

## **Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Rumah Ulin Arya**

**Faikatul Himma Ali**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda

[E-mail: s.coups2401@gmail.com](mailto:s.coups2401@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mempromosikan destinasi wisata Rumah Ulin Arya dan mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mempromosikan destinasi Rumah Ulin Arya. Ulin Arya. Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menghasilkan data dari informan kunci, informan dan wisatawan. Fokus penelitian menggunakan teori pitana dan gayatri yaitu motivator, fasilitator, dinamisator. Hasil penelitian ini adalah peran dinas sebagai motivator peran dinas sebagai motivator dinilai masih belum maksimal karena adanya wabah Covid-19 yang menyebabkan tertundanya kegiatan yang telah direncanakan oleh dinas. Untuk memajukan tempat wisata di Samarinda termasuk Destinasi Wisata Rumah Ulin Arya diperlukan kerjasama dari pihak pengelola dan juga dari pemerintah terkait yaitu Dinas Pariwisata Kota Samarinda

**Kata Kunci:** Peran Dinas; Daerah Tujuan Wisata;

### **Pendahuluan**

Kepariwisata adalah salah satu sektor unggulan yang memiliki peranan cukup besar bagi setiap negara di dunia (Del Rosa, 2019). Hal ini dikarenakan sektor pariwisata memberikan sumbangsih yang lumayan besar pada pendapatan nasional suatu negara dari hasil kegiatan para wisatawan yang berwisata (Atriretnaningdyah, 2019). Selain itu juga sektor pariwisata dikatakan dapat mendorong dan meningkatkan kegiatan pembangunan pada suatu negara, membuka lapangan usaha baru, membuka lapangan kerja dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang berdampak pula terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat pada suatu negara (Sari, 2018).

Hal ini pulalah yang membuat negara-negara di dunia berlomba untuk memajukan dan mengembangkan pariwisata dengan tujuan menarik minat para wisatawan untuk berwisata (Delanova, 2019). Samarinda memiliki beberapa

destinasi wisata unggulan salah satunya yaitu Rumah Ulin Arya. Rumah Ulin Arya merupakan wisata rekreasi buatan. Rumah Ulin Arya termasuk kedalam kategori Destinasi wisata karena di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Destinasi wisata ini terletak di Desa Bayur, Kelurahan Sempaja Utara, Samarinda Utara, Kota Samarinda Kalimantan Timur. Objek ini memiliki luas tanah  $\pm$  3 Hektar. Objek ini kaya akan fasilitas yang dimilikinya seperti kolam renang, *mini zoo*, gazebo, *meeting room*, *cocoon café & glass house*, *private library*, lapangan bulutangkis, *camping ground dan bootcamp 713*, labirin, toko *souvenir*, juga ada spot-spot foto yang sangat menarik. Dengan banyaknya fasilitas yang dimiliki oleh Rumah Ulin Arya ini pastinya akan banyak menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek ini.

Penentuan objek unggulan Kota Samarinda berdasarkan pada banyaknya minat kunjungan, kelayakan pariwisata, serta daya tarik tersendiri membuat Rumah Ulin Arya terpilih sebagai salah satu wisata unggulan Kota Samarinda. Dalam usaha untuk memajukan sektor pariwisata di Kota Samarinda perlu adanya promosi yang dilakukan pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata, hal ini dimaksud agar pariwisata yang ada berkembang dari sebelumnya, yang nantinya akan berdampak pada minat wisatawan yang berkunjung ke daerah kota Samarinda bertambah. Hal ini dikarenakan daya tarik wisata/destinasi wisata merupakan salah satu unsur wisata yang cukup penting sebagai daya tarik wisata pada suatu daerah dan masyarakat (Setiawati & Aji, 2020).

Jika suatu daerah wisata tidak dipromosikan maka akan membuat daya tarik atau destinasi wisata tersebut kurang terkenal, sepi peminat dan parahnya lagi akan kurang jumlah wisatawan karena kurangnya informasi mengenai tempat wisata tersebut (Suprobowati *et. al.*, 2022). Dengan adanya promosi pada setiap daya tarik wisata tentu akan membuat daya tarik wisata di Kota Samarinda menjadi lebih baik, menarik, sehingga wisatawan pun nantinya akan lebih banyak pilihan destinasi wisata maupun daya tarik wisata (Fahlevi, 2018) saat mereka berwisata ke Kota Samarinda. Pemerintah melalui Dinas Pariwisata Kota Samarinda telah melakukan berbagai kegiatan untuk mempromosikan Kota Samarinda kepada wisatawan.

Beberapa kegiatan tersebut yaitu dengan mengadakan event rutin, pameran dan *expo*. Juga ada Festival Mahakam yang di gelar setiap tahun di bulan November dengan tujuan menggali, melestarikan budaya dan mempromosikan destinasi yang ada di Samarinda. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan (Yunita & Handayani, 2018). Periklanan merupakan salah satu alat utama bagi Dinas Pariwisata Kota Samarinda untuk mempengaruhi konsumennya atau wisatawan.

Periklanan ini bisa dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda saat event-event tertentu saja yaitu melalui radio, majalah, televisi, baliho, internet,

ataupun dalam poster-poster di pinggir jalan atau tempat-tempat strategis lainnya. Ketika konsumen membaca atau melihat periklanan ini diharapkan konsumen atau calon konsumen akan terpengaruhi lalu tertarik untuk membeli atau mengunjungi sesuatu yang akan diiklankan tersebut.

Oleh karena itu maka periklanan haruslah dibuat sedemikian rupa menarik perhatian pembacanya atau wisatawan. Dalam pengembangan destinasi wisata, diperlukan dukungan promosi dan publikasi yang baik apalagi di era global seperti sekarang ini, publikasi dapat dilakukan dengan mudah melalui internet. Karena kurangnya pembaruan informasi dan mengenai destinasi wisata tersebut maka di butuhkan Promosi yang baik oleh Dinas Pariwisata agar Rumah Ulin Arya makin dikenal oleh masyarakat luas.

## **Metode**

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah untuk meneliti pada kondisi objek alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan cara proses pengumpulan data.

## **Hasil dan Pembahasan**

Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Rumah Ulin Arya

Dinas Pariwisata kota Samarinda tidak bisa berdiri sendiri dalam mengelola semua objek wisata sendiri, karena membutuhkan kerjasama dengan masyarakat maupun pemilik objek wisata yang ada di Samarinda. Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mempromosikan destinasi wisata rumah ulin arya, melalui teori (Gayatri & Pitana, 2005) yaitu, Motivator, Fasilitator, dan Dinamitator.

Peran sebagai Motivator

Dari hasil wawancara peneliti pengelola destinasi dan masyarakat merupakan pelaku pengelolaan pariwisata yang memiliki perana yang sangat sentral, karena pengelola juga sebagai tuan rumah secara umum bersentuhan langsung dengan wisatwan yang berkunjung di Rumah Ulin Arya seperti memberikan pelayanan jasa ataupun menjaga ketertiban dan kenyamanan kawasan wisata. Dinas Pariwisata Kota Samarinda tidak berdiri sendiri untuk mengelola pariwisata di Rumah Ulin Arya, tanpa kerja sama aparat, pengelola pemilik wisata, masyarakat dan pihak pemerintah. Dinas Pariwisata Kota Samarinda sudah berusaha melakukan pengelolaan pariwisata dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian (Aha Walu & Bagus, 2019) Pemerintah sangat berperan penting dalam pengembangan pariwisata Kota tersebut mulai dari memfasilitasi dengan memberikan pelatihan dan bimbingan teknik, Pemerintah melakukan promosi destinasi ke daerah lain melalui pameran dan sosialisasi, Pemerintah mengadakan even – even yang bersifat hiburan dan budaya sehingga banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung di Kota Wisata tersebut.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, pemerintah melalui Dinas Pariwisata Kota Samarinda telah melakukan beberapa upaya untuk memotivasi masyarakat maupun instansi lain yang terkait agar bisa saling berkerjasama dengan baik dalam mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata di Rumah Ulin Arya. Dinilai masih belum optimal dikarenakan belum dilakukan secara rutin dan berkala oleh pihak dinas. Namun apabila dilihat dari indikator ketercapaian program yang dilakukan Dinas Pariwisata belum menjalankan peran motivator secara efektif. Hal tersebut bisa terlihat dari kegiatan motivasi peran pelaku wisata yang hanya bersifat momentum dan *incidental*.

#### Peran sebagai Fasilitator

Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, destinasi wisata Rumah Ulin Arya masih memerlukan fasilitas yang dapat menunjang promosi terhadap destinasi wisata di Rumah Ulin Arya misalnya promosi di billboard yang ada tempat-tempat strategis di Samarinda menyelenggarakan event yang mengajak seluruh tempat wisata berkontribusi dalam kegiatan tersebut, dengan adanya fasilitator seperti dipasangannya promosi tersebut maka memudahkan calon pengunjung wisata untuk mengetahui objek wisata apa saja yang berada di Samarinda.

Pendapat dari masyarakat maupun wisatawan bisa menjadi masukan berarti bagi Dinas Pariwisata Kota Samarinda sebagai suatu masukan dan diskusi yang dapat dijadikan pertimbangan kebijakan dalam upaya mengembangkan objek wisata yang ada di Samarinda termasuk Rumah Ulin Arya. Tindakan ini juga dapat memberikan keuntungan pada masyarakat sekitar dalam meramaikan kegiatan kepariwisataan.

Penelitian ini sejalan dengan peneliti oleh (Taslim, 2021) bahwa peran Pemerintah penting dan berpengaruh dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, karena dengan adanya promosi dan pemasaran jumlah kunjungan wisata tersebut terbukti meningkat.

Dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam memfasilitasi melalui promosi dengan menggunakan media humas seperti mengadakan event, expo, dan pameran serta kerja sama dengan para disainer dan pelaku wisata lainnya agar dapat menumbuhkan dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung di tempat-tempat wisata. Adapun acara yang sering diadakan oleh Dinas Pariwisata Kota Samarinda adalah Festival Mahakam yang mengundang berbagai macam kalangan termasuk wisatawan luar pulau maupun

negara, yang otomatis menjadi ajang besar-besaran bagi Dinas untuk mempromosikan tempat-tempat wisata di Samarinda yang sangat berpotensi. Dari penelitian sebelumnya oleh Linda Dwi Rachmadi 2018, dengan judul skripsi “Peran Bidang promosi dan pemasaran Dinas Pariwisata kota Samarinda dalam mempromosikan dan melestarikan sarung tenun samarinda” yaitu sejalan dengan penelitian yang di teliti di Dinas Pariwisata Kota Samarinda.

#### Peran sebagai Dinamisor

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Dinas Pariwisata kota Samarinda kurang agresif dalam merangkul para pelaku wisata juga pihak ketiga termasuk masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam rangka mengembangkan pariwisata. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan monitoring kunjungan, namun terhadap masyarakat kegiatan pembinaan pun dilakukan secara incidental. Promosi dan peran yang dilakukan Dinas pun tidak akan efektif apabila tidak ada gerak cepat dan agresif dari pihak Dinas Pariwisata kota Samarinda untuk berusaha dekat dengan masyarakat dan bersinergi untuk mengembangkan dan mempromosikan tempat wisata yang ada.

Pada Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mempromosikan Destinasi Wisata Rumah Ulin Arya di Samarinda terdapat hal-hal yang mendukung dan menghambat diantara lainnya sebagai berikut :

#### Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi Destinasi Wisata Rumah Ulin Arya

**Faktor Pendukung**  
Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mengoptimalkan perannya untuk membangun dan mengembangkan pariwisata yang ada di Samarinda dipengaruhi ketersediaan anggaran, ketersediaan sarana dan prasarana, kemitraan dan juga partisipasi masyarakat. Dapat digambarkan bahwa faktor pendukung Dinas Pariwisata dalam mempromosikan destinasi wisata Rumah Ulin Arya memiliki beberapa faktor pendukung dari segi internal dan external yaitu adanya penyelenggaraan event, dan pembangunan akses.

#### Faktor Penghambat

Kegiatan promosi yang dijalankan oleh pihak Dinas Pariwisata kota Samarinda tidak selalu berjalan lancar dan mulus, ada saja hambatan-hambatan yang mengurangi efektivitas kegiatan promosi yang dilakukan. Dapat digambarkan bahwa kendala dalam melakukan promosi destinasi wisata Rumah Ulin Arya memiliki beberapa hambatan yaitu keterbatasan sumber daya manusia, dan juga belum banyaknya kerjasama dengan pihak ketiga.

#### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam mempromosikan Destinasi Wisata Rumah Ulin Arya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mempromosikan Rumah Ulin Arya, Dinas selaku Motivator telah melakukan beberapa kegiatan seperti mengadakan kegiatan penyuluhan untuk pelaku wisata dan juga melaksanakan sosialisasi dinilai sepenuhnya belum maksimal, salah satu faktornya karena adanya wabah *covid-19* yang menyebabkan penundaan dan pembatalan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi yang akan dilaksanakan oleh dinas.
2. Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mempromosikan Rumah Ulin Arya, Dinas selaku Fasilitator dinilai sudah maksimal. Dengan memfasilitasi dalam event, pembangunan akses, juga semenisasi, penambalan jalan menuju ke tempat wisata yang telah diperbaiki.
3. Peran Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam mempromosikan Rumah Ulin Arya, Dinas selaku Dinamisator masih dinilai masih belum maksimal. Karena Dinamisator yang dilakukan dinas adalah salah satunya adalah dengan membentuk dan menggerakkan pokdarwis masih dinilai kurang dikarenakan belum semua tempat wisata ikut serta.
4. Peran Dinas Pariwisata kota Samarinda dalam mempromosikan destinasi wisata Rumah Ulin Arya di Samarinda secara umum masih belum optimal dikarenakan, kurangnya sumber daya manusia yang berlatar belakang pariwisata di Dinas Pariwisata kota Samarinda, dan kurang banyaknya kerjasama dengan pihak ketiga.

### Daftar Pustaka

- aha Walu, K. J., & Bagus, N. (2019). Analisis Peran Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Kota Batu. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(3), 10–16.
- ATRIRETNANINGDYAH, J. R. (2019). *STRATEGI PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA DI KOTA PADANG*. UNIVERSITAS ANDALAS.
- Del Rosa, Y. (2019). Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Provinsi Sumatera Barat (Pendekatan Analisis Location Quotient). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 208–217.
- Delanova, M. (2019). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Bandung Oleh Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengantisipasi Implementasi Asean Free Trade Area dan Asean Economic Community. *Jurnal Dinamika Global*, 4(01), 66–122.
- Fahlevi, R. (2018). Strategi Promosi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Hutan Mangrove BSD Kota Bontang. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 244–257.
- Gayatri, P. D., & Pitana, I. G. (2005). Sosiologi Pariwisata. *Andi, Yogyakarta*.
- Sari, D. P. (2018). Apakah Ada Peranan Aktivitas Wisata Dalam Peningkatan Ekonomi Daerah Di Kota Bogor? *Barista: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 5(1), 12–22.
- Setiawati, R., & Aji, P. S. T. (2020). Implementasi Sapta Pesona Sebagai Upaya

- Dalam Memberikan Pelayanan Prima Pada Wisatawan Di Desa Wisata Pentingsari. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 2(2).
- Suprobowati, D., Sugiharto, M., & Miskan, M. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan Lokal Hendrosari Gresik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 6(1), 53–68.
- Taslim, M. (2021). PERAN PROMOSI DAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN DI MUSEUM MONPERA. *JURNAL PARIWISATA DARUSSALAM*, 1(1), 36–42.
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14–24.