


## **Strategi Pengembangan Objek Wisata Rimbo Panti Oleh Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Di Kabupaten Pasaman**

<sup>1</sup>Maulida Syafitri, <sup>2</sup>M. Fachri Adnan

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Universitas Negeri Padang

<sup>2</sup>Universitas Negeri Padang

Article Info	Abstrak
<p><b>Article history:</b> Diterima: 16 Agustus 2021 Terbit : 02 November 2021</p>	<p>Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan tentang strategi pengembangan objek wisata rimbo panti yang dilakukan oleh dinas pemuda olahraga dan pariwisata di kabupaten pasaman. Penelitian ini dilakukan dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan yang terjadi di objek wisata ini, diantaranya adalah kurang terawatnya fasilitas pendukung yang tersedia, kurangnya perhatian pemerintah terhadap pariwisata kabupaten pasaman khususnya objek wisata rimbo panti, sumber daya manusia di dinas terkait masih kurang baik kualitas maupun kuantitas, serta pemasaran atau promosi yang dilakukan juga masih belum maksimal, juga masih kurangnya keterlibatan masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara, study pustaka, pengamatan dan study dokumentasi. Teknik uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam strategi pengembangan yang dilakukan masih belum optimal, masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam pengembangan objek wisata ini.</p>
<p><b>Keywords:</b> <i>Pengembangan, Strategi, dan SWOT</i></p>	<p><i>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</a></i></p> 

**Corresponding Author:**

**Maulida Syafitri**

*Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Universitas Negeri Padang*

Email: [maulidasyafitri08@gmail.com](mailto:maulidasyafitri08@gmail.com)

### **1. PENDAHULUAN**

Menurut Khusnul, Wilopo dkk (2017) dalam penelitian tentang strategi pengembangan destinasi pariwisata budaya (study kasus pada kawasan situs trowulan sebagai pariwisata budaya unggulan kabupaten mojokerto menyatakan bahwa objek wisata ini dapat menjadi pariwisata unggulan di mojokerto tapi masih terdapat beberapa masalah seperti kurangnya keterlibatan masyarakat, aksesibilitas yang cukup sulit, kurangnya promosi serta akses dan sarana pendukung objek wisata. Meskipun pemerintah mojokerto sudah berupaya

memperbaiki akses di kawasan objek wisata, wisatawan masih bingung dan kesulitan menemukan objek wisata ini. Kristian dan Sumono (2020) tentang “Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan destinasi pariwisata di kabupaten jember sudah cukup baik, hanya saja promosi yang dilakukan pemerintah masih kurang efektif dalam meningkatkan minat pengunjung objek wisata. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah strategi pengembangan objek wisata rimbo panti oleh dinas pemuda olahraga dan pariwisata di kabupaten pasaman masih mengalami beberapa masalah yaitu, kurang terawatnya fasilitas pendukung yang tersedia, kurangnya perhatian pemerintah terhadap pariwisata kabupaten pasaman khususnya objek wisata rimbo panti, sumber daya manusia di dinas terkait masih kurang baik kualitas maupun kuantitas, serta pemasaran atau promosi yang dilakukan juga masih belum maksimal, juga masih kurangnya keterlibatan masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan objek wisata ini.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### **Konsep Pariwisata**

Pariwisata yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apa pun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji ( Yudi, 2017).

Menurut Tebay, (2019) bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang di selenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Obyek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut SK. MENPARPOSTEL No.: KM. 98 / PW.102 / MPPT-87, Obyek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Obyek wisata dapat berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa objek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain.

Berdasarkan penjelasan beberapa teori di atas, bahwa dapat diketahui bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri (meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain) untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

### **Strategi Pengembangan Pariwisata**

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan dan pengelolaan objek wisata. Dengan adanya pengembangan objek wisata rimbo panti diharapkan akan memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Sehingga dapat menambah minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata rimbo panti, dengan begitu objek wisata rimbo panti dapat menjadi salah satu sumber pendapatan daerah kabupaten pasaman.

Menurut Cooper dkk dalam Sunaryo (2013: 159) menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut:

- a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/artificial.

- b. .Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
- d. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata.
- e. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

Menurut Dewi, (2015: 104) bahwa strategi pengembangan objek wisata ada beberapa hal yaitu, strategi pengembangan fasilitas wisata, strategi pengembangan infrastruktur, strategi pengembangan produk, strategi pengembangan investas, strategi pengembangan sdm, strategi pengembangan pengelolaan lingkungan, strategi pengembangan sumberdaya budaya, strategi pengembangan ketataruangan, strategi pengembangan pasar dan pemasaran, dan strategi pengembangan kelembagaan.

Menurut Madiun (2010) yang dikutip dari Sudarso (2016) menyatakan bahwa terdapat dua model dalam pengembangan pariwisata yaitu, model konvensional dan model non konvensional.

### **Faktor Penghambat Pengembangan**

Menurut Meiwany (2018) faktor penghambat dalam pengembangan objek wisata yaitu, kurangnya peran serta masyarakat dalam sector pariwisata, kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sector pariwisata, kurangnya kuantitas dan spesialisasi sumber daya manusia pada dinas terkait, kurangnya kerjasama dengan investor, belum terdapat sistem promosi yang menarik, keterbatasan sarana dan prasarana pada dinas terkait dan objek wisata.

### **Analisis SWOT**

Menurut Fajar (2020) analisis SWOT merupakan singkatan dari empat kata yaitu, *strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam suatu spekulasi bisnis.

Rangkuti (2014) dalam Sandy (2019) berpendapat bahwa analisis SWOT merupakan analisis situasi yang terdiri dari:

1. Kekuatan (*strength*) merupakan sumber atau kemampuan yang dikuasai atau yang tersedia bagi perusahaan dan memberikan keuntungan dibandingkan dengan parapesaingnya dalam melayani kebutuhan para pelanggan.
2. Kelemahan (*weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam salah satu sumberdaya atau kemampuan (*capability*) organisasi dibandingkan dengan parapesaingnya yang menciptakan kerugian dalam usaha memenuhi kebutuhan parapelanggan secara efektif.
3. Peluang (*opportunities*) merupakan situasi yang menguntungkan didalam lingkungan organisasi. Kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi merupakan sebuah peluang.
4. Ancaman (*threats*) merupakan situasi utama yang tidak menyenangkan didalam sebuah lingkungan. Ancaman adalah rintangan utama terhadap posisi saat ini atau posisi yang diinginkan perusahaan atau organisasi.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Pengembangan Objek Wisata Rimbo Panti Oleh Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata di Kabupaten Pasaman**

Strategi pengembangan pariwisata sangat lah penting dalam sebuah objek wisata. Dengan adanya pengembangan objek wisata, pengunjung akan mendapatkan kenyamanan dan kepuasan yang membuat wisatawan betah sehingga meningkatkan minat pengunjung untuk berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut.

Objek wisata rimbo panti adalah salah satu objek wisata andalan yang dimiliki oleh kabupaten pasaman. Objek wisata ini memiliki keunikan dengan adanya sumber air panas alami yang mencapai 100 derajat selsius, dapat digunakan untuk merebus telur sembari menikmati kesejukan yang tersedia di objek wisata rimbo panti.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai “strategi pengembangan objek wisata rimbo panti oleh dinas pemuda olahraga dan pariwisata kabupaten di pasaman” yang peneliti lakukan di Pantai objek wisata Rimbo Panti. Adapun yang akan dibahas dalam pembahasan ini adalah masalah yang terkait dengan rumusan masalah yang telah penulis rumuskan serta akan dijawab dengan menggunakan teori serta diperkuat dengan temuan penelitian yang ada. Menurut Dewi, (2015:104) bahwa strategi pengembangan objek wisata mencakup beberapa hal yaitu sebagai berikut:

**a. Strategi pengembangan fasilitas**

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan. Fasilitas yang memadai dapat menjadi salah satu daya tarik untuk wisatawan agar dapat berkunjung kembali ke objek wisata rimbo panti. Adapun fasilitas umum yang tersedia di objek wisata rimbo panti adalah Musholla yang digunakan untuk ibadah bagi wisatawan muslim, Toilet, Tempat parkir dan pemandian air panas, juga tersedia beberapa warung makanan di objek wisata rimbo panti. Permasalahan yang terjadi pada objek wisata rimbo panti adalah fasilitas yang tersedia tidak dirawat dengan baik, bahkan beberapa fasilitas tidak layak untuk digunakan lagi karena dalam kondisi yang sangat mengkhawatirkan. Seperti musholla kondisinya sangat buruk, lapuk dan banyak ditumbuhi lumut, sehingga tidak layak untuk digunakan. Kanopi yang merupakan jalan menuju tempat pemandian air panas juga sudah rusak dan berlubang, fungsi utama kanopi adalah untuk dapat terhindar dari panas dan hujan, tapi kanopi tidak berfungsi dengan baik lagi karena kondisi yang sudah berlubang. Ninik dan Achmad (2017) tentang pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Aston Madiun Hotel dan Conference Center menyatakan bahwa fasilitas wisata sangat berperan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan dengan adanya kelengkapan fasilitas pariwisata akan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar objek wisata.

**b. Strategi Pengembangan Infrastruktur**

Infrastruktur erat kaitannya dengan aksesibilitas yaitu mencakup kemudahan sarana dan prasarana transportasi menuju objek wisata rimbo panti. Infrastruktur yang dimaksud adalah infrastruktur telekomunikasi, listrik, jalan raya dan transportasi. Sarana transportasi dan jalan raya di objek wisata rimbo panti sudah sangat baik. Objek wisata rimbo panti sangat mudah untuk diakses. Wisatawan dapat berkunjung menggunakan kendaraan apa saja, seperti sepeda motor, mobil, hingga menggunakan bus ataupun kendaraan umum lainnya.

Sementara itu infrastruktur objek wisata rimbo panti masih kurangnya lampu jalan di sepanjang jalan objek wisata rimbo panti sehingga dapat menyebabkan rawan kecelakaan pada malam hari. Arie dan Triono (2017) tentang strategi pengembangan infrastruktur wisata terintegrasi mengatakan bahwa untuk mendukung pariwisata

Indonesia maka di perlukan pengembangan infrastruktur yang memadai di kawasan pariwisata.

**c. Strategi Pengembangan SDM**

Dalam pengembangan sumber daya manusia dinas pemuda olahraga dan pariwisata kabupaten pasaman mengadakan pelatihan kepada pegawai untuk meningkatkan kompetensi pegawai. Sumber daya manusia adalah semua aspek manusia yang berhubungan dengan pengembangan objek wisata rimbo panti. Sumber daya manusia disini bukan hanya dari dinas pariwisata saja tapi juga dari masyarakat dan pedagang yang berjualan di sekitar objek wisata. Kekurangan dari pengembangan sumber daya manusia di objek wisata rimbo panti adalah kurangnya kerja sama dinas pariwisata dengan pedagang dan masyarakat nagari rimbo panti dalam pengelolaan objek wisata rimbo panti. Sementara itu Sri (2018) dalam penelitian tentang peran sumber daya manusia dalam pengembangan pariwisata ciamis mengatakan bahwa sumber daya manusiasangat penting dalam pengembangan pariwisata kabupaten ciamis sebagai kunci keberhasilan untuk meningkatkan kinerja lebih baik sehingga hasilnya lebih optimal.

**d. Strategi Pengelolaan Lingkungan**

Pengelolaan lingkungan objek wisata rimbo panti saat ini masih kurang baik. Seperti yang dikatakan oleh salah satu narasumber selaku pedagang di objek wisata rimbo panti, beliau mengatakan bahwa petugas kebersihan di objek wisata ini masih kurang optimal. Terutama di objek wisata air panasnya, karena objek wisata ini di kelilingi oleh pohon pohon besar, jadi banyak daun yang berguguran sehingga membuat tempat wisata ini menjadi kotor, harusnya dibersihkan setiap hari, akan tetapi petugas kebersihan hanya datang tiga sampai empat kali dalam seminggu. Masalah yang terjadi juga di sebabkan oleh kurangnya kesadaran pengunjung dan masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya. Sehingga membuat tempat wisata ini terlihat kumuh dan kotor.

**e. Pengembangan Pasar dan Pemasaran**

Dinas pemuda olahraga dan pariwisata melakukan pengembangan pasar dan pemasaran dengan cara mempromosikan objek wisata rimbo panti ke berbagai daerah seperti mempromosikan saat ada festival di Bali dan pentas seni di beberapa daerah. Selain itu pada hari besar seperti hari raya dan tahun baru dinas pemuda olahraga dan pariwisata melakukan pengadaan acara-acara, bekerjasama dengan masyarakat. Promosi dilakukan agar meningkatkan keingintahuan wisatawan terhadap objek wisata dan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata rimbo panti. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hugo dkk (2014) kunjungan wisatawan dapat semakin banyak dengan adanya promosi atau pemasaran terhadap objek wisata.

**f. Pengembangan Kelembagaan**

Pengembangan kelembagaan yaitu terkait dengan pihak pihak yang mengelola objek wisata rimbo panti. Pengembangan objek wisata rimbo panti di dukung penuh oleh dinas pemuda olahraga dan pariwisata akan tetapi pemerintah daerah masih kurang melirik pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan daerah, karena adanya objek wisata Equator Bonjol yang lebih terkenal saat ini.

**Analisis SWOT**

**1. Kekuatan (*Strength*)**

Dari hasil observasi dan wawancara penulis maka dapat diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki objek wisata rimbo panti adalah pada aksesibilitas objek wisata. Objek wisata rimbo panti sangat mudah untuk dikunjungi karena berada pada jalan lintas Sumatera Padang-Medan. Dapat diakses melalui jalan darat, yaitu dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum seperti Bus antar kota maupun Bus antar Provinsi. Selain itu juga kekuatan dari objek wisata rimbo panti adalah memiliki kekayaan alam, yaitu flora dan fauna yang khas, seperti harimau sumatera, Tapir dan beberapa jenis primata.

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan dari objek wisata rimbo panti yang penulis temukan adalah:

- a. Kurangnya perhatian pemerintah daerah terhadap objek wisata rimbo panti
- b. Fasilitas di objek wisata tidak dikelola dengan baik
- c. Kurangnya kesadaran masyarakat dan pengunjung dalam menjaga kebersihan objek wisata rimbo panti
- d. Promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah belum optimal
- e. Citra pelayanan birokrasi pemerintah terhadap investor yang menanamkan modalnya di kabupaten pasaman yang belum optimal.

## 3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah keadaan yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh sebuah organisasi. Adapun peluang di objek wisata rimbo panti adalah memiliki peluang untuk tempat persinggahan bagi wisatawan yang sedang melakukan perjalanan dari arah Medan ke Padang maupun dari arah sebaliknya. Berpeluang untuk menjadi tempat tujuan wisata pada hari-hari besar, terlihat dari meningkatnya minat wisatawan pada hari-hari besar dan hari libur nasional terhadap objek wisata rimbo panti.

## 4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang dihadapi oleh objek wisata rimbo panti yang pertama adalah adanya objek wisata Equator yang juga berada di jalan lintas sumatera yang berkembang terlebih dahulu. Sehingga beberapa wisatawan akan memilih objek wisata equator daripada rimbo panti, karena objek wisata equator lebih terawat dan memiliki fasilitas pendukung yang memadai untuk kebutuhan wisatawan. Ancaman lain yang dihadapi objek wisata rimbo panti yaitu terkadang pada saat musim hujan tiba mengakibatkan pohon yang sudah berusia tua lebih mudah tumbang dan dapat menghambat jalan.

Dari analisis SWOT menghasilkan 4 kemungkinan alternative dalam pengembangan objek wisata rimbo panti.

### 1. Strategi SO (*Strength and Opportunity*), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang:

- 1) Potensi kekayaan alam yang dimiliki objek wisata rimbo panti dapat menjadi salah satu peluang untuk menjadi sumber pendapatan daerah kabupaten pasaman.
- 2) Mengembangkan infrastruktur objek wisata. Seperti memperbaiki jalan-jalan yang rusak dan berlubang di sekitar objek wisata dan membangun jalan beton untuk menuju pemandian air panas, karena saat ini jalan menuju pemandian air panas masih berbentuk tanah liat, yang mana apabila hujan akan menjadi licin dan membahayakan pengunjung.

### 2. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*) yaitu strategi meminimalisir kelemahan dan meningkatkan peluang

- 1) Membangun dan memperbaiki sarana dan prasarana objek wisata. Dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai akan membuat wisatawan nyaman untuk berkunjung ke objek wisata. Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata. Adanya pengembangan sarana dan prasarana dapat menjadi peluang untuk menarik perhatian investor berinvestasi pada objek wisata rimbo panti.
  - 2) Membuat peraturan yang dapat mendukung pengembangan objek wisata. Seperti mempermudah perizinan investor untuk melakukan investasi, memberikan sanksi kepada masyarakat maupun wisatawan yang membuang sampah dan mengotori tempat wisata.
  - 3) Pemerintah bekerjasama dengan masyarakat dengan cara memberikan pembinaan dan pemodalan kepada masyarakat sekitar kawasan objek wisata untuk membuat dan menjual cinderamata asli daerah.
  - 4) Pemerintah bekerjasama dengan masyarakat dalam menjaga objek wisata.
  - 5) Pemerintah menyediakan tempat sampah di beberapa titik tempat wisata dan warung-warung yang berada di objek wisata. Lalu, mengambilnya setiap beberapa waktu.
  - 6) Dengan kecanggihan teknologi informasi saat ini pemerintah dapat menggunakannya sebagai salah satu sarana promosi. Seperti mempromosikan objek wisata dari instagram, facebook, twitter dan youtube.
3. **Strategi ST (strange and Treath) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman:**
- 1) Adanya aksesibilitas yang mudah dijangkau dapat membuat tempat wisata ini bersaing dengan objek wisata lain.
  - 2) Mengoptimalkan potensi objek wisata rimbo panti dan keunikannya dengan melakukan pemeliharaan dan mempertahankan keasrian objek wisata.
  - 3) Keunikan dan keindahan objek wisata rimbo panti dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata rimbo panti, apabila didukung dengan focus pemerintah dan dinas terkait dalam mensosialisasikan kepada masyarakat dan wisatawan untuk menjaga lingkungan objek wisata.
  - 4) Mensosialisasikan kepada pengunjung untuk tidak membiasakan diri untuk memberi makan primata, karena dengan memberikan makanan kepada primata, hewan tersebut akan terbiasa dan merebut makanan pengunjung.
4. **Strategi WT (weakness and Treath) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.**
- 1) Meningkatkan kualitas pengelolaan objek wisata
  - 2) Perbaiki sarana dan prasarana yang mendukung objek wisata rimbo panti sehingga dapat bersaing dengan objek wisata lain.
  - 3) Melakukan pengawasan berkala untuk meminimalisir perilaku dan sikap yang melanggar norma yang berlaku.

Berdasarkan analisis diatas maka strategi yang cocok digunakan pada objek wisata rimbo panti yaitu dengan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Objek wisata rimbo panti memiliki daya tarik dan potensi alam yang sangat banyak dan mempunyai peluang, oleh sebab itu harus menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang sudah ada. Maka strateginya adalah:

- 1) Mengoptimalkan daya tarik objek wisata rimbo panti

- 2) Mengoptimalkan pengembangan sarana dan prasarana pendukung di objek wisata rimbo panti
- 3) Mengoptimalkan promosi objek wisata rimbo panti

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan objek wisata rimbo panti belum optimal. Terlihat dari kurangnya perhatian pemerintah terhadap sector pariwisata sebagai sumber PAD. Promosi yang dilakukan cukup baik dengan menghadiri event dan acara didaerah lain untuk mempromosikan objek wisata di pasaman. Masih kurangnya kerjasama pemerintah dengan masyarakat dan pemerintah daerah juga masih kurang memperhatikan objek wisata ini sehingga objek wisata ini

#### Saran

Diharapkan pemerintah daerah dan dinas terkait lebih peduli dan memperhatikan pariwisata kabupaten pasaman khususnya objek wisata rimbo panti. Pariwisata dapat menjadi salah satu sumber utama pendapatan daerah dan meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat sekitar. Sangat disayangkan apabila objek wisata ini tidak dikelola dengan baik.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Arie, Triono. 2017. *Strategi Pengembangan Infrastuktur Wisata Terintegritas*. Jurnal HIPJI Vol 3 Nomor 2 Halaman 67-78
- Bambang, nany. 2017. *Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Dewi, Yanti. 2015. *Analisis Pengembangan Objek Wisata Tanjungkarang Di Kecamatan Banawa Donggala*. E-Journal Katologis. Vol 3 No 4
- Hugo, Samsu, dkk. 2014. *Strategi Pengembangan Pariwisata di Tana Toraja*. Government: *Jurnal Ilmu Pemerintahan*. Vol 7 No 2. ISSN 1979-5645
- Jamaluddin, Ahmad. 2015. *Metode Penelitian Administrasi Public- Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Maleong, J. Lexery. 2012 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nanik, Achmad. 2007. *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel Dan Conference*. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Wiga*. Vol. 7 Halaman 31-38
- Nuridin, Hidayah. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Oka. A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Sandi, Dani, Dkk. 2019. *Strategi Pengelolaan Pariwisata Pinus Lahendong Di Kota Tomohon*. *E-Journal Administrasi Bisnis*. Vol 8 Nomor 1. 2019 (P-ISSN 2338-9606; E-ISSN 2655-206x)
- SK. Menparpostel No.: Km. 98 / Pw. 102 / Mppt-87
- Soekardi. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Ptgramedia Pustaka Utama
- Sudarso, Sutikno, Sukardo. 2016. *Strategi Pengembangan Pariwisata Dan Pemberdayaan Masyarakat Di Perigi Monting*. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*. Vol 29 No 3 Hal 159-106
- Tebay, Vince. 2019. *Potret Objek Wisata Wilayah Ii Pembangunan Di Kabupaten Jayapura*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Volume 3 Nomor 2. 2019 (ISSN 2615-0425, E-ISSN 2662-7142)
- Undang-Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Otonomi Daerah



- Yudi, Kristian. 2017. *Pengelolaan Objek Wisata Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Barat Di Danau Aco Kampong Linggang Malapeh Kecamatan Linggang Bingung*. E-Jurnal Administrasi Negara, Volume 5 Nomor 1. 2017:5404-5417
- Zam, Masrurun. 2020. *Kajian Strategi Pengembangan Pariwisata Olahraga Paralayang Di Kabupaten Wonosobo*. E-Journal Pariwisata. Vol 7. No 1.
- Zuriani, Ritonga. 2020. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Yoyakarta: Cv Budi Utama.