

STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA DI DAIK KABUPATEN LINGGA

Oleh
Nazhipah
NIM.180563201078

ABSTRAK

Di Daik Lingga, industri pariwisata meliputi transportasi, penginapan, restoran, dan tempat oleh-oleh, jika dilihat yang terbanyak adalah usaha rumah makan, banyak masyarakat yang membuka tempat makan, dengan menawarkan berbagai makanan khas Melayu, selain melihat keindahan suatu daerah biasanya wisatawan juga mencari makanan khas yang ada di daerah tersebut, begitu juga di Daik Lingga, bahkan banyak rumah-rumah warga yang dijadikan tempat makan, atau restoran. Tidak hanya itu usaha lainnya adalah hotel dan penginapan, kemudian salon, dan tempat hiburan, namun sejak adanya covid 19 tahun 2020 banyak industri yang tutup, seperti kunjungan hotel yang semakin menurun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Industri Pariwisata Daik Kabupaten Lingga. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun teknik analisis dalam penelitian ini adalah dengan memaparkan hasil wawancara secara deskriptif kualitatif, apabila semua data telah terkumpul maka semua data akan dipilah dan dianalisis sesuai fakta di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian maka diketahui bahwa pada dimensi Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*) ditemukan bahwa produk pariwisata yang ditawarkan saat ini semakin dikembangkan dengan menggunakan teknologi, dikemas baik, Dimensi Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*) ditemukan bahwa pihak dinas sudah melakukan kerjasama untuk menekan biaya promosi baik dengan pihak diluar dinas yang mana bertujuan untuk meningkatkan potensi wisata di Kabupaten Lingga serta nantinya akan memberikan dampak terhadap peningkatan kunjungan wisata di Kabupaten Lingga. Kemudian dimensi strategi fokus (*Focus Strategy*) ditemukan bahwa memanfaatkan lebih besar teknologi informasi melalui media social, youtube, website, instagram, facebook dan Aplikasi informasi pariwisata berbasis android dan ios. Kesimpulan dalam penelitian ini Kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata sudah melakukan strategi dalam Pengembangan Industri Pariwisata dengan menggunakan teknologi, melakukan kerjasama dengan pihak diluar yang nantinya akan memberikan dampak terhadap peningkatan kunjungan wisata di Kabupaten Lingga, namun beberapa hal perlu diperhatikan yaitu untuk promosi memang perlu dilakukan secara berkesinambungan serta menggunakan media-media seperti media sosial, sehingga wisatawan mengetahui wisata Daik Kabupaten Lingga.

Kata Kunci : Strategi, Pariwisata, Pengembangan, Industri Pariwisata

**TOURISM SERVICE STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF THE
TOURISM INDUSTRY IN DAIK, LINGGA REGENCY**

**By
Nazhipah
180563201078**

ABSTRACT

In Daik Lingga, the tourism industry includes transportation, lodging, restaurants, and places for souvenirs. If you look at it, the most are restaurant businesses. Many people open places to eat, offering a variety of typical Malay food. Apart from seeing the beauty of an area, tourists usually also looking for typical food in the area, as well as in Daik Lingga, many residents' houses are even used as places to eat, or restaurants. Not only that, other businesses are hotels and inns, then salons, and entertainment venues, but since the outbreak of Covid 19 in 2020 many industries have closed, such as hotel visits which have decreased. The purpose of this study was to determine the Strategy of the Tourism Office in the Development of the Daik Tourism Industry in Lingga Regency. The research method in this research is descriptive qualitative. The analysis technique in this study is to present the results of interviews in a descriptive qualitative manner, if all data has been collected then all data will be sorted and analyzed according to the facts in the field. Based on the research results, it is known that on the Differentiation Strategy dimension it is found that the tourism products offered today are increasingly being developed using technology, packaged well, the Cost Leadership Strategy Dimension is found that the agency has collaborated to reduce promotional costs both with parties outside the agency which aims to increase tourism potential in Lingga Regency and will have an impact on increasing tourist visits in Lingga Regency. Then the dimensions of the focus strategy (Focus Strategy) were found to make greater use of information technology through social media, YouTube, websites, Instagram, Facebook and tourism information applications based on Android and iOS. The conclusion in this study is the conclusion that the Tourism Office has carried out a strategy in developing the tourism industry using technology, collaborating with outside parties which will later have an impact on increasing tourist visits in Lingga Regency, but several things need to be considered, namely for promotion it really needs to be done on an ongoing basis as well as using media such as social media, so that tourists know about Daik tourism in Lingga Regency.

Keywords: Strategy, Tourism, Development, Tourism Industry