



Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mengembangkan Objek Wisata Air Terjun Sipiso-piso di Kecamatan Merek Kabupaten Karo

Feigy B Imel Br Sembiring¹⁾; Sally Marisa Sihombing²⁾

^{1,2)} Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universtias Sumatera Utara

Email: ¹⁾ feigybimelsm@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [25 Oktober 2022]
Revised [24 November 2022]
Accepted [13 Desember 2022]

KEYWORDS

Strategi, Pengembangan,
Pariwisata

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Adapun beberapa strategi yang teridentifikasi dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso adalah (1) Melakukan monitoring setiap minggu untuk mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dan memantau tingkat kunjungan wisatawan ke air terjun sipiso-piso dan melakukan evaluasi dari monitoring tersebut agar mengetahui strategi apa lagi yang dapat mengembangkan air terjun sipiso-piso dan meningkatkan wisatawan, (2) Melibatkan semua pihak dalam pengembangan air terjun sipiso-piso, seperti masyarakat dan pelaku usaha yang berjualan di area air terjun sipiso-piso, sehingga pengembangan yang dilakukan dapat membuahkan hasil yang maksimal. (3) Melakukan pelatihan kepada pelaku usaha seperti sosialisasi sadar wisata yang dilakukan setiap setahun sekali, (4) Melakukan koordinasi ke semua Dinas yang berkaitan dengan pariwisata dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso. (5) Merencanakan program-program yang bisa dilakukan dalam mengembangkan air terjun sipiso-piso dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke air terjun sipiso-piso.

ABSTRACT

The strategies identified by the Tourism Office in developing the Sipiso-piso waterfall tourist attraction are (1) Monitoring every week to find out what needs to be improved and monitor the level of tourist visits to the Sipiso-piso waterfall and evaluate the monitoring. in order to find out what other strategies can develop the Sipiso-piso waterfall and increase tourists, (2) Involve all parties in the development of the Sipiso-piso waterfall, such as the community and business people who sell in the Sipiso-piso waterfall area, so that development is carried out can produce maximum results. (3) Conducting training for business actors such as tourism awareness socialization which is carried out once a year, (4) Coordination with all offices related to tourism in developing the Sipiso-piso waterfall tourist attraction. (5) Planning programs that can be done in developing the Sipiso-piso waterfall and attracting tourists to visit the Sipiso-piso waterfall.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu Negara. Berkembangnya sektor pariwisata disuatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya. Berbicara menyangkut pengembangan pariwisata, berarti kita berbicara mengenai bagaimana cara mengembangkan atau meningkatkan daya tarik dari pariwisata tersebut, guna menarik perhatian pengunjung atau wisatawan. Sebab salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen (wisatawan atau pengunjung) ialah, bagaimana cara atau strategi dari pihak pengelola kepariwisataan (Dinas Pariwisata) dalam hal mempromosikan produk pariwisata tersebut. Kemudian kalau kita berbicara mengenai strategi, berarti kita berbicara tentang penyusunan pola tujuan dari suatu kebijakan melalui penetapan program-program yang terencana secara sistematis, agar apa yang direncanakan dapat tercapai dengan baik dan atau sesuai dengan masa tenggang waktu yang sudah ditetapkan bersama. Jadi pada dasarnya persoalan mengenai strategi pengembangan pariwisata ialah, bagaimana pemerintah atau dinas pariwisata menerapkan manajemen yang baik dalam menyikapi persoalan kepariwisataan dalam kaitannya dengan strategi pengembangan pariwisata.

Strategi pemerintah sangat penting terutama dalam melindungi wisatawan menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan dan kenyamanan pengunjung dan tersedianya jalur akses kelokasi dan sarana prasarana yang aman juga nyaman, selain itu untuk mencapai semua tujuan pengembangan pariwisata harus diadakan promosi agar memiliki daya tarik wisata dapat lebih dikenal dan mampu menggerakkan calon wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati tempat wisata. Harapan dalam pengembangan objek wisata tidak hanya melihat pada hasil jangka pendek saja, namun harus melihat

bagaimana kelangsungan jangka panjang maka perlu adanya dukungan yang matang dari pemerintah dan masyarakat.

Wisata air terjun sipiso-piso yang terdapat di Kecamatan Merek ini mempunyai potensi sebagai objek wisata yang di dukung oleh keberadaannya sebagai suatu kawasan yang memiliki potensi luar yang jika dikelola dengan baik, maka akan lebih meningkatkan kunjungan wisatawan pada air terjun sipiso-piso itu sendiri. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa pada objek wisata air terjun sipiso-piso masih terdapat kekurangan-kekurangan yang menjadi kelemahan pada air terjun sipiso-piso itu sendiri, diantaranya adalah kurangnya sarana dan prasarana, fasilitas yang kurang terawat, kurangnya promosi dan lain-lain dimana hal ini menjadi salah satu penghambat dalam pengembangan objek wisata air terjun sipiso-piso. Kemudian, ada beberapa peluang yang dimiliki air terjun sipiso-piso jika dikelola dengan baik yakni terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, pariwisata yang berskala nasional, dan banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung. Selain itu, ada pula ancaman yang dapat dialami oleh air terjun sipiso-piso jika tidak dikelola dengan baik di antaranya banyaknya objek wisata lain yang berkembang yang dapat meningkatkan persaingan. Oleh karena itu pemerintah atau Dinas Pariwisata, masyarakat memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan air terjun sipiso-piso tersebut.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan peneliti pada salah satu pegawai Dinas Pariwisata yang bernama sastra mengatakan terdapat kendala dalam peningkatan teknologi informasi dalam pemasaran pariwisata, kendala tersebut disebabkan oleh kurangnya SDM pegawai Dinas Pariwisata. Pegawai Dinas Pariwisata yang bernama sastra juga mengatakan tidak adanya pelatihan 7 atau pengembangan SDM yang dilakukan untuk pegawai Dinas Pariwisata. Ia mengatakan, pegawai Dinas Pariwisata hanya berpedoman pada peraturan kepegawaian dan tidak ada program yang strategis untuk pengembangan SDM pegawai Dinas Pariwisata. Ia mengatakan, pelatihan atau pengembangan SDM tersebut dilakukan hanya untuk pelaku wisata, seperti menggelar pelatihan pemandu wisata alam di tongging dan sebagainya.

Kedua kebijakan, ada beberapa kebijakan yang dimiliki Dinas Pariwisata yaitu program pengembangan pemasaran pariwisata, program pengembangan destinasi pariwisata. Terdapat beberapa kendala dalam kebijakan tersebut yaitu pada program pengembangan pemasaran pariwisata, promosi objek wisata yang dilakukan pegawai Dinas Pariwisata belum maksimal, karena kurangnya SDM dalam teknologi informasi, padahal teknologi sangat membantu dalam mempromosikan objek wisata. Lalu pada program pengembangan destinasi pariwisata juga terdapat kendala, yaitu dalam bidang dana, berdasarkan pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pegawai Dinas Pariwisata mengatakan budget pemerintah daerah terbatas sehingga pembangunan yang dilakukan secara bertahap, sehingga masih banyak fasilitas yang kurang mencukupi di objek wisata Tanah Karo khususnya air terjun sipiso-piso.

Ketiga program, ada beberapa program yang dimiliki Dinas Pariwisata diantaranya yaitu peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata, pemeliharaan objek wisata alam. Program tersebut belum berjalan dengan maksimal, karena masih terdapat beberapa kendala seperti kurangnya SDM dan dana pemerintah daerah. Bisa dilihat dari masih kurangnya sarana prasarana, seperti tidak adanya angkutan umum yang menuju langsung ke air terjun sipiso-piso 8 piso. Pemeliharaan objek wisata alam juga belum dijalankan dengan maksimal, bisa dilihat masih ditemukannya banyak sampah di sekitar air terjun sipiso-piso.

LANDASAN TEORI

Strategi

Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi.

Porter (Dalam Bastian:2016) mengungkapkan bahwa strategi membuat trade-off dalam persaingan "Strategi merupakan penciptaan posisi yang unik dan bernilai dengan menyertakan serangkaian aktivitas yang berbeda. Inti dari penciptaan posisi strategis adalah memilih jumlah aktivitas yang berbeda dari para kompetitor" Berdasarkan pendapat diatas, bisa dilihat bahwa inti dari strategi adalah menentukan hal apa yang tidak perlu dilakukan dan menciptakan kesesuaian di antara sejumlah aktivitas perusahaan.

Dimensi Strategi

Quinn (2003:10) mengatakan analisis strategi dan analogi-analogi yang serupa dalam bidang lain menyediakan beberapa wawasan penting ke dalam dimensi dasar, sifat dan desain strategi formal. Strategi efektif mengandung tiga unsur penting yaitu tujuan, kebijakan dan program.

Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai oleh suatu organisasi/instansi. Tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat menciptakan sebuah strategi karena penetapan tujuan sangat berkaitan



langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam pencapaian tujuannya. Pembuatan tujuan sangat penting dalam membuat strategi yang efektif karena ketika tujuan sudah ditetapkan maka kita dapat mengetahui strategi yang akan digunakan.

Kebijakan merupakan rangkaian keputusan yang membimbing dan membatasi tindakan yang dilakukan. Kebijakan dibuat untuk menetapkan arah suatu tujuan yang ditetapkan. Pembuatan kebijakan lebih memudahkan untuk mengarahkan suatu organisasi atau instansi dalam menerapkan suatu strategi.

Program merupakan urutan-urutan tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Program dimaksudkan untuk mengatur segala tindakan-tindakan yang akan dilakukan sehingga strategi yang akan diterapkan dapat terlaksana dengan maksimal.

Pariwisata

Kesrul M, (2003:3) mengartikan wisata sebagai bentuk sebuah perjalanan yang direncanakan dan disusun oleh perusahaan perjalanan dengan waktu seefektif mungkin dengan menggunakan fasilitas-fasilitas pendukung wisata lain, guna membuat peserta tur merasa senang dan puas. Menurut Undang-undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari suatu kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Putra,dkk (Revida 2020:1) mengatakan pariwisata adalah: Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang mempunyai manfaat ganda (multiplier effect) bagi semua sektor pembangunan. Pariwisata memberikan multiplier effect yang menguntungkan bagi ekonomi daerah dan kesejahteraan penduduk setempat.

Pengembangan Destinasi Wisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata 25 mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan namun tidak dipungkiri, pembangunan dan pengembangan pariwisata juga membawa dampak negatif bagi lingkungan.

Carter dan Fabricius (dalam Sunaryo, 2013:172) berpendapat bahwa berbagai elemen dasar yang harus diperhatikan dalam perencanaan pengembangan sebuah destinasi pariwisata, paling tidak akan mencakup aspek-aspek sebagai berikut yaitu pengembangan atraksi dan daya tarik wisata, pengembangan amenitas dan akomodasi wisata, pengembangan aksesibilitas, dan pengembangan image (citra wisata).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah cara untuk melakukan pengamatan langsung pada individu dan berhubungan dengan orang-orang tersebut untuk mendapatkan data yang digalinya. Teknik Pengumpulan data merupakan hal yang paling penting untuk dilakukan dalam penelitian, karena hal ini bertujuan untuk mendapatkan data-data penelitian. Dalam mengumpulkan informasi terkait dengan Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata (Studi Kasus Air Terjun SipisoPiso Kecamatan Merek Kabupaten Karo) maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut Data Primer adalah data-data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lokasi penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui Wawancara, Observasi Data Sekunder. Teknik pengumpulan data sekunder dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen sebagai berikut Studi Dokumentasi, Studi Kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Peraturan daerah provinsi Sumatera Utara no 8 tahun 2009 tentang rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) provinsi Sumatera Utara tahun 2009-2014 dan peraturan daerah Kabupaten Karo nomor 7 tahun 2012

tentang rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) Kabupaten Karo tahun 2016-2021, yang menyebutkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berkewajiban menyusun rencana strategis yang memuat landasan hukum, maksud dan tujuan Renja, gambaran pelayanan SKPD, tugas dan fungsi SKPD, sumberdaya SKPD, kinerja pelayanan SKPD, tantangan dan peluang pengembangan pelayanan SKPD, isu-isu strategis, visi dan misi SKPD, tujuan dan sasaran jangka menengah SKPD, strategi dan kebijakan SKPD serta Rencana Program dan Kegiatan dan Pendanaan Indikatif yang dilaksanakan oleh Satuan Kerja Pemerintah Daerah 5(lima) tahun kedepan yakni Tahun2016–2021.

Tujuan dari Renja Dinas Pariwisata dengan tujuan untuk dapat dijadikan sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan pembangunan di bidang kebudayaan dan pariwisata agar terarah, efektif, efisien, terpadu dan terukur dalam rangka mewujudkan visi, misi, tujuan, sasaran dan program yang telah ditetapkan serta meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan kepada wisatawan secara bertahap guna meningkatkan arus kunjungan wisata ke Kabupaten Karo termasuk objek wisata air terjun sipiso-piso.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan penulis akan dibagi berdasarkan fokus masalah yang dibahas terkait dengan teori yang digunakan yaitu Dimensi Strategi menurut Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn, dan Sumantra Ghoshal (2003) dalam buku *The Strategy Process* yaitu: Tujuan, Kebijakan dan Program yang akan menghasilkan suatu strategi yakni sebagai berikut :

Tujuan

Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai oleh suatu organisasi/instansi. Tujuan pembangunan Dinas Pariwisata Kabupaten Karo menggambarkan arah strategi dan perbaikan-perbaikan yang ingin diciptakan kepada objek wisata air terjun sipiso-piso yang berada di Kecamatan Merek. Secara umum tujuan Dinas Pariwisata adalah untuk mewujudkan visi misi Kabupaten Karo. Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso adalah Meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke air terjun sipiso-piso, Meningkatkan fasilitas yang ada di air terjun sipiso-piso, Meningkatkan Sarana Prasarana, Meningkatkan SDM pelaku usaha maupun pegawai Dinas Pariwisata yang berbasis Teknologi, Informasi, dan komunikasi, dan Mendorong peran masyarakat dalam pengembangan air terjun sipiso-piso. Dengan tercapainya tujuan-tujuan Dinas Pariwisata dalam pengembangan objek wisata air terjun sipiso-piso, maka pendapatan asli daerah (PAD) juga akan bertambah. Selain itu, dengan terwujudnya tujuan Dinas Pariwisata tersebut wisatawan, masyarakat dan pemerintah juga mendapatkan manfaat yang besar.

Dengan adanya pengembangan objek wisata air terjun sipiso-piso yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karo, selain untuk meningkatkan wisatawan dan melestarikan air terjun sipiso-piso juga dapat menambah pendapatan masyarakat yang berada di area air terjun sipiso-piso. Terutama pelaku usaha yang membuka usaha di area air terjun sipiso-piso, seperti berjualan souvenir, makanan, baju dan lain-lain. Dalam pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata di air terjun sipiso-piso, otomatis pendapatan asli daerah (PAD) meningkat, ini dikarenakan seiring pengembangan potensi wisata air terjun sipiso-piso, otomatis tingkat pelayanan, fasilitas, sarana prasarana yang ada juga akan meningkat. Dengan adanya usaha-usaha tersebut maka wisatawan juga akan meningkat dan berbanding lurus dengan retribusi masuk ke dalam air terjun sipiso-piso yang akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan asli daerah (PAD). Pembuatan tujuan sangat penting dalam membuat strategi yang efektif, karena ketika tujuan sudah ditetapkan maka kita dapat mengetahui strategi yang akan digunakan. Tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat menciptakan sebuah strategi, karena penetapan tujuan sangat berkaitan langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam pencapaian tujuannya.

Dinas Pariwisata sudah mengetahui dan membuat tujuan yang ingin dicapai dalam pengembangan air terjun sipiso-piso, yang tertuang di dalam visi dan misi Dinas Pariwisata Kabupaten Karo. Dinas Pariwisata Kabupaten Karo membuat tujuan berdasarkan hal-hal yang di prioritaskan, seperti sekarang ini tujuan Dinas Pariwisata adalah meningkatkan wisatawan yang datang ke air terjun sipiso-piso untuk membantu pendapatan masyarakat, pelaku usaha di area air terjun sipiso-piso dan meningkatkan pendapatan asli daerah. Lalu, mewujudkan air terjun sipiso-piso menjadi objek wisata yang lebih dikenal oleh mancanegara. Oleh karena itu peneliti melihat Dinas Pariwisata Kabupaten Karo sudah menentukan tujuan yang ingin dicapai dalam mengembangkan air terjun sipiso-piso. Dimana tujuan tersebut adalah salah satu indikator yang dasar atau krusial dalam pembuatan strategi yang efektif.

Kebijakan

Kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan dan cara bertindak. Adapun Kebijakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso adalah pengembangan pemasaran pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan kemitraan, pengembangan nilai budaya, peningkatan sarana dan prasarana, dan peningkatan SDM pelaku usaha maupun aparatur. kebijakan-kebijakan yang telah dijalankan oleh Dinas Pariwisata dalam pengembangan objek wisata air terjun sipiso-piso sudah berjalan sesuai rencana seperti mempromosikan air terjun sipiso-piso melalui vlog dan lain-lain, rencana berikutnya yang ingin dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam pengembangan air terjun sipiso-piso khususnya dalam bidang pemasaran adalah membuat panel wisata dan peta saku untuk memudahkan wisatawan saat liburan. Tentunya kebijakan-kebijakan yang sudah direncanakan sebelumnya juga memiliki kendala seperti terbatasnya dana untuk membangun fasilitas dan sarana



prasarana di objek wisata air terjun sipiso-piso. Dinas Pariwisata sudah menetapkan arah suatu tujuan yang ditetapkan yaitu membuat kebijakan.

Kebijakan merupakan rangkaian keputusan yang membimbing atau mengarahkan dan membatasi tindakan yang dilakukan. Dengan adanya kebijakan yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata memudahkan untuk mengarahkan suatu organisasi atau instansi dalam menerapkan strategi. Kebijakan-kebijakan yang dilakukan Dinas Pariwisata sudah berjalan sesuai rencana yang ditetapkan sebelumnya seperti dalam bidang promosi, seperti membuat vlog mengenai objek wisata air terjun sipiso-piso. Namun berdasarkan observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di objek wisata air terjun sipiso-piso, masih ada kebijakan yang belum sesuai rencana seperti peningkatan sarana dan prasarana yang ada di objek wisata air terjun sipiso-piso. Masih ada sarana prasarana dan fasilitas yang rusak ataupun tidak dapat dipakai sehingga tidak aman bagi wisatawan yang berkunjung ke air terjun sipiso-piso. Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, kepala bidang pemasaran Dinas pariwisata juga mengaku terdapat kendala pada dana sehingga sarana prasarana dan fasilitas di air terjun sipiso-piso yang rusak belum dibenahi.

Program

Program adalah tindakan-tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan kebijakan dan mencapai tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya. Adapun program-program yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso adalah dalam pengembangan pemasaran pariwisata terdapat program penyediaan media promosi pariwisata, pelaksanaan promosi pariwisata nusantara di dalam dan di luar negeri, penyelenggaraan event wisata daerah. Kebijakan-kebijakan yang dipakai sebelumnya tentunya menurunkan program-program yang memiliki kegiatan-kegiatan di dalamnya guna mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso. Dinas Pariwisata memiliki rencana maupun program-program baru dalam bidang pemasaran atau promosi yang akan dilaksanakan tahun depan. Program tersebut berupa event atau acara panggung musik maupun kebudayaan guna meningkatkan wisatawan yang berkunjung ke air terjun sipiso-piso. Dinas Pariwisata menyelenggarakan fun bike, dimana air terjun sipiso-piso menjadi tempat check point para pesepeda tersebut. Acara ini termasuk bagian dari program Dinas Pariwisata yaitu melaksanakan event-event seperti fun bike ini untuk menambah pengunjung ke air terjun sipiso-piso.

Program pengembangan destinasi air terjun sipiso-piso diantaranya berfokus pada pengembangan dari segi fisik. Pengembangan dari segi fisik sangat diperlukan, karena pada dasarnya wisatawan yang berkunjung pasti memperhatikan fasilitas, sarana-prasarana dan pembangunan lainnya. karena dari segi fisik kita dapat melihat dan menilai dengan jelas apakah objek wisata tersebut dikelola dan dipelihara dengan baik atau tidak.

Dinas Pariwisata sudah membuat program-program dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso, seperti yang di cantumkan dalam Renja (Rencana Kerja) Dinas Pariwisata. Dinas Pariwisata setiap tahunnya membuat rencana kerja untuk memudahkan atau mengatur kegiatan yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso. Seperti yang dikatakan oleh Quinn, Program merupakan urutan-urutan tindakan yang dilakukan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Program dimaksudkan untuk mengatur segala tindakan-tindakan yang akan dilakukan sehingga strategi yang akan diterapkan dapat terlaksana dengan maksimal.

Beberapa implementasi strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan terkait strategi sebagai rencana dengan melihat potensi dari objek wisata air terjun sipiso-piso Kecamatan Merek, Kabupaten Karo.

1. Melakukan monitoring setiap minggu untuk mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dan memantau tingkat kunjungan wisatawan ke air terjun sipiso-piso dan melakukan evaluasi dari monitoring tersebut agar mengetahui strategi apa lagi yang dapat mengembangkan air terjun sipiso-piso dan meningkatkan wisatawan.
2. Melibatkan semua pihak dalam pengembangan air terjun sipiso-piso, seperti masyarakat dan pelaku usaha yang berjualan di area air terjun sipiso-piso, sehingga pengembangan yang dilakukan dapat membuahkan hasil yang maksimal.

3. Melakukan pelatihan kepada pelaku usaha seperti sosialisasi sadar wisata yang dilakukan setiap setahun sekali.
4. Melakukan koordinasi ke semua Dinas yang berkaitan dengan pariwisata dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso.
5. Merencanakan program-program apalagi yang bisa dilakukan dalam mengembangkan air terjun sipiso-piso dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke air terjun sipiso-piso.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Dinas Pariwisata sudah mengetahui dan membuat tujuan yang ingin dicapai dalam pengembangan air terjun sipiso-piso, yang tertuang di dalam visi dan misi Dinas Pariwisata Kabupaten Karo. Dinas Pariwisata Kabupaten Karo membuat tujuan berdasarkan hal-hal yang di prioritaskan, seperti sekarang ini tujuan Dinas Pariwisata adalah meningkatkan wisatawan yang datang ke air terjun sipiso-piso untuk membantu pendapatan masyarakat, pelaku usaha di area air terjun sipiso-piso dan meningkatkan pendapatan asli daerah. Lalu, mewujudkan air terjun sipisopiso menjadi objek wisata yang lebih dikenal oleh mancanegara.
2. Kebijakan-kebijakan yang dilakukan Dinas Pariwisata sudah berjalan sesuai rencana yang ditetapkan sebelumnya seperti dalam bidang promosi, seperti membuat vlog mengenai objek wisata air terjun sipiso-piso. Namun berdasarkan observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di objek wisata air terjun sipiso-piso, masih ada kebijakan yang belum sesuai rencana seperti peningkatan sarana dan prasarana yang ada di objek wisata air terjun sipiso-piso. Masih ada sarana prasarana dan fasilitas yang rusak ataupun tidak dapat dipakai sehingga tidak aman bagi wisatawan yang berkunjung ke air terjun sipiso-piso.
3. Dinas Pariwisata sudah membuat program-program dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipiso-piso, seperti yang di cantumkan dalam Renja (Rencana Kerja) Dinas Pariwisata. Dinas Pariwisata setiap tahunnya membuat rencana kerja untuk memudahkan atau mengatur kegiatan yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan objek wsiata air terjun sipiso-piso.
4. Adapun beberapa strategi yang teridentifikasi yaitu strategi sebagai rencana sebagai berikut:
 - a) Melakukan monitoring setiap minggu untuk mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki dan memantau tingkat kunjungan wisatawan ke air terjun sipiso-piso dan melakukan evaluasi dari monitoring tersebut agar mengetahui strategi apa lagi yang dapat mengembangkan air terjun sipiso-piso dan meningkatkan wisatawan.
 - b) Melibatkan semua pihak dalam pengembangan air terjun sipisopiso, seperti masyarakat dan pelaku usaha yang berjualan di area air terjun sipiso-piso, sehingga pengembangan yang dilakukan dapat membuahkan hasil yang maksimal.
 - c) Melakukan pelatihan kepada pelaku usaha seperti sosialisasi sadar wisata yang dilakukan setiap setahun sekali.
 - d) Melakukan koordinasi ke semua Dinas yang berkaitan dengan pariwisata dalam mengembangkan objek wisata air terjun sipisopiso.
 - e) Merencanakan program-program yang bisa dilakukan dalam mengembangkan air terjun sipiso-piso dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke air terjun sipiso-piso.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Pramono, Ida Hayu Dwimawanti.2016. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Gunung kidul.Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.



- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. (2009). Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia). Penerbit, CV. Alfabeta Bandung.
- Barreto, M., Giantari, I.G.A. 2015. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste". E-jurnal Ekonomi Dan Bisnis. 4(11): 779.
- Bastian Indra, 2016, Strategi Manajemen Sektor Publik : Salemba Empat
- Chris Rowley & Keith Jackson. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia The Key Concepts, Cetakan Kesatu, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Christie Mill, Robert. 2000. Tourism The Internasional Bussines. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. dan Forest R. David (2016), Manajemen Strategik : Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing, Edisi 15, Terjemahan oleh Novita Puspasari dan Liza N. Puspitasari, Jakarta : Salemba Empat.
- Gromang, Frans. 2003. Manajemen Kepariwisata. Pradnya Paramitha. Jakarta
- Hasibuan, Malayu. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hikmat, Dr. Harry., 2010, Monitoring Dan Evaluasi Proyek
<https://karokab.go.id/id/potensi-daerah/pariwisata/tujuan-wisata/454-air-terjunsipiso-piso> (Diakses pada 23 Agustus 2021)
- <https://sumut.antaranews.com/berita/183306/pemkab-karo-prioritas-sektorpariwisata> (Diakses pada 23 Agustus 2021)
- <https://travel.kompas.com/read/2015/11/27/135100527/Keindahan.Air.Terjun.Sipiso-piso.Memukau.Wisatawan?page=all> (Diakses pada 23 Agustus 2021)
- <https://web.karokab.go.id/profil/gambaran-umum> (Diakses pada 1 Desember 2021)
- <http://pariwisatakaro.blogspot.com/2009/05/karo-map.html> (Diakses pada 1 Desember 2021)
- Husein Umar, 2004, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Cet ke 6, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Irawan, Koko. 2010. Potensi Obyek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata. Yogyakarta: Kertas Karya.
- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Jakarta: Kompas Gramedia
- J. Winardi, 2003. Entrepeneur & Entrepreneurship, Jakarta, Kencana.
- Kesrul.M. 2003. Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata. Jakarta: PT Gramedia
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Mardiasmo. (2016). Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Marpaung, Happy dan Bahar, Herman. 2002. Pengantar Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Mintzberg, Henry, James Brian Quinn, dan Jhon Voyer, "The Strategy Process". London: Prentice Hall Internasional,. 1995.
- Moleong Lexy, 2002, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung : CV. Remaja
- Moleong Lexy, 2012, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung : CV. Remaja
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Peraturan Bupati Kabupaten Karo No. 35 tahun 2016
- Peraturan Bupati Kabupaten Karo No. 39 tahun 2016
- Priansa, Donni Juni. 2014. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta
- Revida, Erika. dkk. 2020. Pengantar Pariwisata. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ridwan, Mohamad. (2012), Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. PT SOFMEDIA: Medan.
- Salusu, J, Pengambilan Keputusan Stratejik, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utamna. 2006.
- Samsyu dkk. 2001. Penerangan Etika Perencanaan Pada Kawasan Wisata, Studi Kasus Di Kawasan Agrowisata Salak Pondoh, Kab. Sleman, D.I Yograkarta. LP3M STP Tri Sakti, Jurnal Ilmiah, Vol 5 No.3 Maret 2001. Jakarta
- Sinarta, Riko Mirad. 2009. Upaya Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Simuelue Pasca Tsunami. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sri Mutiara Rizki 2017. Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Pantai Pesona Kecamatan Rupa Utara Kabupaten Bengkalis Jurusan Ilmu Administrasi-Prodi Ilmu Administrasi Publik FISIP Universitas Riau JOM FISIP Vol. 4 No. 2
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sunaryo Bambang, (2013). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Yogyakarta: Gava Mediva
- UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

UU No 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata

Yoeti, Oka A. (2006) *Pariwisata Budaya: Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramita.