

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Kolaborasi

2.1.1 Pengertian Kolaborasi

Kolaborasi adalah kerjasama yang dilakukan dengan dasar kesepakatan antara dua pihak atau lebih (kolektif) khususnya dalam usaha penggabungan pemikiran dalam hal pencapaian tujuan. Hal ini sesuai dengan definisi kolaborasi sebagai jaringan atau distribusi informasi, sumberdaya, aktivitas dan kapabilitas organisasi dalam dua atau lebih sektor untuk bekerja sama mencapai tujuan yang tidak bisa dicapai jika bekerja sendiri-sendiri (Udiani, 2016:134).

Sabaruddin (2015:25) mengemukakan bahwa kolaborasi adalah “kerjasama antar organisasi, atau antar institusi dalam rangka pencapaian tujuan yang tidak bisa dicapai atau dilakukan secara independen”.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diasumsikan bahwa istilah kerjasama dan kolaborasi masih digunakan secara bergantian dan belum ada upaya untuk menunjukkan perbedaan dan kedalaman makna serta tidak ada pemahaman yang lebih mendalam tentang paradigma apa yang seharusnya dianut pada dua istilah tersebut. Kolaborasi pada esensinya hanya dikenal sebagai kerjasama dengan para aktor baik secara kelompok maupun secara individu sebagai bentuk komitmen kerja, kerjasama visi dan misi serta tujuan untuk diwujudkan secara bersama-sama yang memungkinkan akan sulit untuk dicapai ketika masing-masing aktor secara individu atau personalisme.

Menurut Aan Marie Thomson (dalam Pramusinto, 2009:115), kolaborasi dijelaskan bahwa “sebuah konsep yang mirip dengan kerjasama tetapi memiliki makna yang lebih dalam, yakni merupakan proses kolektif dalam pembentukan sebuah kesatuan yang didasari oleh hubungan saling menguntungkan (mutualisme) dan adanya kesamaan tujuan dari organisasi-organisasi atau individu-individu yang memiliki sifat otonom, saling berinteraksi melalui negosiasi baik secara formal maupun informal”. Hal ini senada yang dijelaskan oleh Dwiyanto (2015:253), mengatakan bahwa “kerjasama kolaboratif masing-masing organisasi diikat oleh adanya satu kepentingan bersama untuk mencari solusi terhadap masalah atau isu tertentu, yang dirasakan oleh para pihak sangat mengganggu kepentingannya”.

Wanna (2008: 03) mengemukakan bahwa kolaborasi adalah “Secara epistemologi, kata kolaborasi berasal dari bahasa Inggris yaitu ‘*co-labour*’ yang artinya bekerja bersama. Pada abad ke-19 kata kolaborasi mulai digunakan ketika industrialisasi mulai berkembang. Organisasi pada masa itu menjadi semakin kompleks. Divisi-divisi dalam pembuatan struktur organisasi mulai dibuat untuk pembagian tugas bagi tenaga kerja dalam organisasi tersebut. Kompleksitas organisasi menjadi titik awal sering digunakannya kolaborasi dalam berbagai organisasi”.

Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan bahwa kolaborasi atau kerja sama merupakan kemauan untuk melakukan kerjasama secara berkolaborasi muncul karena adanya keinginan untuk mencari solusi terhadap masalah yang dirasakan bersama oleh suatu organisasi publik dengan mitranya dari organisasi di sektor privat. Selain itu, masalah atau kepentingan

bersama menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi berkembangnya kolaborasi antara organisasi publik dan organisasi mitranya di sektor privat. Pengertian kolaborasi dapat pula dibedakan kedalam dua pengertian yaitu kolaborasi dalam arti proses dan kolaborasi dalam arti normatif.

Kemudian menurut Wijaya, (2015:176). Kolaborasi dalam arti sebuah proses merupakan “serangkaian proses atau cara mengatur/mengelola secara institusional”. Menyikapi pertanyaan tersebut tentang kolaborasi dalam arti sebuah proses maksudnya adalah sejumlah institusi pemerintah maupun non pemerintah ikut melibatkan dilibatkan sesuai dengan porsi kepentingan dan tujuannya biasanya terdiri dari institusi pemerintah saja, lembaga kemasyarakatan saja, atau swasta saja. Sedangkan kolaborasi dalam pengertian normatif merupakan aspirasi atau tujuan-tujuan filosofi bagi pemerintah untuk mencapai interaksi-interaksinya dengan para aktor atau mitranya.

Secara umum, kolaborasi dapat diartikan sebagai proses kerjasama antarindividu, individu dengan organisasi atau antarorganisasi dalam rangka menyelesaikan masalah bersama atau mencapai tujuan yang hendak dicapai. Kolaborasi juga dapat diartikan sebagai kooperasi dalam rangka menyelesaikan konflik, dengan cara mengelola konflik yang ada dalam organisasi sampai menemukan kata sepakat. Dalam praktik administrasi publik kolaborasi merupakan strategi baru dalam pelaksanaan governance untuk melaksanakan pengambilan dan implementasi kebijakan dengan

mengedepankan konsensus dari multiple stakeholder yang terdiri dari pemerintah, sektor swasta dan masyarakat dalam rangka menyelesaikan permasalahan publik atau mengelola program publik.

Secara filosofis, kolaborasi merupakan upaya yang dilakukan oleh berbagai pihak untuk mencapai tujuan yang sama. Menurut Schrage dalam Harley dan Bisman, (2010: 18), kolaborasi merupakan upaya penyatuan berbagai pihak untuk mencapai tujuan yang sama. Kolaborasi membutuhkan berbagai macam aktor-baik individu maupun organisasi- yang bahu-membahu mengerjakan tugas demi tercapainya tujuan bersama.

Ilmuwan lain mendefinisikan kolaborasi sebagai instrumen yang digunakan untuk menyatukan perbedaan sudut pandang demi terciptanya solusibersama. Menurut Samatupang dan Menurut

Samatupang dan Sridharan (2008), kolaborasi merupakan upaya mengumpulkan berbagai pihak dengan kepentingan berbeda untuk menghasilkan visi bersama, membangun kesepakatan mengenai suatu masalah, menciptakan solusi untuk masalah tersebut, dan mengedepankan nilai-nilai bersama untuk menghasilkan keputusan yang menguntungkan semua pihak. Hal serupa diungkapkan oleh Leever (2010) yang menyatakan bahwa, kolaborasi adalah konsep yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kerjasama yang dilakukan selama usaha penggabungan pemikiran oleh pihak-pihak tertentu. Pihak-pihak tersebut mencoba mencari solusi dari perbedaan cara pandang terhadap suatu permasalahan.

Beberapa pengertian kolaborasi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kolaborasi merupakan kerjasama yang dilakukan oleh beberapa faktor baik dari pihak sektor publik maupun dari pihak sektor privat serta masyarakat yang turut melibatkan diri dalam kerjasama yang sifatnya kolaboratif, pada dasarnya kerjasama yang dilakukan oleh pihak pemerintah, swasta dengan masyarakat masih mencirikan kemitraan sehingga dari pengertian kolaborasi yang dikemukakan masih bersifat umum karena para ahli mengemukakan dengan menggunakan pandangan yang berbeda-beda. Akan tetapi dari pengertian kolaborasi di atas bahwa telah ditegaskan adanya kerjasama yang bersifat dinamis dan saling ketergantungan (*interdependence*).

Definisi kerjasama menurut Patterson (dalam Warsono,2009), sebagai “*an arrangement beteen two or more governments for accomplishing common goals, providing a service or solving a mutual problem*”. Merujuk pada definisi tersebut, kerja sama menunjukkan adanya kepentingan bersama (pihak-pihak yang terikat kerjasama) untuk memberikan pelayanan kepariwisataan atau memecahkan masalah obyek wisata alam secara bersama-sama.

2.1.2 Komponen Kolaborasi

Pada sebuah kolaborasi terdapat komponen-komponen yang menjadi kunci keberhasilan kolaborasi itu sendiri. Komponen-komponen tersebut saling melengkapi satu sama lain, sehingga kolaborasi akan berhasil apabila memenuhi semua komponen. Ansell dan Gash (2008:543) berpendapat bahwa dalam kolaborasi terdapat komponen-komponen yang membentuk siklus dan mempengaruhi satu sama lain. Komponen-komponen tersebut terdiri dari:

1. Dialog tatap-muka (*face to face dialogue*) Dialog antar-muka sebagai bentuk komunikasi menjadi hal yang penting dalam kolaborasi, karena adanya proses pembentukan konsensus.
2. Membangun kepercayaan (*trust building*) Membangun kepercayaan merupakan syarat yang diperlukan untuk membangun kolaborasi yang solid.
3. Komitmen (*commitment*) Komitmen merupakan komponen yang sangat penting dalam proses kolaborasi.
4. Pemahaman bersama (*shared understanding*) Pemahaman bersama merupakan hal yang penting dalam mencapai tujuan bersama. Pemahaman bersama dapat diartikan sebagai misi umum, tujuan umum, objektivitas umum, dan visi bersama.

Berdasarkan pendapat Ansell dan Gash tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam kolaborasi terdapat komponen-komponen yang membentuk siklus seperti komponen pertama dialog tatap muka atau komunikasi langsung (*face to face*) merupakan upaya untuk mengurangi stereotip (yaitu persepsi aktor yang memandang adanya sisi buruk aktor lain) dan meningkatkan rasa hormat antar aktor. Dengan adanya komunikasi langsung, para aktor yang terlibat dalam kolaborasi menjadi lebih objektif dalam berinteraksi. Komponen kedua yaitu membangun kepercayaan, tentunya memerlukan waktu yang tidak singkat, hal ini karena dalam kolaborasi diperlukan komunikasi yang intensif (terus-menerus) dan penyesuaian terhadap kondisi saat ini dari munculnya kembali konflik masa lalu.

Pembuat kebijakan atau stakeholders harus mengalokasikan waktu untuk melakukan remedial pembangunan kepercayaan secara efektif. Apabila tidak, maka kolaborasi tidak seharusnya dilakukan. Komponen ketiga yaitu komitmen yang berkaitan erat dengan motivasi asli para aktor dalam kolaborasi. Komitmen dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pengakuan bersama; apresiasi bersama para aktor; kepercayaan antar aktor; dan rasa memiliki pada proses, hal ini berkaitan dengan pengaruh setiap aktor dalam

pengambilan keputusan namun memiliki dilema, karena adanya kompleksitas dalam kolaborasi, dan komponen keempat yaitu pemahaman bersama merupakan penyatuan pemikiran dan persamaan tujuan, sehingga meminimalisir terjadinya kesalahpahaman antar aktor.

Hadinoto, Kusudianto (1996), Urgensitas dan relevansi kolaborasi dan kerjasama dalam pengelolaan obyek wisata alam, karena perencanaan, pengembangan dan pemasaran suatu destinasi memerlukan kerjasama erat dari pejabat pemerintah, perencana fisik, arsitektur, analis finansial, investor, juga bisa memerlukan bantuan dari pakar ekonomi, sosiologi, purbakala dan banyak profesional lain.

Menurut Sarundajang (2005), Kolaborasi merupakan proses yang mendasar dari bentuk kerjasama yang melahirkan kepercayaan, integritas, dan terobosan melalui pencapaian konsensus, kepemilikan, dan keterpaduan pada semua aspek organisasi. Kolaborasi merupakan strategi pelaksanaan governance dalam pengambilan dan implementasi kebijakan yang mengutamakan konsensus dari multiple stakeholder yang terdiri dari pemerintah, sektor swasta dan masyarakat. Artinya dalam mengelola obyek wisata alam, pemerintah daerah melibatkan kedua domain good governance yaitu sektor swasta (market) dan masyarakat sipil. Secara konseptual, desentralisasi sebagai demokratisasi yang dapat menjamin partisipasi masyarakat lokal sebagai upaya menciptakan pemerintahan yang efektif. Otonomi daerah adalah salah satu bentuk nyata dari praktek demokrasi.

Sedangkan menurut John M. Bryson (dalam Udiani, 2016:12), membagi proses kolaborasi menjadi lima bidang sebagai berikut:

1. Membentuk kesepakatan formal pada unsur-unsur tentang misi,
2. Membangun kepemimpinan dalam proses kolaborasi dari dua jenis kepemimpinan, yang mempunyai wewenang dan akses terhadap sumber daya serta menjadi pemimpin yang memiliki komitmen dalam pelaksanaan kerjasama,
3. Membangun legitimasi,
4. Membangun kepercayaan dan bertindak bersama-sama,
5. Merencanakan sebagai salah satu indikator untuk kesuksesan masa depan.

Merujuk pada pendapat John M. Bryson tersebut, dapat diketahui bahwa proses kolaborasi merupakan salah satu karakteristik dalam strategi negosiasi yang utama untuk mencapai kesepakatan bersama dari adanya kepentingan yang berbeda-beda dari pihak-pihak yang sesungguhnya mempunyai kepentingan yang sama atas suatu tujuan. Dengan kata lain, kunci dari keberhasilan kolaborasi adalah adanya pertanyaan "jalan terbaik manakah yang akan kita tempuh untuk mencapai tujuan bersama". Dalam konteks organisasi, masing-masing pihak yang terlibat dalam kolaborasi harus saling mengisi kerangka budaya kerja, sehingga cukup kuat untuk menggantikan hirarki. Kerangka kerja tidak harus berupa sebuah program atau teknik atau cara yang canggih untuk memanipulasi masa depan, akan tetapi harus didasarkan pada prinsip-prinsip dasar, peningkatan hubungan kerja yang stabil, mendorong penetapan ketentuan-ketentuan baru, dan memampukan para pimpinan untuk menggunakan nilai-nilai kebersamaan dalam pengambilan keputusan.

Sesuai dengan teori Ansell dan Gash 2007, menjelaskan Collaborative Governance adalah suatu peraturan pemerintah dimana satu atau lebih lembaga publik secara langsung melibatkan para pemangku kepentingan non pemerintah dalam proses pengambilan keputusan kolektif yang bersifat formal, berorientasi pada konsensus, deliberasi yang bertujuan untuk membuat dan

menerapkan kebijakan publik serta mengelola program ataupun aset publik. Adapun serangkaian faktor bagi pemangku kepentingan meliputi komitmen, kepercayaan, kepemimpinan, kekuasaan, dialog atau berbagi informasi, dan sumber daya.

2.2 Governance

Meuthia Genie dan Rahman (dalam Sutedi, 2012:2) *governance* merupakan “suatu usaha kolektif antara negara dan sektor non pemerintah dalam pengelolaan sumber daya ekonomi dan sosial”. Menurut Osborn dan Gaebler (dalam Mas, 2015:2) *governance* adalah “sebuah proses pemecahan masalah bersama dan pemenuhan kebutuhan masyarakat”.

Governance merupakan bentuk reformasi government atau administrasi publik tradisional yang semula hanya dilaksanakan oleh lembaga pemerintah yang sangat hirarki, lambat, syarat akan aturan terikat, kurang efektif serta kurang tanggap menjadi pelaksana administrasi publik yang pelaksanaannya lebih bebas dari aturan terikat, lebih kreatif, lebih siap mengambil resiko dan tanggap terhadap kepentingan publik dengan melibatkan usaha kolektif dari berbagai bentuk lembaga atau stakeholder yang terdiri dari pemerintah, masyarakat maupun lembaga nonpemerintah.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa *Governance* (pemerintahan) berbeda dengan *government* (pemerintah), dapat disimpulkan bahwa Pemerintah (*government*) adalah sebuah lembaga atau orang yang memiliki tujuan mengatur dan mengelola pemerintahan (*governance*). Contoh pemerintah yaitu, Kepala desa, bupati, dan presiden. Sedangkan tata kelola/pemerintahan (*governance*) adalah rangkaian proses,

kebijakan, aturan, budaya, dan organisasi dalam mengelola sesuatu untuk mencapai tujuan.

Arti good dalam good governance mengandung dua pengertian. Pertama, nilai-nilai yang menjunjung tinggi keinginan/kehendak rakyat dan nilai-nilai yang dapat meningkatkan kemampuan rakyat dalam pencapaian tujuan (nasional) kemandirian, pembangunan berkelanjutan dan keadilan sosial. Kedua, aspek- aspek fungsional dari pemerintahan yang efektif dan efisien dalam pelaksanaan tugasnya untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut, good governance berorientasi pada, yaitu (1) orientasi ideal negara yang diarahkan pada pencapaian tujuan nasional, (2) pemerintahan yang berfungsi secara ideal, yaitu secara efektif dan efisien dalam melakukan upaya mencapai tujuan nasional.

Good governance pada dasarnya adalah suatu konsep yang mengacu kepada proses pencapaian keputusan dan pelaksanaannya yang dapat dipertanggungjawabkan secara bersama. Sebagai suatu konsensus yang dicapai oleh pemerintah, warga negara, dan sektor swasta bagi penyelenggaraan pemerintahan dalam suatu negara. Kunci utama memahami good governance adalah pemahaman atas prinsip-prinsip di dalamnya. Wibowo, edi, dkk dalam Memahami Good Government Governance dan Good Corporte Governance, 2004). Mengungkapkan terdapat 9 prinsip Good Governance yaitu :

1. Partisipasi masyarakat
2. Tegaknya Supremasi Hukum (Rule of Law)
3. Transparansi (Transparency)
4. Peduli pada Stakeholder/Dunia Usaha (responsivitas)
5. Berorientasi pada Konsensus (Consensus)
6. Kesetaraan (Equity)
7. Efektifitas dan Efisiensi (Effectiveness and Efficiency)
8. Akuntabilitas (Accountability)

9. Visi Strategis (Strategic Vision)

Dalam perspektif good governance, pengelolaan obyek wisata alam dilakukan dengan cara kolaborasi dan kerjasama sinergis oleh ketiga domain paradigma good governance, yaitu pemerintah daerah, sektor swasta dan masyarakat. Pada setiap ranah governance, terdapat peran-peran yang berbeda namun mempunyai fungsi yang komplementer dengan ranah yang lainnya dalam membentuk sebuah sistem governance (Wibowo dkk. 2002). Adapun prinsip-prinsip juga menjadi karakteristik good governance yaitu : partisipasi, kepastian hukum, transparansi, responsivitas, orientasi pada konsensus, equity, efektivitas dan efisiensi, akuntabilitas, profesionalisme.

Bank Dunia (dalam Effendi, 2015:21) mendefinisikan “bahwa cara kewenangan pemerintah digunakan mengelola sumberdaya ekonomi sosial pembangunan masyarakat”. Sedangkan UNDP (dalam Hariyani, 2017:22) mendefinisikan *governance* sebagai “penerapan kekuasaan politik, ekonomi, dan administratif untuk mengelola urusan bangsa pada semua tingkat”. Kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa *governance* merupakan bentuk reformasi *government* atau administrasi publik tradisional yang semula hanya dilaksanakan oleh lembaga pemerintah yang sangat hirarki, lambat, syarat akan aturan terikat, kurang efektif serta kurang tanggap menjadi pelaksana administrasi publik yang pelaksanaannya lebih bebas dari aturan terikat, lebih kreatif, lebih siap mengambil resiko dan tanggap terhadap kepentingan publik dengan melibatkan usaha kolektif dari berbagai bentuk lembaga atau *stakeholder* yang terdiri dari pemerintah, masyarakat maupun lembaga non pemerintah.

Governance memiliki tiga penyangga, yaitu *economic*, *politic*, dan *administrative*. *Economic Governance* meliputi proses pembuatan keputusan (*decision making process*) yang memfasilitasi aktivitas ekonomi di dalam negeri dan interaksi di antara penyelenggara ekonomi. *Economic Governance* memiliki implikasi untuk mewujudkan keadilan, mengentaskan kemiskinan, dan menciptakan kualitas hidup yang lebih baik. *Political governance* adalah proses pembuatan keputusan untuk formulasi kebijakan. Sedangkan *Administrative Governance* adalah sistem administrasi proses kebijakan.

2.3 Pengembangan Destinasi Wisata

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata pasal 1 ayat (3) menyebutkan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan Menurut Koen Meyers (Dalam Ridwan, 2012:89), menyatakan bahwa Pariwisata ialah “suatu aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan sebuah alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah yang melainkan hanya memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan tujuan lainnya”. Menurut etimologi kata “pariwisata” diidentikkan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana dilakukan individu atau kelompok satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan.

Dari pengertian yang dinyatakan oleh para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu daerah tujuan wisata adalah suatu wilayah geografis (seperti negara, pulau, daerah/kota, jalan, desa atau kawasan wisata) dengan tempat-tempat ber pemandangan indah (seperti tempat wisata, fasilitas, aksesibilitas, sumber daya manusia, gambar dan harga), yang untuk sementara dikunjungi dan ditempati oleh individu atau kelompok selama perjalanan yang disebut “migrasi regional”. Oleh karena itu, dikembangkan konsep yang disebut daerah tujuan dan asal wisatawan yang sering disebut dengan origin. Keunikan suatu destinasi wisata akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Oleh karena itu perlunya dikembangkan destinasi wisata.

Masyarakat memiliki peranan yang sangat penting dalam usaha pengelolaan destinasi wisata. Masyarakat berperan sebagai pelaku usaha pariwisata, tenaga kerja maupun tuan rumah dalam penyelenggaraan kegiatan pariwisata di lingkup destinasi pariwisata setempat. Menurut Sunaryo (2013), masyarakat memandang kegiatan kepariwisataan sebagai peluang untuk mendapatkan nilai tambah dibidang ekonomi maupun dibidang lain seperti kebanggaan identitas, kebersihan, keindahan, dan kualitas lingkungan semakin baik. Sunaryo juga berpendapat bahwa perlu adanya hubungan sinergis dan simbolic mutualisme dari segenap stakeholder yaitu pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk keberhasilan penyelenggaraan pariwisata di suatu destinasi wisata.

Kemudian Pandit (2010:46), mengungkapkan bahwa pariwisata adalah “rangkaiian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi

wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau kelompok orang. Perjalanan yang dilakukan hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau maksud lainnya". Menurut Suwanto (2014:112), potensi lokal merupakan pengetahuan atas refleksi dan kebudayaan masyarakat setempat terkandung dalam nilai estetika, norma aturan dan keterampilan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Potensi lokal dapat diartikan sebagai sumberdaya alam, buatan (sosial, politik, budaya, pembangunan) dan sumberdaya manusia yang dapat digunakan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan mensukseskan pembangunan daerah.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh kedua para ahli tersebut dapat dipahami pengelolaan destinasi pariwisata merupakan proses bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan fungsi objek dan kawasan yang dikunjungi. Peningkatan daya tarik kunjungan ini meliputi peningkatan unsur-unsur pariwisata, seperti produk dan jasa pariwisata, fasilitas umum, fasilitas wisata, aksesibilitas, daya tarik, hiburan, dan komunitas yang tergabung dalam destinasi wisata. Peningkatan ini dilakukan secara utuh dan saling terkait untuk mendukung terlaksananya pengelolaan destinasi pariwisata.

Menurut Mill (2006:159), kerangka pengembangan destinasi wisata harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut:

1. Objek dan Daya Tarik (*Attraction*), yang mencakup: daya tarik yang berbasis utama pada kelayakan alam, budaya, maupun buatan/artificial, seperti event atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*).

2. Aksesibilitas (*Accessibility*), yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi lain
3. Amenitas (*Amenities*), yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan (food and beverage), retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
4. Fasilitas pendukung (*Ancillary Service*), yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya
5. Kelembagaan (*Institutions*), yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat tuan sebagai rumah (host).

Berdasarkan pemahaman tentang komponen utama pengembangan destinasi wisata yang dikemukakan oleh Mill tersebut, menunjukkan bahwa konsep atau kerangka kerja manajemen strategis menggunakan teknik manajemen untuk menemukan isu atau faktor strategis, dan mencari jalan keluar bagi organisasi atau organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan dan tantangan lingkungan, sehingga dapat menjaga kemajuan organisasi dan membuat kinerjanya lebih optimal.

Bryson (dalam Tangkilisan 2005:254). Manajemen strategis adalah “Proses merumuskan kebijakan dan rencana untuk mencapai tujuan, dan mengalokasikan sumber daya untuk melaksanakan kebijakan dan rencana untuk mencapai tujuan organisasi, sedangkan manajemen strategis merumuskan strategi alternatif untuk menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan organisasi dan menentukan penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi”, kemudian Fahmi (2013:2) manajemen strategis adalah “Semua aspek harus dipertimbangkan saat merumuskan mengelola rencana, agar dampak rencana tersebut memiliki dampak positif jangka panjang organisasi”. Nawawi (dalam Pasolong 2005:90) mengemukakan

Manajemen strategis adalah “perencanaan untuk memperluas ke masa depan yang jauh dan menentukannya sebagai keputusan manajemen tertinggi untuk memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif untuk menghasilkan beberapa kualitas yang bertujuan mengoptimalkan tujuan dan mencapai berbagai tujuan organisasi”.

Menyikapi pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa manajemen strategis merupakan mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara paling efektif untuk memenuhi tujuan strategis. Manajemen strategis di saat ini harus memberikan fondasi dasar atau pedoman untuk pengambilan keputusan dalam organisasi. Ini adalah proses berkesinambungan dan terus-menerus. Rencana strategis organisasi merupakan dokumen hidup yang selalu dikunjungi dan kembali dikunjungi. Bahkan mungkin sampai perlu dianggap sebagaimana suatu cairan karena sifatnya yang terus harus dimodifikasi. Seiring dengan adanya informasi baru telah tersedia, dia harus digunakan untuk membuat penyesuaian dan revisi.

Jhon A. Pearce II dan Richard B. Robinson (2009:45) mendefinisikan manajemen strategi sebagai “Serangkaian keputusan dan tindakan yang mengarah pada pengembangan dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan”. Jhon A. Pearce II dan Richard B. Robinson (2009:67) juga turut menjelaskan bahwa terdapat sembilan tugas penting dalam manajemen strategis, antara lain:

1. Merumuskan misi perusahaan, termasuk pernyataan yang mengenai maksud, filosofi, dan sasaran perusahaan.

2. Melakukan suatu analisis yang mencerminkan kondisi dan kapabilitas internal perusahaan.
3. Menilai lingkungan eksternal perusahaan, termasuk faktor persaingan dan faktor kontekstual lainnya.
4. Menganalisis pilihan-pilihan yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan eksternal.
5. Mengidentifikasi pilihan paling menguntungkan dengan cara mengevaluasi setiap pilihan berdasarkan misi perusahaan.
6. Memilih satu set tujuan jangka panjang dan strategi utama yang akan menghasilkan pilihan paling menguntungkan tersebut.
7. Mengembangkan tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan tujuan jangka panjang dan strategi utama yang telah ditentukan.
8. Mengimplementasikan strategi yang telah dipilih melalui alokasi sumber daya yang dianggarkan, dimana penyesuaian antara tugas kerja, manusia, struktur, teknologi, dan sistem penghargaan ditekankan.
9. Mengevaluasi keberhasilan proses strategi sebagai masukan pengambilan keputusan di masa mendatang.

Berdasarkan apa yang dikemukakan John A. Pearce II dan Richard B. Robinson tentang sembilan tugas penting dalam manajemen strategis merupakan proses manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena sebuah proses yang menghasilkan berbagai keputusan dan tindakan strategis yang akan menunjang pencapaian tujuan perusahaan. Pada saat melakukan kegiatan sembilan tugas penting manajemen strategi, para manajer perusahaan akan mengolah input yang diperoleh melalui evaluasi terhadap misi, tujuan, dan strategi yang dimiliki perusahaan saat ini serta analisis terhadap lingkungan internal. Melalui pengolahan input tersebut, perusahaan akan dapat merumuskan misi dan visi perusahaan.

Bryson (dalam Tangkilisan 2005, 255) untuk menerapkan manajemen strategi secara baik dan berhasil, maka harus mempertimbangkan delapan langkah pokok berikut ini:

- a. Memprakarsai dan meminta persetujuan suatu proses manajemen atau perencanaan strategik. Untuk itu perlu dilakukan negosiasi dengan para pembuat keputusan untuk memperoleh dukungan dan komitmen dalam pelaksanaannya nanti.
- b. Mengidentifikasi mandat institusi atau organisasi. suatu mandat didalamnya terkandung hal-hal yang harus atau dapat dilakukan dan hal yang tidak boleh dilakukan.
- c. Memperjelas misi dan nilai-nilai institusi atau organisasi. penting untuk diidentifikasi kebutuhan-kebutuhan sebagai tujuan, termasuk didalamnya kebutuhan sosial atau politik yang dicapai.
- d. Menilai lingkungan eksternal yang menyangkut peluang maupun ancaman yang ada. Faktor-faktor yang terkait dengan lingkungan eksternal ini meliputi politik, ekonomi, sosial, dan teknologi.
- e. Menilai lingkungan internal yang berhubungan dengan kekuatan yang dimiliki institusi maupun kelemahan yang ada. Dalam hal ini institusi dapat memantau sumber daya sebagai input, dan strategi saat ini sebagai proses dan kinerja yang diperoleh sebagai output.
- f. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi, yang antara lain menyangkut tujuan, cara, falsafah, lokasi keakuratan waktu, dan kelompok-kelompok yang memperoleh keuntungan atau mengalami kerugian jika strategi baru dijalankan.
- g. Merumuskan strategi untuk mengolah atau menangani isu-isu yang ada.
- h. Menciptakan suatu visi institusi atau organisasi yang efektif bagi masa depan.

Berdasarkan pendapat Bryson tersebut mengenai langkah pokok dalam menerapkan manajemen strategi, dapat diketahui bahwa setiap pelaksanaan manajemen strategi tentunya melibatkan alokasi sumber daya yang secukupnya, membuat rangkaian tindakan atau struktur alternatif, penugasan tanggung jawab untuk tugas spesifik atau memprosesnya untuk individu atau grup tertentu, mengorganisasi proses, mengawasi hasil, membandingkan dengan benchmark, mengevaluasi kemandirian dan efisiensi proses, mengontrol variasi, dan membuat penyesuaian proses bila dianggap perlu. Ketika mengimplementasikan program spesifik, manajemen strategi, memerlukan syarat sumber daya, mengembangkan proses, training, mengetes proses, dokumentasi, dan integrasi dengan proses yang sudah dilakukan secara turun temurun.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata yang tercantum dalam Bab I Pasal 1 disebutkan: “Bahwa destinasi pariwisata yang diidentikkan dengan daerah tujuan wisata didefinisikan sebagai kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling melengkapi terwujudnya kepariwisataan”.

Kemudian, menurut Senja (2014:89) sebuah destinasi harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya objek daya tarik wisata yang kuat maka menjadi magnet untuk menarik para wisatawan. Sedangkan menurut Yoeti (2016:15) destinasi wisata merupakan “Suatu kawasan spesifik yang dipilih seseorang pengunjung, ia dapat tinggal

dalam waktu tertentu”. Menurut Ridwan (2012:5) mengatakan bahwa pengertian objek wisata merupakan “Sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”. Berdasarkan pembahasan di atas destinasi atau objek wisata adalah, sesuatu yang dapat dinikmati, dirasakan dan dilihat oleh manusia sehingga menimbulkan perasaan puas dan kesenangan jasmani maupun rohani sebagai suatu hiburan.

Unsur-unsur keunikan yang dimiliki suatu destinasi pariwisata akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan adanya usaha pengembangan destinasi pariwisata. Menurut BO Svenson (2005), Destination development is here simply understood as process aiming at improving the attractiveness and functioning of places and regions as visiting areas. Berdasarkan definisi tersebut dapat dipahami bahwa pengelolaan destinasi pariwisata merupakan suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan fungsi objek dan kawasan sebagai area kunjungan. Peningkatan daya tarik kunjungan tersebut meliputi peningkatan unsur-unsur kepariwisataan seperti layanan produk wisata, fasilitas umum, fasilitas wisata, aksesibilitas, atraksi, hiburan, masyarakat yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata. Peningkatan tersebut dilakukan secara holistik dan terkait satu sama lain dalam menunjang pelaksanaan pengelolaan destinasi pariwisata.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut menunjukkan bahwa destinasi pariwisata merupakan tempat umum yang menawarkan kesempatan untuk

mengeksploitasi berbagai atraksi dan layanan kepada subyek yang terlibat dalam migrasi wilayah. Destinasi juga telah dianggap sebagai kombinasi dari produk, layanan dan pengalaman pariwisata yang disediakan secara lokal atau sebagai unit tindakan dimana berbagai pemangku kepentingan seperti kalangan swasta dan organisasi publik berinteraksi. Destinasi dianggap sebagai produk komoditas tradisional dan oleh karena itu aglomerasi fasilitas dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan diperlukan. Dari definisi dan penjelasan para ahli tersebut menyimpulkan bahwa destinasi pariwisata itu merupakan suatu wilayah geografis yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi dan ditinggali oleh individu atau kelompok secara sementara dalam suatu perjalanan.

2.4 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan peneliti adalah tentang Kolaborasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dengan Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura Di Kabupaten Ketapang. Penelitian tentang strategi ini pastinya pernah dibuat oleh peneliti lain dalam bentuk judul yang berbeda atau dari subjek dan objek penelitian yang berbeda, jenis penelitian yang digunakan beserta dengan teori yang digunakan peneliti. Penelitian yang dianggap relevan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Skripsi Mohamad Jihad Ayatullah Bay (2020), dengan judul penelitian yaitu “Kolaborasi Antara Masyarakat dan Pemerintah Dalam Mengelola Program Persediaan Air Minum Dan Sanitasi Berbasis Masyarakat (PAMSIMAS) Di Desa Ombay Kecamatan Pantar Timur Kabupaten

Alor”. Penelitian ini dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan Efektif dan Efisien Pengelolaan Program Persediaan Air Minum dan Sanitasi Berbasis Masyarakat (PAMSIMAS) di Desa Ombay Kecamatan Pantar Timur Kabupaten Alor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah dalam mengelolah Program PAMSIMAS dalam bentuk Co- determination berjalan efektif dan efisien, kemudian dalam bentuk Co-financing berupa pembiayaan belum berjalan secara efektif disebabkan tidak adanya biaya dari pemerintah setempat, selanjutnya dalam bentuk Co-production berjalan secara efektif dan efisien. Sedangkan peneliti mengangkat judul tentang Kolaborasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Dengan Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura Di Kabupaten Ketapang dalam rangka untuk mendeskripsikan serta menganalisis pelaksanaan kolaborasi pengembangan destinasi wisata Keraton Matan Tanjungpura.

2. Nova Ladiana (2019) dengan judul “Kolaborasi Pengembangan Destinasi Wisata Tampora Desa Kalianget Kecamatan Banyuglugur Kabupaten Situbondo”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan serta menganalisis pelaksanaan kolaborasi pengembangan destinasi wisata Tampora Desa Kalianget Kecamatan Banyuglugur Kabupaten Situbondo. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa Kolaborasi

Pengembangan Destinasi Wisata Tampora Desa Kalianget Kecamatan Banyuglugur Kabupaten Situbondo dilakukan melalui empat tahap kolaborasi yaitu *assessment, initiation, deliberation* dan *implementation*. Dalam kolaborasi pengembangan Destinasi Wisata Tampora, tahap *assesment, initiation* dan *deliberation* telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan *collaborative governance* dan menghasilkan perjanjian kerjasama antara Perhutani dan Dinas Pariwisata yang dijadikan sebagai dasar pelaksanaan kolaborasi. Perbedaan Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Peneliti Nova Ladiana adalah perbedaan lokasi penelitian yang mana peneliti melakukan penelitian di Keraton Matan Tanjungpura dan sedangkan peneliti Nova Ladiana melakukan penelitian di Wisata Tampora Desa Kalianget Kecamatan Banyuglugur Kabupaten Situbondo.

2.5 Alur Pikir Penelitian

Adapun penelitian dengan judul Kolaborasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dengan Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura di Kabupaten Ketapang ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan serta menganalisis pelaksanaan kolaborasi pengembangan destinasi wisata Keraton Matan Tanjungpura, fenomena yang peneliti temukan yaitu belum optimalnya kerjasama yang dilakukan dinas dan ikramat dikarenakan masih banyak agenda dan acara yang hanya dikerjakan oleh satu pihak yaitu ikramat. kurangnya dana untuk pengoperasian pegawai dan kurangnya peralatan untuk menenun batik.

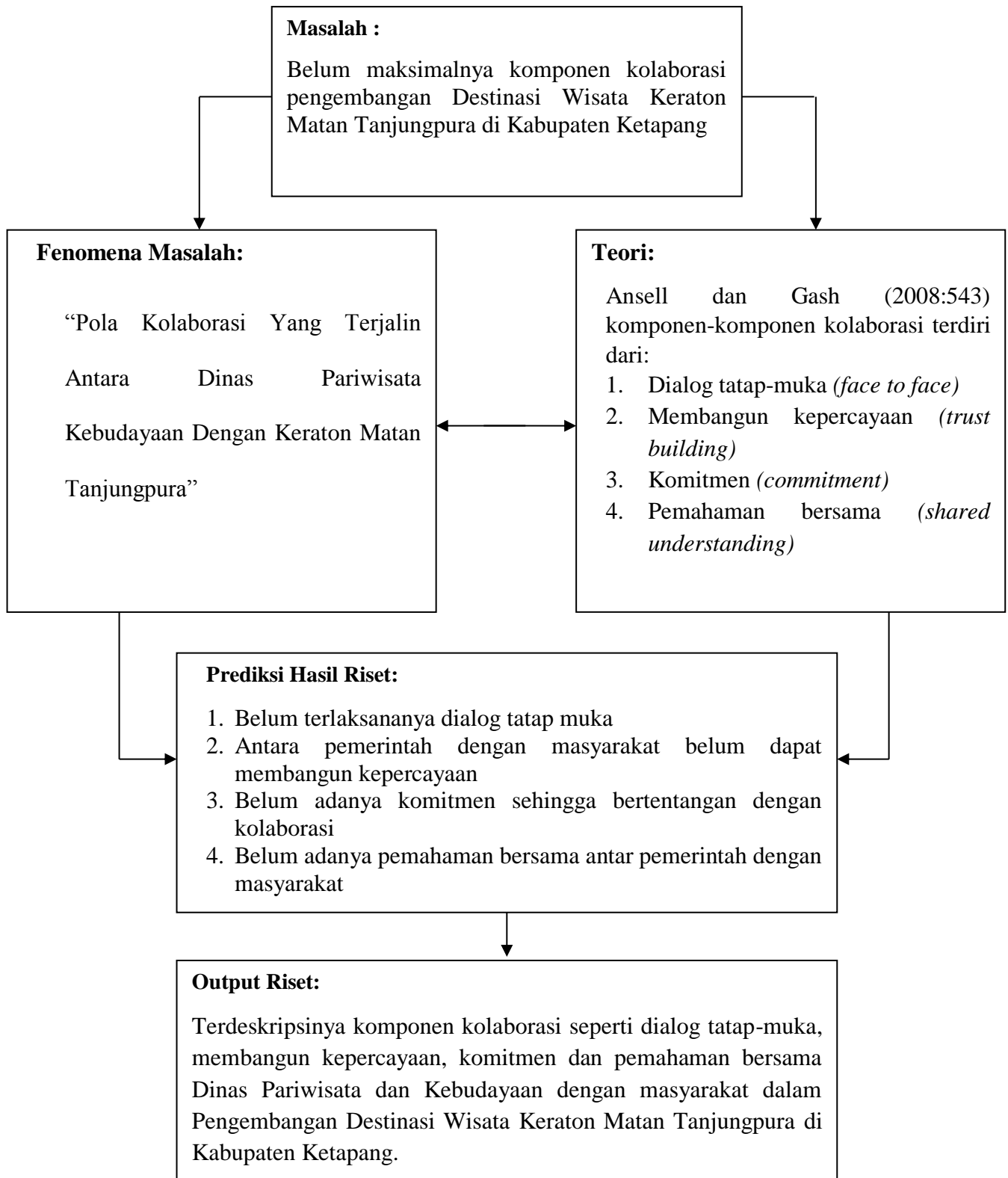
Kekurangan tadi dikarenakan kurangnya promosi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta kurangnya dana untuk menggaji para pembatik, kondisi pada bangunan Keraton Matan Tanjungpura ini dapat dilihat yang mana dalam pandangan peneliti masih perlu diperbaiki sedangkan hal ini terjadi dikarenakan kurangnya dana yang dianggarkan oleh Pemerintah, faktanya pada sebagian bangunan atap Keraton Matan Tanjungpura yang sudah diperbaiki tidak bertahan cukup lama dan sudah bocor lagi, kondisi bangunan pada tahap penelitian lapangan yang peneliti lakukan ditemukan beberapa sisi bangunan yang terbilang kurang kokoh dan tidak begitu terawat.

Sesuai dengan penjabaran yang telah dipaparkan di atas, maka dari itu penulis akan mengkaji masalah Kolaborasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dengan Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura di Kabupaten Ketapang yaitu dengan menggunakan teori Ansell dan Gash (2008:543) berpendapat bahwa dalam kolaborasi terdapat komponen-komponen yang membentuk siklus dan mempengaruhi satu sama lain. Komponen-komponen tersebut terdiri dari: 1) Dialog tatap-muka (*face to face dialogue*), 2) Membangun kepercayaan (*trust building*), 3) Komitmen (*commitment*) dan 4) Pemahaman bersama (*shared understanding*).

Bertitik tolak dari kerangka teori tersebut, maka alur pikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut ini:

Bagan 2.1

Alur Pikir Penelitian Komponen Kolaborasi



2.6 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana komponen kolaborasi dialog tata muka Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dengan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura di Kabupaten Ketapang.
2. Bagaimana komponen kolaborasi membangun kepercayaan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dengan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura di Kabupaten Ketapang.
3. Bagaimana komponen kolaborasi komitmen Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dengan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura di Kabupaten Ketapang.
4. Bagaimana komponen kolaborasi pemahaman bersama Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dengan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata Keraton Matan Tanjungpura di Kabupaten Ketapang.