

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA OLEH DINAS
PARIWISATA KABUPATEN LINGGA DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN LINGGA TAHUN 2022**

**Oleh:
Donny Afriadi Sasmita
NIM. 160565201066**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi pengembangan objek wisata Yang Digunakan Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada tahun 2022. Yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan informan sebanyak 3 (Tiga) orang terdiri dari Sekretaris, Kepala Bidang Destinasi dan Usaha Pariwisata dan Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga, serta menggunakan teknik dan alat pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT. Hasil penelitian menyebutkan bahwa 1) kekuatan Pemerintah Kabupaten Lingga mendapat PAD dari retribusi yang ada di Objek Wisata yang dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga, 2) kelemahan Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga belum optimalnya kemitraan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga dengan masyarakat dan pihak swasta di bidang Kepariwisata dan keterbatasan transportasi dan akses yang jauh untuk menuju lokasi Objek Wisata yang ada di Kabupaten Lingga, 3) peluang Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga dilihat adanya komitmen bersama Dinas Pariwisata dengan pihak Swasta dalam hal ini agen Travel untuk memajukan dan mengembangkan potensi wisata yang ada di Lingga, 4) ancaman yang dimiliki Dinas Pariwisata Kabupaten Lingga adalah kurangnya jumlah petugas lapangan dalam mengelola di setiap Objek Wisata yang ada di Kabupaten Lingga diakibatkan alokasi dana yang minim.

Kata Kunci : Strategi, Objek Wisata, Kunjungan

***TOURISM OBJECT DEVELOPMENT STRATEGY BY THE LINGGA
DISTRICT TOURISM DEPARTMENT IN INCREASING TOURIST VISITS
IN LINGGA DISTRICT IN 2022***

***By:
Donny Afriadi Sasmita
NIM. 160565201066***

ABSTRACT

This study aims to determine the tourism object development strategy used by the Lingga District Tourism Office in increasing tourist visits in 2022. Namely the strengths, weaknesses, opportunities and threats possessed by the Lingga District Tourism Office. The method used in this study is a qualitative descriptive method with 3 (three) informants and uses data collection techniques and tools in the form of observation, interviews, and documentation. The analysis used is SWOT analysis. The results of the study stated that 1) the strength of the Lingga Regency Government was to get PAD from the existing fees at Tourism Objects which were managed directly by the Lingga Regency Tourism Office, 2) the weaknesses of the Lingga Regency tourism office were not optimal partnerships from the Lingga Regency Tourism Office with the community and private parties in the field Tourism and transportation limitations and remote access to tourist sites in Lingga Regency, 3) Opportunities for the Lingga district tourism office to see the joint commitment of the Tourism Office and the private sector, in this case travel agents, to promote and develop tourism potential in Lingga , 4) the threat that the Tourism Office of the Lingga Regency has is the lack of field officers in managing each Tourism Object in Lingga Regency due to the minimal allocation of funds.

Keywords: Strategy, Tourist attraction, Visit