan Pulau Merbau) laju pertumbuhan penduduknya tembus sekitar pada angka 0,47 persen atau dari jumlah penduduk 42,1 ribu jiwa pada SP 2000 lalu menjadi 44,1 ribu jiwa pada SP tahun 2010. 23,48 Persen Penduduk Tidak Menetap Berdasarkan hasil sensus penduduk (SP) BPS Kabupaten Bengkalis tahun 2010, jumlah penduduk yang tinggal di Kabupaten Kepulauan Meranti dengan luas wilayah sekitar 3.760,13 Kilometer persegi, rata-rata kepadatan penduduk adalah sebanyak 47 jiwa per Kilometer persegi.

Kecamatan yang paling tinggi tingkat kepadatan penduduknya yaitu Kecamatan Rangsang Barat, sebanyak 97 jiwa per Kilometer persegi, diikuti Kecamatan Tebing Tinggi sekitar 66 jiwa per Kilometer persegi. Dapat dikatakan bahwa, setidaknya sekitar 23 persen lebih penduduk yang terdaftar di Kabupaten Kepulauan Meranti tidak menetap.

Jumlah penduduk Kabupaten Kepulauan Meranti terus mengalami peningkatan setiap tahun. Berdasarkan data terakhir Dinas Catatan Sipil dan Kependudukan Kabupaten Kepulauan Meranti hingga Februari 2012 meningkat menjadi 238.412 ribu jiwa.

**Tabel IV.1 Jumlah Penduduk Kecamatan/Desa yang ada di Kabupaten**

No	Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Laki-Laki dan Perempuan
1	Tebing Tinggi Barat	8,0	7,2	15,2
2	Tebing Tinggi	27,9	26,6	54,5
3	Rangsang	13,7	12,7	26,4
4	Rangsang Barat	12,5	12,4	24,9
5	Merbau	15,2	14,3	29,5
6	Tebing Tinggi Timur	5,9	5,4	11,3
7	Pulau Merbau	7,3	7,3	14,6
8	<b>Kab. Kep. Meranti</b>	90,5	85,9	176,4

**Kepulauan Meranti**

*Sumber : BPS Kabupaten Kepulauan Meranti Tahun 2019*

Berdasarkan tabel diatas, wilayah Kecamatan Tebing Tinggi merupakan kecamatan yang terkecil dengan luas 81 km<sup>2</sup> atau 2,18% dari luas wilayah di Kabupaten Kepulauan Meranti secara keseluruhan. Sedangkan Kecamatan Tebing Tinggi Timur memiliki luas wilayah terbesar dengan luas 768,00 atau 20,68 % dari luas wilayah di Kabupaten Kepulauan Meranti secara keseluruhan. Kecamatan Tebing Tinggi memiliki 9 desa/kelurahan, yang terdiri dari 5 desa dan

4 kelurahan. Berikut merupakan luas wilayah desa/kelurahan di Kecamatan Tebing Tinggi :

**Tabel IV.II: Luas Desa/Kelurahan di Kecamatan Tebing Tinggi Tahun 2016**

No	Desa/Kelurahan	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Persentase (%)
1	Sesap	8,3	10,25
2	Banglas Barat	16,44	20,30
3	Banglas	35,56	43,90
4	Selatpanjang Timur	5,5	6,79
5	SelatPanjang Selatan	1,5	1,85
6	Alahair	4,95	6,11
7	Alahair Timur	3,25	4,01
8	Selatpanjang Barat	1	1,23
9	Selatpanjang Kota	4,5	5,56
	<b>Jumlah</b>	<b>81,00</b>	<b>100,00</b>

*Sumber : BPS Kabupaten Kepulauan Meranti Tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, desa yang terluas di Kecamatan Tebing Tinggi adalah Desa Banglas dengan luas wilayah 35,56 km<sup>2</sup> (43,90%), diikuti oleh Desa Banglas Barat dengan luas wilayah 16,44 km<sup>2</sup> (20,30%) dan seterusnya. Sedangkan desa terkecil di Kecamatan Tebing Tinggi adalah Desa Selatpanjang Barat dengan luas 1 km<sup>2</sup> atau (1,23%) dari luas wilayah Kecamatan Tebing Tinggi secara Keseluruhan.

## **2. Keadaan Umum Penduduk**

Jumlah, Umur dan Jenis Kelamin Penduduk merupakan potensi sumber daya manusia yang sangat besar peranannya dalam membangun pertanian. Potensi sumber daya tersebut terlihat peranannya sebagai penggerak atau tenaga kerja, pemikir dan pemimpin yang diperlukan untuk menciptakan kegiatan ekonomi. Oleh karena itu ketersediaan sumber daya manusia baik secara kuantitas maupun kualitas akan menentukan keberhasilan di daerah tersebut. Hal ini bisa dilihat dari tabel berikut :



**Tabel IV.III: Jumlah Penduduk Kecamatan Tebing Tinggi Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin pada Tahun 2016**

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah	Persentase
		Pria	Wanita		
1	0-14	8.324	8.051	16.375	29,5
2	15-64	18.742	18.135	36.877	66,44
3	≥ 60	1.123	1.129	2.252	4,06
	<b>Jumlah</b>	<b>28.189</b>	<b>27.315</b>	<b>55.504</b>	<b>100,00</b>

*Sumber : BPS Kabupaten Kepulauan Meranti Tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, jumlah penduduk Kecamatan Tebing Tinggi tahun 2016 berjumlah 55.504 jiwa, yang terdiri dari laki-laki sebanyak 28.189 (50,78%) jiwa dan perempuan sebanyak 27.315 (49,21%) jiwa. Selain itu, berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk yang berada pada usia yang produktif berjumlah cukup tinggi sebesar 66,44%, kemudian diikuti penduduk yang berumur 0-14 tahun sebesar 29,50%. Sedangkan penduduk yang berada pada usia tua jauh lebih kecil yaitu 4,06% dengan (dependency ratio) sebesar 50%, artinya 100 orang penduduk yang produktif terdapat 50 orang penduduk yang nonproduktif. Berarti di Kecamatan Tebing Tinggi potensi tenaga kerja untuk menggerakkan pembangunan cukup besar.

### 3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi pola pikir seseorang dan dalam menentukan kemampuan usaha. Artinya, tingkat pendidikan akan mempengaruhi kualitas sumber daya manusia itu sendiri. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka kemampuannya dalam menerapkan suatu ilmu pada usaha akan semakin membaik, sehingga pendapatan

yang akan diterima juga semakin tinggi. Rincian jumlah penduduk Kecamatan Tebing Tinggi menurut tingkat pendidikan ialah sebagai berikut :

**Tabel IV.IV: Jumlah Penduduk Kecamatan Tebing Tinggi Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2016**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Pesentase (%)
1	Belum Sekolah	4.282	7,13
2	Tamatan SD/Sederajat	14.170	23,61
3	Tamatan SMP/Sederajat	13.506	22,5
4	Tamatan SMA/Sederajat	17.711	29,51
5	Perguruan Tinggi	7.476	12,45
6	Tidak Sekolah	859	1,43
7	Putus Sekolah	2.018	3,36
	<b>Jumlah</b>	<b>60.022</b>	<b>100,00</b>

*Sumber : Kantor Kecamatan Tebing Tinggi, 2019*

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa 14.170 jiwa (23,61%) dari jumlah penduduk Kecamatan Tebing Tinggi adalah tamatan SD, sedangkan tingkat SMP adalah sebanyak 13.506 jiwa (22,50%), SMA sebanyak 17.711 jiwa (29,51%), perguruan tinggi sebanyak 7.476 jiwa (12,45%), dan tidak sekolah mencapai 859 jiwa (1,43%). Rendahnya tingkat pendidikan di Kecamatan Tebing Tinggi disebabkan masih kurangnya kesadaran penduduk untuk bersekolah. Selain itu, penyebab lainnya adalah faktor perekonomian daerah.

#### **4. Mata Pencaharian**

Mata pencaharian penduduk Kecamatan Tebing Tinggi bervariasi, mulai dari petani, buruh tani, pedagang, PNS, wiraswasta, dan lainnya. Berikut adalah data jumlah penduduk menurut mata pencaharian.

**Tabel IV.V: Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Tebing Tinggi Tahun 2016**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Pesentase (%)
1	Petani	819	2,46
2	Nelayan	218	0,85
3	Buruh	13.358	40,2
4	Pengrajin Industri	256	0,77
5	Pengusaha	1.308	3,94
6	Pedagang	4.324	13,01
7	Pengangkutan	1.567	4,72
8	PNS	1.667	5,01
9	TNI	37	0,11
10	Polri	34	0,10
11	Pensiunan	524	1,58
12	Peternak	568	1,71
13	Lainnya	8.491	25,55
	<b>Jumlah</b>	<b>33.234</b>	<b>100,00</b>

*Sumber : Kantor Kecamatan Tebing Tinggi, 2019*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa sumebr mata pencaharian utama di Kecamatan Tebing Tinggi adalah bekerja di sector buruh dengan jumlah sebanyak 13.358 jiwa (40,2%), pedagang sebanyak 4.324 jiwa (13,01%), PNS sebanyak 1.667 jiwa (5,01%), pengangkutan sebanyak 1.567 jiwa (4,72%), dan lain-lain sebanyak 8.491 jiwa (25,5%) dan seterusnya. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa mata pencaharian penduduk di Kecamatan Tebing Tinggi sebagian besar adalah bekerja di sector buruh.

## **5. Komoditi Daerah**

Sector pertanian merupakan sector yang sangat penting dalam membangun perekonomian daerah. Peran sector pertanian adalah sebagai sumber penghasilan, penyedia bahan kebutuhan sandang dan pangan serta penyedia lapangan pekerjaan. Sehingga sector ini menjadi sector yang diandalkan dalam pembangunan nasional. Masyarakat di Kecamatan Tebing Tinggi melakukan

kegiatan pertanian yang berfungsi untuk menyediakan bahan kebutuhan bahan pangan. Setidaknya terdapat 2,46 % penduduk di Kecamatan Tebing Tinggi bekerja pada sector pertanian.

**Tabel 4.6: Komoditi Tanaman Bahan Makanan Kecamatan Tebing Tinggi Tahun 2016**

No	Komoditi	Luas Panen		Produksi	
		(Ha)	(%)	(Ton)	(%)
1	Jagung	14	9,65	84	5
2	Ketela Rambat	5	3,44	25	1,48
3	Sagu	25	17,24	232	13,66
4	Sawi	22	15,2	330	19,42
5	Bayam	25	17,24	150	8,83
6	Kangkung	25	17,24	400	23,54
7	Kacang Panjang	15	10,34	225	13,24
8	Mentimun	14	9,65	255	14,83
	<b>Jumlah</b>	<b>145</b>	<b>100</b>	<b>1.699</b>	<b>100</b>

*Sumber: Dinas Pertanian, Pertenakan, dan Ketahanan Pangan Kabupaten Kepulauan Meranti, 2019*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa produksi tanaman bahan makanan tertinggi adalah tanaman kangkung yaitu sebesar 400 ton dengan luas lahan 25 Ha. Diikuti tanaman sawi sebesar 330 ton dengan luas lahan 22 Ha, tanaman mentimun sebesar 252 dengan luas lahan 14 Ha, dan seterusnya. Sedangkan tanaman dengan produksi terendah adalah padi dengan produksi sebanyak 0 dengan luas lahan 0. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Kecamatan Tebing Tinggi untuk memenuhi kebutuhan beras harus memasok beras dari luar daerah. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan tanaman bahan makanan berupa sayur memproduksi sendiri.

## **B. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti**

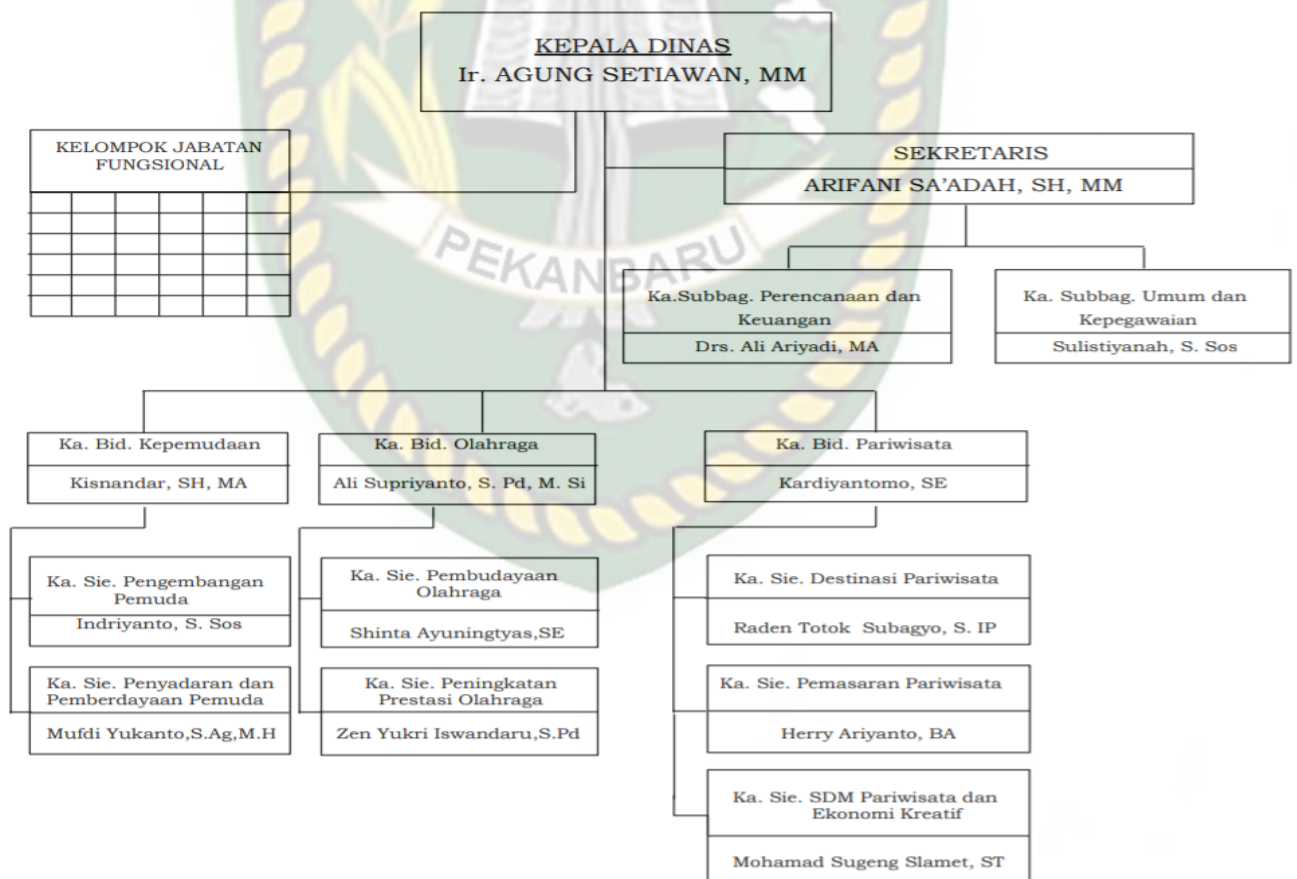
Dalam upaya mencapai efektivitas penyelenggaraan pemerintahan daerah, maka perlu dibentuk organisasi perangkat daerah yang dapat membantu kepala daerah dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Organisasi perangkat daerah merupakan satuan kerja yang dibentuk dengan tujuan agar dapat menjalankan tugas sesuai dengan penjabaran tugas pokok dan fungsi yang diatur dalam peraturan daerah atau keputusan pemerintah daerah. Kabupaten Kepulauan Meranti sebagai salah daerah yang baru dimekarkan sejak diresmikan pada tanggal 16 Januari Tahun 2009, berdasarkan Undang- Undang No. 12 Tahun 2009 Tentang Pembentukan Kabupaten Kepulauan Meranti, telah berupaya membenahi dan menyusun organisasi perangkat daerah yang dibutuhkan. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti adalah salah satu diantara Satuan Kerja Perangkat Daerah yang ada pada Pemerintahan Kabupaten Kepulauan Meranti Propinsi Riau. Satuan kerja ini dibentuk berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Kepulauan Meranti Nomor 02 Tahun 2009 Tentang Pembentukan Susunan Organisasi, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah. (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Kepulauan Meranti:2012) Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti, menurut Pasal 5 Peraturan Bupati Kabupaten KepulauanMeranti Nomor 02 Tahun 2009 Tentang Pembentukan Susunan Organisasi, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah, merupakan unsur

pelaksana otonomi daerah di bidang Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati.

### 1. Struktur Organisasi

Penyusunan struktur organisasi yang sesuai dalam manajemen dapat mendorong peningkatan efektivitas kegiatan usaha. Dengan adanya struktur organisasi, maka stabilitas dan kontinuitas organisasi tetap bertahan. Struktur organisasi berfungsi sebagai alat untuk membimbing ke arah efisiensi dalam penggunaan pekerja dan seluruh sumber daya yang dibutuhkan dalam meraih tujuan organisasi.

**Gambar VI.I Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga**



#### a. Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga

- 1) Dinas Daerah Merupakan unsur pelaksana otonomi daerah.

- 2) Tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga adalah sebagaimana diatur dalam Pasal 21 Peraturan Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pembentukan Susunan Kedudukan dan Tugas Pokok Organisasi Dinas Daerah Kabupaten Kepulauan Meranti.
- 3) Dinas Daerah mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan.
- 4) Kepala Dinas dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (3) menyelenggarakan fungsi:
  - a. perumusan kebijakan teknis sesuai dengan lingkup tugasnya;
  - b. penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum sesuai dengan lingkup tugasnya;
  - c. pembinaan dan pelaksanaan tugas sesuai dengan lingkup tugasnya; dan
  - d. pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.
- 5) Kepala Dinas berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada bupati melalui sekretaris daerah.

#### **b. Sekretaris Dinas**

- 1) Sekretaris mempunyai tugas pokok memimpin, mengkoordinasikan dan mengendalikan tugas-tugas dibidang pengelolaan, pelayanan kesekretariatan yang meliputi pengkoordinasian perencanaan dan penyusunan program, pengelolaan keuangan dan pengelolaan administrasi umum;

- 2) Sekretaris dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi:
  - a. Penyusunan rencana, program, evaluasi dan pelaporan;
  - b. Pelaksanaan administrasi kepegawaian, perlengkapan dan rumah tangga Dinas Pariwisata, Kepemudaaan;
  - c. Pelaksanaan administrasi keuangan;
  - d. Pelaksanaan urusan surat menyurat, kearsipan, dokumentasi dan hubungan masyarakat;
  - e. Pelaksanaan pengkoordinasian penyelenggaraan tugas-tugas Bidang;
  - f. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas Pariwisata, Kepemudaaan;
- 3) Susunan Organisasi Sekretariat, terdiri dari :
  - a. Sub Bagian Perencanaan dan Program;
  - b. Sub Bagian Keuangan;
  - c. Sub Bagian Administrasi Umum.
- 4) Sub Bagian Perencanaan dan Program mempunyai tugas menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, dan petunjuk teknis serta layanan dibidang Perencanaan dan Program sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 5) Uraian Tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:
  - a. Merencanakan kegiatan Sub Bagian Perencanaan dan Program berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan;



- b. Menghimpun dan mempelajari Peraturan Perundang-undangan kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Perencanaan dan Program;
- c. Mencari, mengumpulkan, menghimpun, mensistemasi dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Perencanaan dan Program sebagai kerangka acuan/pedoman penyusunan rencana kegiatan;
- d. Menginventarisir permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Perencanaan dan Program serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah;
- e. Menyusun Rencana Kerja/Program Tahunan (RKT) Dinas Pariwisata, Kepemudaaan dan melakukan pengendalian serta mengevaluasi pelaksanaannya;
- f. Mengkoordinir penyusunan dan pembuatan Rencana Kerja/ Program Tahunan (RKT) Dinas Pariwisata, Kepemudaaan, Arah Kebijakan Umum (AKU) Rencana Kerja Satuan Kerja Perangkat Daerah (RENJA SKPD);
- g. Melaksanakan penyusunan evaluasi, dan Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) serta Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Dinas Pariwisata, Kepemudaaan;
- h. Melakukan koordinasi dan konsultasi dengan instansi terkait dalam rangka peningkatan pengelolaan urusan perencanaan dan program;
- i. Melakukan koordinasi dan sinkronisasi kegiatan antara aparatur dan publik untuk menghindari terjadinya duplikasi kegiatan;

- j. Menghimpun dan menyiapkan RKA serta mengkoordinir proses pembahasan dengan instansi terkait sampai menjadi DPA serta menyiapkan revisi (perubahan);
  - k. Memberikan saran dan pertimbangan kepada Sekretaris tentang langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya;
  - l. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan Sub Bagian Perencanaan dan Program sesuai dengan data yang ada berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan;
  - m. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Sekretaris baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas pada Sekretariat.
- 6) Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, dan petunjuk teknis serta layanan dibidang Keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 7) Uraian tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:
- a. merencanakan kegiatan Sub Bagian Keuangan berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan;
  - b. menghimpun dan mempelajari Peraturan Perundang-undangan kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Keuangan;

- c. mencari, mengumpulkan, menghimpun, mensistemasikan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Keuangan sebagai kerangka acuan/pedoman penyusunan rencana kegiatan;
- d. menginventarisir permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Keuangan serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah;
- e. mengusulkan kepada Sekretaris tentang penunjukan bendahara pengeluaran dan pembantu bendahara pengeluaran;
- f. melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap kinerja bendahara pengeluaran dan pembantu bendahara pengeluaran;
- g. melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan yang mencakup administrasi gaji pegawai, insentif tenaga kerja sukarela, PNS, melakukan usulan kenaikan gaji berkala serta melakukan penyusunan anggaran, pembukuan, membuat pertanggungjawaban serta evaluasi dan laporan kegiatan keuangan dinas;
- h. memberikan saran dan pertimbangan kepada Sekretaris sebagai bahan masukan untuk penentuan kebijakan lebih lanjut;
- i. membuat laporan hasil pelaksanaan tugas Sub Bagian Keuangan sebagai bahan pertanggungjawaban;
- j. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Sekretaris baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas pada Sekretariat.

- 1) Sub Bagian Administrasi Umum mempunyai tugas menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, dan petunjuk teknis serta layanan dibidang Administrasi Umum sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 2) Uraian Tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:
  - a. merencanakan kegiatan Sub Bagian Administrasi Umum berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan;
  - b. menghimpun dan mempelajari Peraturan Perundang-undangan kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Administrasi Umum;
  - c. mencari, mengumpulkan, menghimpun, mensistemasikan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Administrasi Umum sebagai kerangka acuan/pedoman penyusunan rencana kegiatan;
  - d. menginventarisir permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas Sub Bagian Administrasi Umum serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah;
  - e. mengarahkan dan mendistribusikan surat masuk dan keluar sesuai dengan kepentingan dan permasalahannya;
  - f. meneliti usulan permintaan formasi pegawai lingkup dinas, dan menyiapkan konsep petunjuk penyusunan formasi pegawai sebagai perencanaan kebutuhan pegawai sesuai dengan kebutuhan dinas;

- g. mengatur urusan rumah tangga dinas dan perlengkapan kantor, proses administrasi perjalanan dinas pegawai sesuai petunjuk atasan;
- h. mengatur, menata keindahan dan kebersihan kantor, serta keamanan lingkungan kantor;
- i. melakukan pengelolaan perpustakaan, kearsipan dinas dan melakukan pendokumentasian kegiatan dinas;
- k. memberikan saran dan pertimbangan kepada Sekretaris tentang langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya;
- l. membuat laporan pelaksanaan kegiatan Sub Bagian Administrasi Umum sesuai dengan data yang ada berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan;
- m. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Sekretaris baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas pada Sekretariat.

## **2. Kabid Pariwisata**

- 1) Bidang Pariwisata mempunyai tugas pokok memimpin, merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, mengkoordinasikan dan mengendalikan tugastugas di Bidang Pariwisata sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan;
- 2) Bidang Pariwisata dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi :
  - a. Pelaksanaan pembinaan, dan pengembangan teknis kewenangan di Bidang Pariwisata berdasarkan kebijakan yang ditetapkan oleh Kepala Daerah;

- b. Penyusunan dan pelaksanaan program pembangunan dan pengendalian di Bidang Pariwisata yang menjadi kewenangan daerah;
  - c. Penyelenggaraan dan pengawasan standar minimal dalam Bidang Pariwisata;
  - d. Pengelolaan, penelitian, pendokumentasian dan pemeliharaan berbagai bentuk kepariwisataan;
  - e. Pelaksanaan penyelamatan pengamanan, pemeliharaan, pemugaran, penggalian dan penelitian kepariwisataan yang berskala kabupaten;
  - f. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas;
- 3) Susun Organisasi Bidang Pariwisata, terdiri dari;
- a. Seksi Pengembangan Objek Wisata;
  - b. Seksi Promosi Objek Wisata.
- 1) Seksi Pengembangan Objek Wisata mempunyai tugas menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, dan petunjuk teknis serta layanan yang berhubungan dengan pariwisata sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 2) Uraian Tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:
- a. Merencanakan kegiatan Seksi Pengembangan Objek Wisata berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan;
  - b. Menghimpun dan mempelajari Peraturan Perundang-undangan kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas Seksi Pengembangan Objek Wisata;

- c. Mencari, mengumpulkan, menghimpun, dan mensistematiskan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas Seksi Pengembangan Objek Wisata sebagai kerangka acuan/pedoman penyusunan rencana kegiatan;
- d. Menginventarisir permasalahan - permasalahan yang berhubungan dengan tugas Seksi Pengembangan Objek Wisata serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah;
- e. Melakukan bimbingan dan pembinaan terhadap nilai-nilai yang berkaitan dengan pengembangan objek wisata yang berkembang pada masyarakat;
- b. Memfasilitasi dan mengelola pengembangan objek wisata daerah serta kegiatan pengembangan objek wisata antar provinsi/kabupaten;
- c. Menginfestasi, menggali, meneliti, dan mengembangkan nilai-nilai objek wisata daerah;
- d. Membina potensi pengembangan objek wisata yang ada menjadi kelompok objek wisata daerah;
- e. Mengajukan usulan calon penerima penghargaan dalam Bidang Pariwisata pada tingkat kabupaten, provinsi dan nasional;
- f. Memberikan saran pertimbangan kepada Kepala Bidang Pariwisata mengenai langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil;
- g. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan Seksi Pengembangan Objek Wisata sesuai dengan sumber data yang ada dan berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan;

- h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang Pariwisata baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas Bidang Pariwisata.
- 1) Seksi Promosi Objek Wisata, mempunyai tugas menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman dan petunjuk teknis serta layanan yang berhubungan dengan Kepariwisata, Promosi Objek Wisata sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 2) Uraian Tugas pada ayat (1) sebagai berikut:
- a. Merencanakan kegiatan Seksi Promosi Objek Wisata, berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan;
  - b. Menghimpun dan mempelajari Peraturan Perundang-undangan kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas Seksi Promosi Objek Wisata;
  - c. Mencari, mengumpulkan, menghimpun, dan mensistematiskan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas Seksi Promosi Objek Wisata, sebagai kerangka acuan/pedoman penyusunan rencana kegiatan;
  - d. Menginventarisir permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas Seksi Promosi Objek Wisata serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah;



- e. Melakukan penyuluhan dan sosialisasi pada masyarakat untuk dapat dipelihara dan diperhatikan, penataan, pengolahan dan pengembangan serta pengawasan Objek Wisata, mengikuti dan mengadakan pameran Kepariwisataaan, serta event-event lainnya guna menunjang promosi kepariwisataaan;
- f. melakukan promosi kepariwisataaan baik itu melalui media cetak, booklet, bulletin, buku profil pariwisata, maupun media elektronik serta dalam bentuk audio visual didalam maupun diluar negeri;
- g. melakukan event kepariwisataaan pada lokasi objek wisata dalam rangka Pengembangan objek wisata, melakukan pembuatan booklet, leaflet, kalender dan poster bidang usaha dan objek wisata;
- b. Mengikuti kegiatan pameran kepariwisataaan tingkat provinsi dan nasional, memberikan saran pertimbangan kepada Kepala Bidang Pariwisata mengenai langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil;
- c. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan Seksi Promosi Objek Wisata sesuai dengan sumber data yang ada dan berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan; j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang Pariwisata baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas Bidang Pariwisata.

### **3. Kabid Kepemudaan dan Olahraga**

- 1) Bidang Kepemudaan mempunyai tugas pokok memimpin, merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, mengkoordinasikan dan mengendalikan

tugastugas di Bidang Kepemudaaan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan;

- 2) Bidang Kepemudaaan dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi :
  - a. Perumusan kebijaksanaan dalam rangka perencanaan, pembinaan dan pengembangan Kepemudaaan;
  - b. Pelaksanaan kebijaksanaan pembinaan dan pengembangan Kepemudaaan yang meliputi koordinasi, kelembagaan, produktifitas dan program remaja dan pemuda serta perencanaan, pengendalian dan evaluasi;
  - b. Pelaksanaan koordinasi dengan instansi terkait, lembaga-lembaga masyarakat dalam rangka pembinaan dan pengurusan serta pengendalian program pendayagunaan di Bidang Kepemudaaan;
  - c. Perumusan kebijaksanaan perencanaan, pemanfaatan, pengendalian dan evaluasi, Sarana dan Prasarana;
  - d. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.
- 3) Susunan Organisasi Bidang Kepemudaaan, terdiri dari;
  - a. Seksi Kepemudaaan;
  - b. Seksi Olah Raga;
- 1) Seksi Kepemudaaan mempunyai tugas merencanakan operasionalisasi, memberi tugas, memberi petunjuk, menyelia, mengatur, mengevaluasi dan melaporkan penyelenggaraan tugas Seksi Kepemudaaan, menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, dan petunjuk teknis serta layanan yang

berhubungan dengan pembinaan dan pemberdayaan Kepemudaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

2) Uraian Tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:

- a. merencanakan kegiatan Seksi Kepemudaaan berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan;
- b. menghimpun dan mempelajari Peraturan Perundang-undangan kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas Seksi Kepemudaaan;
- c. mencari, mengumpulkan, menghimpun, dan mensistematiskan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas Seksi Kepemudaaan sebagai kerangka acuan/pedoman penyusunan rencana kegiatan;
- b. menginventarisir permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas Seksi Kepemudaaan serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah;
- c. menyiapkan bahan penyusunan kebijaksanaan, pedoman dan petunjuk teknis Seksi Kepemudaaan;
- d. menyusun jadwal kegiatan kepemudaan dan mengkoordinasikan kepada instansi terkait;
- e. memberikan saran pertimbangan kepada Kepala Bidang Pemuda dan Olahraga mengenai langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil;

- f. membuat laporan pelaksanaan kegiatan Seksi Kepemudaaan sesuai dengan sumber data yang ada dan berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan;
  - g. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang Pemuda dan Olahraga baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas Bidang Pemuda dan Olahraga.
- 1) Seksi Olahraga mempunyai tugas merencanakan operasionalisasi, memberi tugas, memberi petunjuk, menyelia, mengatur, mengevaluasi dan melaporkan penyelenggaraan tugas Seksi olahraga, menyiapkan bahan- bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, dan petunjuk teknis serta layanan yang berhubungan dengan pembinaan dan pemberdayaan Olahraga, menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, dan petunjuk teknis serta layanan yang berhubungan dengan Olahraga sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
  - 2) Uraian Tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:
    - a. merencanakan kegiatan Seksi Olahraga berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan;
    - b. menghimpun dan mempelajari Peraturan Perundang-undangan kebijakan teknis, pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas Seksi Olahraga;
    - c. mencari, mengumpulkan, menghimpun, dan mensistematiskan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan

dengan tugas Seksi Olahraga sebagai kerangka acuan/pedoman penyusunan rencana kegiatan;

- d. menginventarisir permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas Seksi Olahraga serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah; e. menyiapkan bahan penyusunan kebijaksanaan, pedoman dan petunjuk teknis Seksi Olahraga di bidang Pemuda dan Olahraga;
- e. menyusun jadwal kegiatan Olahraga dan mengkoordinasikan kepada instansi terkait;
- b. membantu Kepala Bidang melakukan koordinasi dengan instansi atau lembaga teknis dan pelaksanaan Organisasi Olahraga;
- c. melaksanakan pendataan terhadap organisasi olahraga serta pengolahan data yang terkait dengan dasar pemantapan pembinaan organisasi olahraga;
- d. memberikan saran pertimbangan kepada Kepala Bidang Pemuda dan Olahraga mengenai langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil;
- e. membuat laporan pelaksanaan kegiatan Seksi Olahraga sesuai dengan sumber data yang ada dan berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan;
- f. melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang Pemuda dan Olahraga baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas Bidang Pemuda dan Olahraga.

#### 4. Bidang Kesenian

- 1) Bidang Kesenian mempunyai tugas pokok yaitu menyiapkan Bahan-Bahan Bimbingan, Kebijakan Pedoman dan Petunjuk Teknis Serta layanan yang berhubungan dengan kesenian sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- 2) Bidang Kesenian dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi :
  - a. Pelaksanaan Pembinaan dan Pengembangan teknis kewenangan di bidang kesenian berdasarkan kebijakan yang di tetapkan oleh kepala daerah
  - b. Penyusunan dan pelaksanaan program kesenian dan pengendalian di bidang kesenian yang menjadi kewenangan daerah
  - c. Penyelenggaraan dan pengawasan standar minimal dalam bidang kesenian
  - d. Pengelolaan, penelitian, pendokumentasian berbagai bentuk kesenian
  - e. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas (3) Susunan Organisasi Bidang Kesenian, terdiri dari;
    1. Seksi Kesenian;
    2. Seksi Kajian dan Pengembangan;
- 1) Seksi Kesenian mempunyai tugas merencanakan operasional tugas merencanakan operasional, memberi tugas, memberi petunjuk , menyelia, mengatur, mengevaluasikan dan melaporkan penyelenggaraan tugas seksi kesenian, menyiapkan bahan-bahan bimbingan, kebijakan, pedoman, danpetunjuk teknis serta layanan yang berhubungan kesenian sesuai dengan ketentuan berlaku.
- 2) Uraian Tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:

- a. Merencanakan kegiatan seksi kesenian berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan menghimpun dan mempelajari peraturan perundang-undangan kebijakan teknis , pedoman dan petunjuk teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas seksi kajian dan pengembangan kesenian
- b. Mencari, mengumpulkan, menghimpun dan mensistematiskan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas seksi kesenian sebagai kerangka acuan/ pedoman penyusunan rencana kegiatan
- c. Menginventarisikan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas seksi kesenian serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah
- d. Melakukan bimbingan dan pembinaan terhadap nilai-nilai yang berkaitan dengan kesenian yang berkembang pada masyarakat
- e. Memfasilitasi dan mengolah pengembangan kesenian daerah serta kegiatan kesenian antar provinsi/kabupaten
- b. Menginfentasi, menggali, meneliti dan mengembangkan nilai-nilain kesenian daerah
- c. Membina potensi pengembangan kesenian yang ada menjadi kelompok kesenian daerah
- d. Mengajukan usulan calon penerima penghargaan dalam bidang kesenian pada tingkat kabupaten, provinsi dan nasional

- e. Memberikan saran pertimbangan kepada kepala bidang kesenian mengenai langkah-langkah atau tindakan yang perlu di ambil
  - f. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan seksi kesenian sesuai dengan sumber data yang ada dan berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan
  - g. Melaksanakan tugas lain yang di berikan oleh Kepala Bidang Kesenian baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas Bidang Kesenian
- 1) Seksi Kajian dan Pengembangan mempunyai tugas Menyiapkan bahan- bahan bimbingan, kebijakan, pedoman dan petunjuk teknis serta layanan yang berhubungan dengan kesenian sesuai dengan ketentuan berlaku
  - 2) Uraian Tugas tersebut pada ayat (1) sebagai berikut:
    - a. Merencanakan kegiatan seksi kajian dan pengembangan kesenian berdasarkan data kegiatan tahun sebelumnya dan sumber data yang ada sebagai bahan untuk melaksanakan kegiatan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan
    - b. Menghimpun dan mempelajari peraturan perundan-undang kebijakan teknis serta bahan-bahan lainnya yang berhubungan dengan tugas seksi kajian dan pengembangan kesenian
    - c. Mencari, mengumpulkan, menghimpun dan mensistimasiikan dan mengolah data serta menganalisa data dan informasi yang berhubungan dengan tugas seksi kajian dan pengembangan kesenian sebagai kerangka acuan/ pedoman penyusunan rencana kegiatan



- d. Menginventariskan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tugas seksi kajian dan pengembangan kesenian serta menyiapkan bahan-bahan dalam rangka pemecahan masalah
- e. Melakukan bimbingan dan pembinaan terhadap nilai-nilai yang berkaitan dengan pengembangan kesenian yang berkenbangan pada masyarakat
- f. Memfasilitasi dan mengelola pengembangan objek wisata daerah serta kegiatan pengembangan kesenian antar provinsi/ kabupaten
- b. Menginventasi, menggali, meneliti dan mengembangkan nilai-nilai kesenian daerah
- c. Membina potensi pengembangan kesenian yang ada menjadi kelompok kesenian daerah
- d. Mengajukan usulan calon penerima penghargaan dalam bidang kesenian pada tingkat kabupaten, provinsi dan nasional
- e. Memberikan saran pertimbangan kepada kepala bidang kesenian mengenai langkah-langkah atau tindakan yang perlu diambil
- f. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan seksi kajian dan pengembangan kesenian sesuai dengan sumber data yang ada dan berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan untuk dipergunakan sebagai bahan masukan bagi atasan Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh kepala bidang kesenian baik secara tertulis maupun lisan sesuai dengan bidang tugasnya dalam rangka kelancaran pelaksanaan tugas Bidang kesenian

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbicara mengenai kualitas Suatu produk yang mempunyai berbagai manfaat akan tetapi tidak dikenal oleh konsumen atau masyarakat, maka produk tersebut tidak akan di ketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Maka dari itu, perusahaan harus berusaha keras mempengaruhi masyarakat atau konsumen untuk menciptakan permintaan atas produk tersebut.

Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Promosi tersebut bisa menggunakan sistem online maupun offline. Dengan promosi maka masyarakat dapat mengetahui akan produk bank, dan dengan promosi dapat meningkatkan kegemaran masyarakat terhadap suatu produk.

Promosi merupakan kegiatan yang diajukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga kepada Konsumen menjadi senang lalu menggunakan produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller, promosi atau komunikasi pemasaran terdiri atas Lima sarana atau alat yang penting yaitu periklanan (advertising), publisitas (publicity), Pemasaran Langsung (Direct marketing), Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan penjualan pribadi (personal selling). Dalam menghadapi persaingan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam memasarkan produk-produknya.

## **A. Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti**

Pada Pembahasan ini, penulis akan menjelaskan Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti dengan pembahasan yang diajukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga kepada Konsumen menjadi senang lalu menggunakan produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller, promosi atau komunikasi pemasaran terdiri atas Lima sarana atau alat yang penting yaitu periklanan (advertising), publisitas (publicity), Pemasaran Langsung (Direct marketing), Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan penjualan pribadi (personal selling). Selain itu Peneliti juga meneliti apa yang menjadi factor pendukung dan penghambat Pelaksanaan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti yakni sebagai berikut:

### **1. Periklanan (advertising)**

*Periklanan* (advertising) merupakan semua bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran. Iklan merupakan cara yang efektif untuk menyebarkan pesan dari segi biaya dan memotivasi konsumen untuk menggunakan suatu produk. Tujuan dari periklanan yang utama adalah menjual atau meningkatkan penjualan barang, jasa atau ide. Adanya kegiatan periklanan sering mengakibatkan terjadinya penjualan

dengan segera meskipun banyak juga penjualan yang baru terjadi pada waktu mendatang. Dari segi lain, tujuan periklanan yang riil adalah mengadakan komunikasi secara efektif.

Beberapa tujuan dari periklanan adalah mendukung program *personal selling* dan kegiatan promosi yang lain, mencapai orang-orang yang tidak dapat dicapai oleh tenaga penjualan atau *salesman* dalam jangka waktu tertentu, mengadakan hubungan dengan para penyalur, misalnya dengan mencantumkan nama dan alamatnya, memasuki daerah pemasaran baru atau menarik langganan baru, memperkenalkan produk baru, menambah penjualan industri, mencegah timbulnya barang-barang tiruan, memperbaiki reputasi perusahaan dengan memberikan pelayanan umum melalui periklanan.

Dari hasil Observasi penulis dilapangan ditemukan beberapa program periklanan dalam memberikan informasi yang belum maksimal yang telah dijalankan oleh dinas pariwisata pemuda dan olahraga. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Dinas, Beliau menyatakan:

*“Kami dalam bekerja membutuhkan waktu dalam proses Pengembangan program periklanan dalam memberikan informasi diawali dengan mengidentifikasi target pasar dan motif pembeli, kemudian baru membuat 5 keputusan utama dalam program periklanan dinamakan 5 M :Mission (misi) yaitu tujuan dari periklanan. Money (uang) yaitu besarnya pengeluaran untuk periklanan. Message (pesan) yaitu pesan apa yang akan disampaikan. Media (media) yaitu media apa yang seharusnya digunakan. Measurement (pengukuran) yaitu bagaimana seharusnya hasil periklanan itu dievaluasi.”(Hasil Wawancara dengan Kepala Dinas, Bapak Agung Setiawan Pukuk 09:Wib)*

Dari hasil wawancara di atas, dapat kita ketahui bahwa program periklanan yang telah dilakukan oleh dinas pariwisata membutuhkan waktu dalam proses pengembangan program periklanan tersebut.

Berdasarkan wawancara yang ditanggapi oleh masyarakat, mengatakan bahwa:

*“saya sebagai konsumen tidak terlalu mengetahui banyak tentang bentuk periklanan apa saja yang telah dilakukan oleh dinas tersebut, sehingga saya sangat sulit mengenali produk apa saja yang telah dipasarkan”.* **(Hasil Wawancara Masyarakat Bapak izul).**

Dari hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa dinas tersebut belum maksimal memberikan informasi periklanan yang kurang jelas sehingga hal tersebut mengakibatkan keterbatasan pengetahuan masyarakat terhadap informasi dari dinas itu sendiri. Informasi merupakan suatu hal yang penting di era modern ini. Tidak hanya itu informasi sekarang sudah menjadi hal yang wajib bagi setiap orang agar tidak dibilang ketinggalan zaman.

Selanjutnya wawancara dengan kepala Bidang Pariwisata, beliau menambahkan:

*“Untuk saat ini kami hanya menjalankan iklan yang berbentuk media, yaitu media cetak, media elektronika televisi, radio, brosur dan lain-lain, dan masih merencanakan iklan-iklan besar seperti Iklan internasional, iklan nasional, iklan regional, iklan local”.* **(Hasil Wawancara Kepala Bidang Pariwisata Bapak Kardiyantomo)**

Dari hasil wawancara di atas dapat kita ketahui dinas tersebut hanya menjalankan beberapa bentuk periklanan dan hanya saja belum dilakukan seluruhnya yang belum maksimal dijalankan oleh dinas tersebut .

maka dari itu periklanan Untuk membuat iklan yang kreatif dan menarik dibutuhkan para pekerja yang profesional yang memiliki kreativitas dalam memproses iklan, mulai dari perencanaan pesan, perencanaan media hingga bagaimana menyampaikan (expose) pesannya.

Periklanan adalah medium berdaya sebar luas yang memungkinkan pemasar mengulang satu pesan berulang kali. Iklan juga memungkinkan pembeli

menerima dan membandingkan pesan dari berbagai pesaing. Periklanan berskala besar oleh seorang pemasar menunjukkan sesuatu yang positif tentang ukuran, kekuatan, dan keberhasilan pemasar, Wawancara dengan Sekretaris, yaitu:

*“Kami bekerja masih dalam proses pengembangan iklan, untuk saat ini masih local, jadi belum sepenuhnya iklan tersebut tersebar sampai internasional dan masih di imingi dengan jumlah produk yang kami sediakan.” (Hasil Wawancara dengan Sekretaris ibuk Arifani Sa’adah)*

Dari hasil wawancara diatas dapat kita ketahui bahwa iklan yang telah dijalankan oleh dinas tersebut belum sepenuhnya tersebar luas sampai internasional, Hal tersebut masih menjadi kendala terkenalnya sebuah produk sagu untuk diketahui oleh negara lain.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa periklanan yang telah di jalankan oleh dinas pariwisata pemuda dan olahraga masih belum maksimal menjalankan pengembangan periklanan agar sampai ke internasional. Sebaiknya cepat dilaksanakan agar produk tersebut bisa terkenal di negara lain.

## **2. Penjualan Perseorangan**

Personal selling adalah suatu bentuk penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan meningkatkan terwujudnya penjualan produk. Menurut Swastha (2002:260), Personal Selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Menurut Tjiptono (2000:224), Personal Selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membetnuk

pemahaman terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.

Hasil Observasi Dari pendapat diatas,berkaitan dengan dinas pariwisata pemuda dan olahraga dapat ditarik kesimpulan bahwa personal selling merupakan komunikasi dua arah secara tatap muka antara penjual dan calon pembeli untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan, sehingga dapat menguntungkan bagi kedua belah pihak, hal tersebut berdasarkan hasil observasi dan tinjauan lapangan terkait permasalahan penjualan perseorangan yang ada. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kepala Dinas yang mengatakan bahwa:

*“Yaitu komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya. Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha yang memikat perhatian konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui keinginan mereka, yang selanjutnya diikuti penjualan oleh salesman (Hasil Wawancara dengan Kepala Dinas Bapak Agung Setiawan)*

Dari hasil wawancara diatas sudah dapat diketahui bahwa memang dinas pariwisata bekerja sesuai dengan aturan dan arahan yang telah ditetapkan terutama yaitu meyakinkan konsumen melakukan tindakan persuasive kepada calon pembeli sehingga akan mampu didapat *feedback* saat itu juga dalam bentuk pembelian produk untuk kemudian mau menjadi *loyal customer* dari produk tersebut, walaupun belum bisa di jadikan jaminan tingkat kepuasan konsumen.

Menarik perhatian pelanggan juga dapat dilakukan dengan membangun komunikasi secara teratur kepada konsumen. Sebuah komunikasi dapat terjalin dengan baik jika pelanggan mengetahui secara jelas mengenai bisnis tersebut.

Tidak ada salahnya jika dinas pariwisata selalu berusaha memperkenalkan diri kepada pelanggan kita, baik melalui iklan maupun secara langsung. Hal ini disampaikan oleh masyarakat yang telah membelinya, mengatakan bahwa :

*“ya saya senang sekali, cara penyampaian mereka kepada masyarakat sangat baik dan jelas , karena dengan mencari tau tentang informasi produk yang kita inginkan kita jadi lebih tau manfaat produk itu apa, kualitas produk itu seperti apa. Jadi kita lebih paham dengan produk yang kita inginkan.”. (Hasil Wawancara Masyarakat Bapak Izul).*

Dari hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa menarik perhatian konsumen memang sangat berpengaruh dalam proses pemasaran agar menimbulkan kesan yang baik. dinas pariwisata akan memaksimalkan dalam bekerja demi mempertahankan kualitas pemasaran sehingga tujuan akhir kepuasan dapat tercapai.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. Maka, perusahaan penyedia produk dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai kepuasan konsumen melalui cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalisir pengalaman yang kurang menyenangkan konsumen dalam mengkonsumsi produk.

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan konsumen telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan. dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan



implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini di sampaikan oleh kepala bidang pariwisata mengatakan bahwa :

*Dari beberapa konsumen yang kita ketahui bahwa ada beberapa menyatakan puas dan ada yang tidak, Kepuasan konsumen, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. ”.(Hasil Wawancara Kepala Bidang Pariwisata Kardiyantomo)*

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen sangat berpengaruh pada apa yang telah dirasakan masyarakat dan sejauh ini dinas pariwisata bekerja dengan sebaik mungkin tetapi begitu juga sebaliknya. Dinas pariwisata harus bekerja dengan lebih baik lagi sehingga konsumen dapat merasakan tingkat kepuasan dari produk tersebut.

Selanjutnya wawancara dengan Sekretaris ,beliau menyatakan;

*Saya kira dinas pariwisata sudah berusaha memberikan kualitas dan kuantitas yang terbaik kepada konsumen,apabila ada kekurangan kami memberikan pernyataan bahwa dinas pariwisata masih mempunyai kekurangan atau pelayanan yang belum maksimal. (Hasil Wawancara dengan Sekretaris ibuk Arifani Sa’adah)*

Dari hasil wawancara diatas dapat kita ketahui bahwa dinas pariwisata pemuda dan olahraga selatpanjang kabupaten kepulauan meranti sudah berupaya memberikan kualitas dan kuantitas terbaik dari jasa atau produk tersebut. Walaupun masih ada beberapa konsumen yang tidak merasakan kepuasan dari produk tersebut.

dari pengukuran kepuasan konsumen diatas, dapat disimpulkan indikator kepuasan konsumen sebagai berikut: ketepatan hasil, pelayanan, cepat tanggap masalah, cepat tanggap keluhan, pengetahuan dan kecakapan karyawan, komunikasi yang efektif, dan bertanggung jawab.

### 3. Promosi Penjualan

promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen sebagai usaha untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya. Bagian penjualan atau pemasaran dari sebuah perusahaan akan mengembangkan promosi (promotion) untuk menginformasikan mengenai produk mereka sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

Promosi merupakan kegiatan yang penting untuk dilaksanakan perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Sedangkan promosi sendiri dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengendalikan seseorang organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Penerapan promosi pemasaran ada kalanya tidak tepat sasaran dan hasil yang kurang optimal. Hal ini disebabkan adanya pemilihan media yang kurang tepat, sehingga terjadi pemborosan dan misi utama perusahaan untuk memperkenalkan produknya menjadi gagal. Dengan demikian perlu dilakukan suatu strategi tentang pemahaman dan penerapan advertising yang tepat guna dan sasaran secara efektif dan efisien, sehingga tujuan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dapat tercapai. Tujuan menggunakan konsep pemasaran adalah untuk memperbaiki hubungan konsumen karena hubungan yang lebih baik sangat menguntungkan bagi perusahaan, dan dapat meningkatkan laba. Untuk dapat meningkatkan laba perusahaan harus dapat meningkatkan volume penjualan.

Hasil observasi langsung yang terkait dalam promosi penjualan menaikkan omset penjualan dan juga keuntungan/laba di dinas pariwisata pemuda dan olahraga di selatpanjang kabupaten kepulauan meranti .Hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata, mengatakan bahwa:

*Kami melakukan Sebuah promosi fisik yang biasanya diadakan langsung di lingkungan masyarakat terjadi pada acara-acara tertentu pada suatu tempat seperti sebuah pameran, festival, bazar, konser, dan acara-acara lainnya. Sering kali, para penjual membuka semacam kedai atau stand atau booth untuk melakukan display produk dan menawarkannya kepada calon konsumen yang hadir di acara tersebut. selain itu masih ada juga acara lain untuk menyebarluaskan sebuah produk yaitu, promosi melalui media tradisional dan promosi media digital. (Hasil Wawancara dengan Kepala Dinas Agung Setiawan)*

Dari hasil wawancara diatas dapat kita ketahui Promosi penjualan secara fisik atau langsung ini memberikan keuntungan untuk dapat menjangkau para calon konsumen secara langsung karena pelaku bisnis dapat melakukan demonstrasi secara langsung terhadap produk yang ditawarkan. Di sisi lain, para calon konsumen juga bisa terlibat secara interaktif dalam menanyakan beberapa hal mengenai produk yang dijual. Kondisi bertemu langsung secara kontak fisik ini bisa digunakan oleh pelaku bisnis untuk merayu atau membujuk para calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan di saat itu juga dengan menggunakan interaksi yang sedang berlangsung.

Strategi promosi melalui penawaran produk secara gratis masih dianggap sebagai metode yang paling berhasil. Sebab, masyarakat mana yang tidak menginginkan suatu produk yang diberikan secara cuma-cuma? Alasan lain dari strategi ini adalah bisa saja masyarakat belum membeli produk karena mereka memang belum merasa perlu menggunakannya. Sehingga saat mereka

mendapatkan produk tersebut melalui penawaran produk gratis, mereka akan mencoba dan memungkinkan akan terjadi pembelian setelahnya. Wawancara dengan masyarakat menambahkan bahwa:

*Sebelum melakukan penjualan biasanya dinas pariwisata melakukan penawaran produk secara gratis sehingga kami dapat merasakan khas rasa makanan dari sagu tersebut, setelah itu kami akan mencoba untuk membelinya, (Hasil Wawancara Masyarakat Bapak Izul).*

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa Hal seperti itu akan memberikan keuntungan bagi bisnis Anda. Para konsumen Anda akan tertarik dengan produk yang Anda tawarkan agar mendapatkan yang mereka inginkan. Melakukan promosi seperti itu adalah metode yang tepat jika ingin menaikkan *engagement* dengan konsumen Anda dan mendapatkan kepercayaan dalam produk yang Anda tawarkan. Selain itu, menggunakan promosi gratis bisa meningkatkan jumlah konsumen yang bisa menunjang jalannya bisnis.

Melakukan promosi sebenarnya bukan perkara mudah. Promosi yang dilakukan haruslah sesuai dengan sasaran promosi atau target pasar dari produk yang dijual. Selain itu, metode promosi yang digunakan juga harus efektif dan bisa menjamin bahwa produk yang ditawarkan akan laku dibeli. Selanjutnya wawancara dengan sekretaris mengatakan bahwa :

*Tidak semuanya promosi kami berjalan dengan baik disebabkan banyak hal seperti kegagalan dalam memproduksi produk-produk cacat fisik dan lain-lain dan masalah lain seperti tidak melakukan promosi dengan metode yang tepat. (Hasil Wawancara dengan Sekretaris Ibuk Arifani Sa'adah)*

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa promosi penjualan merupakan hal yang penting yang harus dilakukan sebagai bentuk apresiasi konsumen, Melakukan promosi adalah kunci dalam dunia bisnis. Tanpa adanya promosi,

sebuah bisnis tidak akan berjalan dengan baik. Bahkan, bisnis akan kacau dan cepat gulung tikar. Oleh karena itu dinas pariwisata harus melakukan promosi produk dengan tepat adalah hal yang perlu dipelajari .

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa penjualan promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata pemuda dan olahraga sudah dikatakan baik,namun belum semuanya promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata pemuda dan olahraga berjalan dengan baik,dikarenakan masih ada beberapa kendala yang di alami oleh dinas tersebut.

#### **4. Hubungan masyarakat**

Tjiptono (2004) menyatakan bahwa hubungan masyarakat dan publisitas adalah upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Dalam pengertian ini, yang dimaksud kelompok adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kelompok-kelompok tersebut bisa terdiri atas karyawan dan keluarganya, pemegang saham, pelanggan, khalayak/orang-orang yang tinggal di sekitar organisasi, pemasok, perantara, pemerintah, serta media masa.

Sunarto (2004) menyatakan bahwa hubungan masyarakat adalah kegiatan membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menyingkirkan gosip, cerita, dan peristiwa yang dapat merugikan. Sementara itu, Kotler (2001) menyatakan bahwa hubungan masyarakat adalah meliputi berbagai program yang

dirancang untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.

Hasil observasi dimana masyarakat menikmati produk (barang / jasa), maka biasanya produsen meminta tanggapan pelanggan. Tanggapan pelanggan adalah istilah marketing yang menggambarkan proses untuk mendapatkan pendapat dari masyarakat tentang produk atau jasa yang telah dinas pariwisata tawarkan. Tanggapan itu menjadi penting karena memberikan umpan balik yang baik untuk meningkatkan kualitas produk dinas pariwisata. Masyarakat sangat penting bagi dinas pariwisata harus merasa bahwa produk yang di tawarkan sangat penting dan bermanfaat bagi mereka. Hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata mengatakan bahwa :

*Tanggapan Masyarakat sangat mendukung dengan adanya promosi sagu yang kami jalankan, walaupun dari beberapa masyarakat yang berpendapat lain dan itu tidak terlalu menjadi masalah, masyarakat juga sangat penting bagi kita dan dengan adanya masyarakat produk yang sedang kami jalan sangat terbantu karna jasa mereka, dan kami membuka lapangan kerja untuk masyarakat yang membutuhkan tenaga kerja. (Hasil Wawancara dengan Kepala Dinas Bapak Agung Setiawan)*

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa masyarakat sangat penting bagi dinas pariwisata pemuda dan olahraga dan begitu juga sebaliknya, walaupun beberapa dari masyarakat yang kurang mendukung dengan adanya promosi yang dijalankan oleh dinas tersebut.

Selanjutnya wawancara dengan masyarakat menambahkan :

*Promosi sagu yang di jalankan oleh dinas pariwisata sangat membantu sekali terutama buat saya sendiri dan sebagai konsumen dan penikmat makanan sagu dan mungkin juga dapat di rasakan masyarakat lainya. dan kami berharap produk ini berkembang pesat di negara lain dan tidak hanya di lokal saja, (Hasil Wawancara Masyarakat Bapak Izul).*

Dari Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa tanggapan masyarakat dalam promosi sagu yang dilakukan oleh dinas pariwisata berdampak positif bagi masyarakat .Hanya saja belum diketahui oleh masyarakat lain yang tidak menyukai produk makanan sagu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pariwisata, menyatakan :

*Intinya masyarakat sangat berperan penting dalam proses pengembangan sagu yang ada di selatpanjang kabupaten kepulauan meranti ini, apa lagi di meranti adalah penghasil sagu terbesar di asia,dari cocok tanam sampai proses pembuatan semua hasil kerja keras dari masyarakat. ”.(Hasil Wawancara Kepala Bidang Pariwisata Bapak Kardiyantomo)*

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat sangat berperan penting bagi dinas pariwisata pemuda dan olahraga masyarakat adalah kegiatan membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun citra perusahaan yang baik pula.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sekretaris, beliau menyatakan :

*Kami sangat terbantu sekali dengan adanya masyarakat,dikarenakan masyarakat adalah kunci awal dari mulanya produk sagu yang kami kembangkan,maka dari itu kami sangat berterima kasih kepada masyarakat yang telah mendukung kami untuk memajukan produk khas dari meranti ini. (Hasil Wawancara dengan Sekretaris Arifani Sa’adah)*

Dari wawancara diatas diketahui bahwa masyarakat adalah aspek yang paling diutamakan bagi dinas pariwisata pemuda dan olahraga karna masyarakat meliputi berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dimana sebagian hubungan masyarakat dengan dinas pariwisata pemuda dan olahraga berjalan

dengan baik, dikarenakan masyarakat adalah faktor utama bagi dinas pariwisata pemuda dan olahraga masyarakat adalah subjek yang akan selalu ditemui oleh wirausahawan sosial, baik sebagai penerima manfaat maupun pihak yang membantu wirausahawan sosial mencapai tujuannya. Oleh karena itu menjaga hubungan baik dengan masyarakat adalah kewajiban bagi wirausahawan sosial. Untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat, wirausahawan sosial harus memiliki praktik hubungan masyarakat atau *public relations* yang baik pula.

### **5. Pemasaran Langsung**

Pemasaran langsung atau *direct marketing* merupakan salah satu metode penjualan yang menggunakan media pemasaran langsung tanpa adanya pihak yang menjadi perantara pemasaran dalam kegiatan transaksi jual-beli dan tawar-menawar suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Pemasaran langsung adalah strategi pemasaran untuk menghasilkan suatu kontak langsung dengan pelanggan dalam melakukan kampanye iklan layanan atau produk. Pemasaran langsung atau *direct marketing* adalah sistem pemasaran yang memakai berbagai media iklan untuk berinteraksi secara langsung dengan target konsumen. Biasanya interaksi ini dilakukan melalui telepon, email, atau bertemu langsung dengan konsumen agar bisa mendapatkan respon secara langsung. Pemasaran langsung suatu cara pemasaran dimana perusahaan ingin menjalin komunikasi secara langsung dengan konsumen. Strategi ini dianggap efektif karena bisa berinteraksi serta membuat database pelanggan yang juga dapat mengaktifkan komunikasi pemasaran dengan menggunakan berbagai media guna mendorong respon konsumen. sistem pemasaran yang memakai saluran langsung untuk



mencapai konsumen dan menyerahkan barang atau jasa kepada konsumen tanpa adanya perantara.

bisa kita simpulkan bahwa pemasaran langsung atau direct marketing adalah cara pemasaran yang digunakan perusahaan dengan berkomunikasi atau berinteraksi langsung kepada pelanggan dengan tujuan akhir yaitu menjual produknya kepada pelanggan.

Pemasalahan yang berdasarkan Hasil observasi Personal selling merupakan contoh pemasaran langsung dimana proses dalam memasarkan produk dilakukan secara langsung dengan cara bertatap muka dengan calon pembeli. Namun ketika peneliti mengamati tidak semuanya pemasaran langsung yang dilaksanakan berjalan dengan baik, Pada umumnya, perusahaan akan mensurvey terlebih dahulu tempat yang dijadikan lokasi dalam melakukan personal selling. Hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata, mengatakan bahwa:

*Adapun hambatan saat melaksanakan personal selling adalah ketika sulit menghubungi konsumen karena tidak menjawab kontak melalui berbagai media baik media elektronik maupun media sosial seperti nomor handphone tidak bisa dihubungi maka solusinya adalah melakukan kontak kembali dengan konsumen untuk memastikan pemesanan produknya. (Hasil Wawancara dengan Kepala Dinas Bapak Agung Setiawan)*

Dari hasil wawancara diatas dapat kita ketahui bahwa personal selling sangat penting dilakukan karna Personal selling suatu cara pemasaran dimana perusahaan ingin menjalin komunikasi secara langsung dengan konsumen.akan tetapi masih ada hambatan seperti ketidakjelasan konsumen dalam memastikan pemesanan yang dialami oleh dinas pariwisata .

Tingkat kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan. bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/hasil sesuatu produk dan harapan-harapannya. Selanjutnya wawancara dengan Masyarakat menambahkan :

*Saya sebagai konsumen termasuk sudah menjadi pelanggan tetap di dinas pariwisata pemuda dan olahraga,saya menyatakan sedikit puas baik dari dalam bentuk produk maupun dari segi informasi penyampainnya,namun hanya saja saya tidak tahu dengan masyrakat lain apakah sama seperti yang saya rasakan. ,(Hasil Wawancara Masyarakat Ibuk Yanti).*

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap dinas pariwisata terkesan dengan baik, penyampaian informasi juga merupakan faktor yang sangat penting dalam pemasaran langsung. Informasi yang disampaikan kepada pelanggan harus jelas, terukur tetapi tidak berlebihan. Dalam melakukan pemasaran, penjual harus menguasai produk yang dijual serta menggunakan kalimat yang bisa menarik perhatian pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pariwisata,beliau menjelaskan :

*Sebelum melakukan pemasaran,kami terdahulukan memilih produk-produk yang terbaik untuk konsumen dan sesuai dengan pemesanan yang telah dipesan,agar tidak terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti cacat produk ,bentuk produk tidak memenuhi apa yang diinginkan konsumen dan agar tidak terjadi kesalahpahaman. (Hasil Wawancara Kepala Bidang Pariwisata Bapak Kardiyantomo)*

Dari hasil wawancara diatas sudah dapat diketahui bahwa yang paling diutamakan sebelum melakukan pemasaran dinas pariwisata sudah memilih

produk-produk yang berkualitas, upaya untuk mempertahankan kualitas produknya untuk konsumen. Berdasarkan hasil Wawancara dengan sekretaris, menyatakan :

*Dari konsumen pasti ada ketidakpuasan dengan produk yang telah kami berikan, ada beberapa kritikan dan keluhan dari konsumen yang pernah saya dengar, akan tetapi tanpa diketahui oleh atasan karna saya menjaga nama baik dari atasan. bahwasanya kami telah bekerja dengan baik (Hasil Wawancara dengan Sekretaris)*

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pemasaran langsung yang telah dilakukan oleh dinas pariwisata pemuda dan olahraga telah dijalankan dengan sebaik baiknya namun masih ada beberapa kritikan yang diterima, dinas pariwisata harus lebih bekerja lagi untuk konsumen maupun masyarakat lainnya demi mencapai hasil yang maksimal.

Dari hasil penelitian pada indikator Pemasaran langsung atau *direct marketing* diatas dapat disimpulkan Pemasaran langsung di Dinas pariwisata dapat dianalisa bahwa strategi pemasaran menghasilkan suatu kontak langsung dengan konsumen. Namun belum seluruhnya salesman melakukan pemasaran langsung dengan maksimal.

Dari hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa Tugas Dinas Pariwisata Pemuda dan olahraga Dalam Promosi makanan sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti sudah dijalankan dengan sesuai prosedur Jadi dengan begitu bisa kita ketahui bahwa masyarakat merupakan kumpulan manusia yang memiliki kebutuhan dan juga keinginan atau juga dapat disebut sebagai sumber potensial yang bisa mendorong terjadinya permintaan pada pasar, dengan begitu yang menjadi sasaran promosi adalah masyarakat.

## B. Hambatan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti

Hambatan Tugas Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Dalam Promosi Makanan Sagu di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti terkendal oleh berapa hal ;

### 1. Keterbatasan Biaya Dalam Melakukan Promosi

Hal Tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga beliau mengatakan ;

*“ Biaya promosi adalah nilai yang dikorbankan atau dikeluarkan oleh Dinas pariwisata cukup besar ,sehingga kami sedikit mengalami kesulitan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh dinas ini. Biaya promosi ini ditentukan dinas pariwisata dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan promosi barang atau produk. memakai alat promosi yang berbeda satu dengan lainnya, hal ini berkaitan dengan promosi seperti apa yang cocok bagi dinas ini, sehingga dengan menggunakan beberapa alat promosi, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pun akan terdiri dari beberapa macam alat promosi, sehingga total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan saat melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, iklan di media elektronik dan lain-lain. (Hasil Wawancara dengan Kepala Dinas Bapak Agung Setiawan)*

**Tabel 4.7: Biaya Promosi Periklanan Pertahun**

Tahun	Biaya Iklan (Juta Rupiah)	Volume penjualan (Juta Unit)	Pengeluaran (Juta Rupiah)
2015	38	23	357
2016	40	20	320
2017	41	19	309
2018	43	21	299
2019	42	20	355
2020	32	21	322

*Sumber: Dinas pariwisata Pemuda dan Olahraga*

Hasil Wawancara diatas menjelaskan bahwa biaya promosi yang dikeluarkan dari dinas pariwisata pariwisata cukup besar,sehingga mengalami kesulitan untuk kepentingan promosi barang dan produk untuk pemasaran sehingga promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata kurang maksimal ,untuk kedepanya perlu dilakukan pertimbangan atau perbaikan sehingga dapat mengoptimalkan promosi tersebut.

## 2. Target pemasaran yang terlalu luas

Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Pariwisata beliau

Mengatakan bahwa :

*Untuk saat ini kami bekerja dengan Target pasar yang telah ditentukan,secara internasional juga masih dalam pengembangan ,untuk lokal saja kami masih mengalami kesulitan, para sales kadang menjual produknya ke sasaran konsumen yang tidak tepat, hal ini membuat produk yang ditawarkan tidak diminati oleh konsumen. Misalnya, seorang pengusaha menjual produk sagu dan target pasarnya adalah masyarakat di daerah pemukiman yang mereka berpenghasilan pas-pasan. Sudah dapat dipastikan omset penjualan produk mereka akan sangat rendah. (Hasil Wawancara Kepala Bidang Pariwisata Bapak Kardiyantomo)*

Hasil wawanacara diatas salah merupakan suatu hal yang sering terjadi di dalam berwirausaha. Seharusnya perlu perencanaan yang matang sebelum menetapkan target pasar ataupun target konsumen.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Tugas dinas pariwisata pemuda dan olahraga dalam promosi makanan sagu diselatpanjang kabupaten kepulauan meranti segala aktifitas marketing atau penjualan yang dilakukan di tingkat retail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya aware dengan produk kita. Salah satunya adalah event. Promosi seperti itu signifikan dalam penjualan dengan event menjadi lebih menarik, semua aktifitas ini biasanya dilakukan oleh kantor perwakilan di daerah yang menjadi area pemasarannya. Event merupakan media yang 'langsung' mengena pada audience karena sifatnya yang memudahkan audience langsung menyerap satu produk atau pesan saja.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik saran sebagai berikut :

Dalam event seperti itu dengan target seperti itu seharusnya persiapannya haruslah sangat matang. Harus mempunyai waktu yang cukup merencanakan acaranya. Tidak sekedar ide dan pelaksanaan saja, persiapan segala sesuatunya harus benar-benar dipikirkan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Kepanitiaannya juga harus tersusun rapi, terorganisir dengan baik.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, Buchari, 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- Angipora, Marius P, 2002 *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Durianto, Darmadi, 2011, *Strategi Menaklukan Pasar*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Dwijowijoto, Riant Nugroho, 2003. *Kebijakan Publik : Formulasi, Implementasi, dan evaluasi*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Indrawijaya, Adam I. 2013. *Pelaku Organisasi*. Sinar Baru Algesindo. Bandung
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan Hendra Teguh, SE, Al dan Romy A, Rusly, SE, AK,; Edisi kesembilan jilid 1, Prenhallindo, Jakarta
- Kountur, Ronny, 2007, *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat: Jakarta
- Makmur.2013. *Filsafat Adminitrasi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ndraha, Tlizuduhu. 2011 .*Kybernlogi (ilmu pemerintahan baru 1)*. PT rineka cipta Jakarta
- \_\_\_\_\_,2005, *Manajemen Pelayanan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Nugroho,Rian,2014..*Public Policy*. Gava Media Jakarta
- Pasolong,2013 *Metode Penelitian Adminitrasi Publik*, Alfabeta. Bandung.
- Suryadinata, 2012. *Skripsi Ilmu Pemerintahan Rijalul Fikri*. Pekanbaru. Perpustakaan Fisipol Uir
- Syafiie, Inu Kencana, 2005. *Ilmu Pemerintahan ( Edisi Revisi )*. Mandar Maju, Bandung.
- \_\_\_\_\_,Kencana, 2008. *Perbandingan Pemerintahan*. Bandung. PT.Refika Aditama.

- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyama, A Gima (2008), *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*, Guardaya Intimarta, Bandung.
- Simarora, Bilson, 2001, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, edisi pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Stanton, Wiliam J, 1997, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa: Yohanes Lamarto, edisi ketujuh, Penerbit Erlangga: Jakarta
- Sudjana, 1989, *Desain dan Analisis Eksperimen*: Tarsito, Sugiono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*: Alfabeta, Bandung
- \_\_\_\_\_, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan ( Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*: Alfabeta, Bandung
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*: Liberty, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_. 2012. *Sistem Adminitrasi Negara Republik Indonesia (Sanri)*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Syaprianto dan Panca Setyo Prihatin, 2016, *Peranan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Dalam Membantu Kepala Desa Menyusun Rencana Pembangunan Desa, Jurnal WEDANA Jurnal Pemerintahan, Politik dan Birokrasi*, Vol. II Nomor 1 April 2016
- Sukardi, Nyoman, 1998, *Pengantar Pariwisata*, STP Nusa Dua: Bali
- Suwantoro, Gamal, 2002, *Dasar-dasar Pariwisata*, Andi: Yogyakarta
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah, 2011, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, CV. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy, 1989, *Pemasaran Pariwisata*, Pranadya Paramita
- Wahab, Solichin Abdul, 2005. *Analisis Kebijakan : Dari formulasi ke Implementasi Kebijakan negara*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Wibawa Samodra. 2001. *Politik Perumusan Kebijakan Publik*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Winarno, Budi. 2007. *Kebijakan Publik : Teori dan Proses*, Yogyakarta : Media Pressindo.



Yoeti, Oka A, 1996, Pengantar Pariwisata, Aksara: Bandung

\_\_\_\_\_, 1997, Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, PT. Karya Impres, Jakarta

Zulkifli Dkk. 2013. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan Kertas Kerja Mahasiswa*. FISIPOL UIR : Pekanbaru

#### **Peraturan Perundang-undangan**

Peraturan Bupati Kepulauan Meranti Nomor 42 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Pokok Dan Fungsi, Serta Tata Kerja Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.

#### **Skripsi & Jurnal**

Siti Jumiatur. *THE IMPLEMENTATION OF PROMOTION FOOD SAGU IN SELAT PANJANG KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI* ( Studi Kasus jenis promosi yang telah dilaksanakan oleh pihak pengelola dinas perindustrian dan perdagangan yang meliputi Advertising, Sales Promotion, Publicity, dan Personal Selling dalam upaya meningkatkan jumlah target promosi yang lebih baik lagi) Program Studi Ilmu Administrasi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau)