

BAB IV

HASIL PENELITIAN

Bagian bab ini secara lengkap menguraikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Pada bagian awal akan dipaparkan terlebih dahulu mengenai gambaran umum lokasi penelitian yaitu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Selanjutnya penelitian akan memberikan hasil penelitian berupa penyajian data beserta pembahasan dari penelitian.

4.1 Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta

4.1.1 Letak Geografis Wilayah Provinsi DKI Jakarta

DKI Jakarta adalah daerah khusus yang dijadikan sebagai ibu kota negara Republik Indonesia. DKI Jakarta resmi menjadi ibukota negara pada tahun 1961. Jakarta sendiri sebelumnya dikenal dengan berbagai nama yakni Sunda Kelapa, Jayakarta, Batavia, dan Djakarta. Sunda Kelapa yaitu sebutan untuk Kota Jakarta sebelum tahun 1527. Setelah tahun 1527 hingga 1619 Jakarta dikenal dan disebut dengan nama Jayakarta. Pada tahun 1619 sampai tahun 1942 Jakarta berganti nama menjadi Batavia. Djakarta adalah sebutan selanjutnya untuk Kota Jakarta pada tahun 1942 hingga 1972. DKI Jakarta berada di dataran rendah yang memiliki ketinggian hanya delapan meter dari permukaan laut. Kota yang memiliki curah hujan tinggi ini terletak di Pulau Jawa tepatnya di bagian utara pada sekitar muara Ciliwung Teluk Jakarta. Jakarta berbatasan dengan Provinsi Jawa Barat pada sebelah timur dan selatan. Sedangkan disebelah Barat wilayah Jakarta berbatasan langsung dengan Provinsi Banten.

Provinsi DKI Jakarta terbagi atas satu kabupaten dan lima kota administrasi yaitu Kepulauan Seribu, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara. secara geografis terletak di antara $5^{\circ} 10' 00''$ LS – $6^{\circ} 22' 21,5''$ LS dan $106^{\circ} 41' 12,5''$ BT – $106^{\circ} 58' 24,2''$ BT dengan titik tertingginya berada pada ketinggian 79 meter di atas permukaan laut (mdpl). DKI Jakarta berbatasan langsung dengan Laut Jawa di sebelah utara, Kabupaten Bekasi dan

Kota Bekasi di sebelah timur, Kota Depok di sebelah selatan, serta Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang di sebelah barat. Secara wilayah, DKI Jakarta dikelilingi oleh Jawa Barat, Banten, dan Laut Jawa.

4.1.2 Profil Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta

Sebelum Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Jakarta terbentuk, pemerintah terlebih dahulu mendirikan Badan Pengembangan Pariwisata DKI Jakarta (BAPPARDA JAYA) pada 7 Februari 1967 sebagai bentuk realisasi Instruksi Presidium Kabinet Ampera No. 103/4TAP/2/66. Bapparda Jaya merupakan cikal bakal berdirinya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta. Karenanya meski secara administratif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta baru berdiri pada tanggal 2 September 1970, namun tanggal 7 Februari ditetapkan sebagai hari jadi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta.

Sebagai daerah yang tak memiliki kandungan minyak, Jakarta telah secara pesat mengembangkan segenap potensi pariwisata yang dimilikinya ke seluruh dunia. Sektor pariwisata ini telah berhasil menjadi sumber utama pendapatan devisa di Jakarta sekaligus menginspirasi kota-kota lain di Indonesia untuk membenahi potensi pariwisata yang dimilikinya. Pemerintah kemudian membentuk suatu organisasi yang secara khusus menangani perihal pariwisata di Jakarta. Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) No.3 tahun 2001, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta didirikan, dimana struktur organisasi dan prosedur kerja didasari oleh Peraturan Gubernur Jakarta No.107 tahun 2001.

Seiring adanya perubahan dalam hal birokrasi baik di tingkat pusat maupun daerah, struktur organisasi Pemerintah Jakarta juga turut mengalami perubahan. Berdasarkan Perda No.10 tahun 2008 tentang Organisasi Daerah, Dinas Pariwisata yang berafiliasi pada Dinas Museum dan Kebudayaan pada akhirnya digabung menjadi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan seperti tertuang dalam Peraturan Gubernur No.107 tahun 2009. Penggabungan tersebut berjalan selama kurang lebih 10 tahun.

Pada tahun 2019 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan akhirnya di pisah kembali dan diubah menjadi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan

terbitnya Pergub No. 151 Tahun 2019. Pemisahan Dinas menghasilkan 2 Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yaitu Dinas Kebudayaan serta Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Menurut pemerintah Jakarta pemisahan urusan kebudayaan dengan urusan pariwisata dapat meningkatkan kualitas kehidupan sosial masyarakat yang majemuk melalui penguatan dan pengembangan nilai budaya dan kekeluargaan di tengah kehidupan masyarakat. Sementara itu, urusan pariwisata akan disatukan dengan urusan ekonomi kreatif dengan nama Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pertimbangannya peningkatan kewirausahaan yang kreatif dan produktif, pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif berkelanjutan, fasilitasi pelaku ekonomi kreatif, dan mendukung terwujudnya Kepulauan Seribu dan Kota Tua sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN).

Perubahan ini tertuang pada Pasal 13 Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, perlu menetapkan Peraturan Gubernur tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

4.1.3 Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta

Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta diantaranya sebagai berikut :

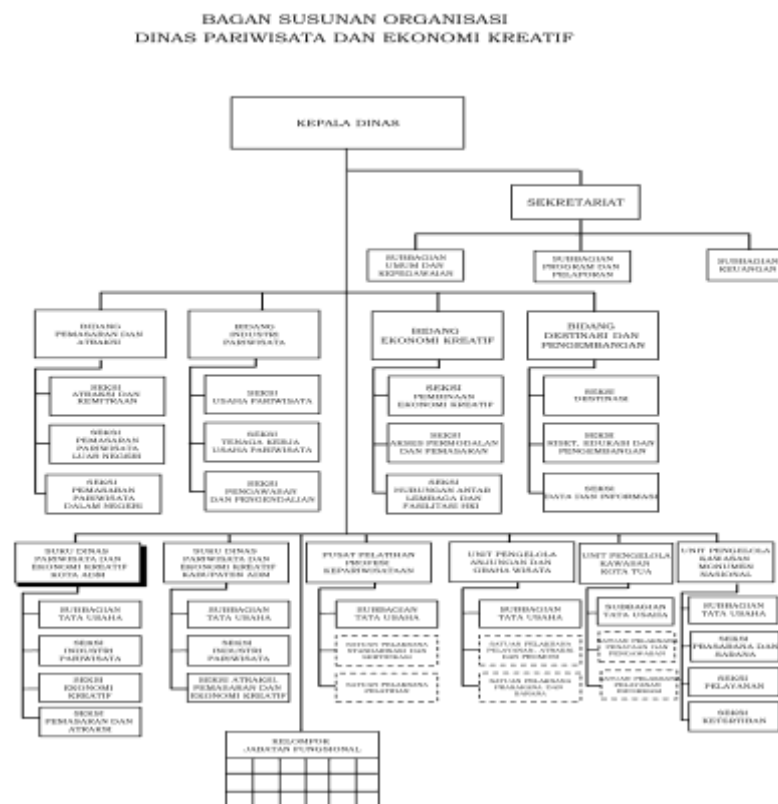
1. Visi

Menjadi penyelenggara urusan pemerintahan bidang pariwisata pada sub urusan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak kekayaan intelektual, pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif.

2. Misi
 - a. Penyusunan rencana strategis, rencana kerja, rencana kerja dan anggaran dinas.
 - b. Melaksanakan dokumen pelaksanaan anggaran dinas.
 - c. Merumuskan kebijakan, proses bisnis, standar dan prosedur dinas.
 - d. Pelaksanaan kebijakan, prcses bisnis, standar dan prosedur dinas.
 - e. Menyelenggarakan pelaksanaan pengelolaan daya tarik wisata, pengelolaan kawasan strategis pariwisata, pengelolaan destinasi pariwisata.
 - f. Menyelenggarakan pelaksanaan pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri, daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata.
 - g. Menyelenggarakan pelaksanaan penyediaan sarana dan prasarana kota kreatif.

Gambar 4.1

Susunan Organisasi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta



Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta

4.1.4 Perjanjian Antara Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia Dengan Pemerintah Provinsi Daerah Khusus DKI Jakarta

Pada tanggal 3 Mei 2021 telah ditetapkan Perjanjian antara Kementerian Sekretaris Negara Republik Indonesia dengan Pemerintah Provinsi Daerah khusus DKI Jakarta tentang pinjam pakai atas tanah kawasan Monas kami yang bertanda tangan di bawah ini No.20/KSN/S/07/2021, No. 55 Tahun 2021 :

1. Setya Utama selaku Sekretaris Kementerian Sekretariat Negara berkedudukan di Jalan Veteran No.17-18, Jakarta Pusat, bertindak untuk dan atas nama Kementerian Sekretariat Negara Indonesia untuk selanjutnya disebut sebagai pihak pertama
2. Marullah Matali selaku Sekretaris Daerah Provinsi DKI Jakarta, berkedudukan di Jalan Medan Merdeka Selatan No.8-9, Jakarta Pusat, bertindak untuk dan atas nama Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, selanjutnya disebut sebagai pihak kedua

Pihak pertama dan pihak kedua, yang selanjutnya di dalam perjanjian disebut para pihak, sepakat menerangkan terlebih dahulu mengenai hal-hal yang diperjanjikan yaitu :

1. Pihak pertama selaku pemegang hak atas tanah seluas 724.483 m² (tujuh ratus dua puluh empat ribu empat ratus delapan puluh tiga meter persegi) dengan Sertifikat Hak Pakai No. 215 Tahun 2020 atas nama Pemerintah Republik Indonesia c.q Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, Kelurahan Gambir, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat, tanggal 10 Desember 2020 yang terletak di kawasan Monas.
2. Pihak kedua selaku instansi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang menggunakan tanah dalam rangka melestarikan lambang perjuangan bangsa Indonesia dalam memperjuangkan, mempertahankan dan mengisi kemerdekaan Indonesia serta menunjang pelaksanaan pelestarian budaya, pendidikan wawasan kebangsaan dan cinta tanah air serta sebagai sarana ruang terbuka public hijau dan promosi wisata daerah.

3. Pada tanah dimaksud terdapat sejumlah aset yang berada diatas tanah berupa Tugu Monas, Plaza Monas, lanskap dan area parkir serta yang berada dibawah tanah berupa Museum tercatat atas nama pihak kedua.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, para pihak sepakat mengikatkan diri dalam perjanjian pinjam pakai yang selanjutnya disebut perjanjian, dengan ketentuan sebagai berikut :

Pasal 1

Maksud dan Tujuan

1. Maksud perjanjian pinjam pakai ini adalah untuk melaksanakan kerjasama penggunaan tanah milik pihak pertama untuk dikelola pihak kedua
2. Tujuan perjanjian pinjam pakai ini adalah untuk mengoptimalkan pemanfaatan aset negara, dalam rangka mengenang dan melestarikan perjuangan kemerdekaan Indonesia, menunjang pelaksanaan pelestarian budaya, pendidikan wawasan kebangsaan dan cinta tanah air, serta sebagaimana sarana ruang terbuka hijau dan promosi wisata daerah termasuk fungsi pemanfaatan untuk penyelenggaraan kegiatan atau acara dalam rangka kepentingan negara, pendidikan, sosial, budaya, agama dan olahraga.

Pasal 2

Objek Perjanjian

Objek perjanjian pinjam pakai ini adalah tanah seluas 724.483 m² (tujuh ratus dua puluh empat ribu empat ratus delapan puluh tiga meter persegi) sebagaimana Sertifikat Hak Pakai No.215 Tahun 2020 atas nama Pemerintah Republik Indonesia c.q Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, yang terletak di Kawasan Monumen Nasional Kelurahan Gambir, Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat diatas tanah terdapat bangunan Tugu Monumen Nasional, Plaza Monas, lanskap dan area parker serta bangunan yang berada dibawah tanah berupa Museum, yang selanjutnya disebut Objek Perjanjian.

4.2 Sejarah Monumen Nasional (MONAS)

Monas di bangun pada tanggal 17 Agustus 1961 sampai dengan 1967, selama 6 tahun pembangunan Monas menghabiskan biaya 7 milyar rupiah yang merupakan sumbangan dari masyarakat Indonesia. Monas di bangun atas gagasan Ir. Soekarno yang merupakan Presiden Republik Indonesia pertama. Arsitek Monas bernama Soedarsono dan penasehat pembangunan Monas bernama Roeseno.

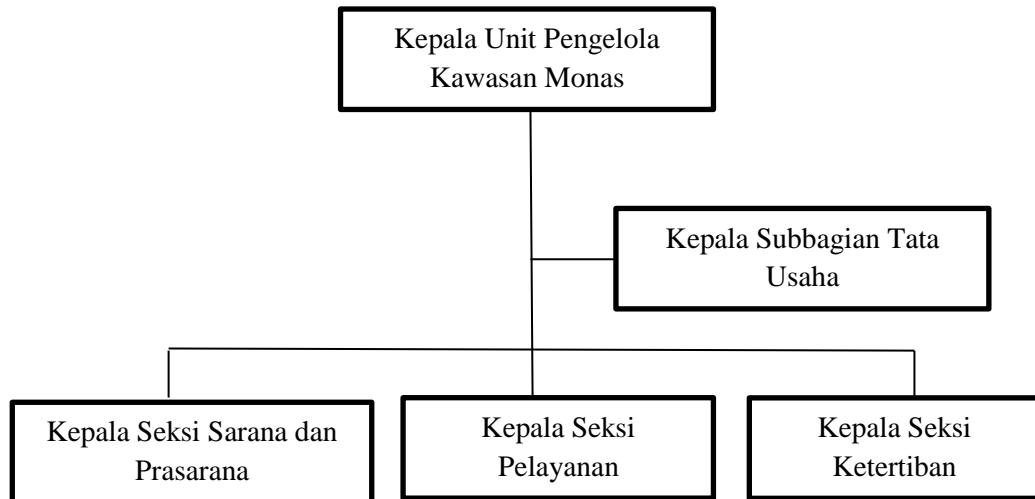
Monas mempunyai tinggi 132 meter dari halaman Monas sampai pucuk lidah api kemerdekaan dengan luas lahan 80 hektar yang bertempat di Jalan Silang Monas atau Jalan Medan Merdeka, Jakarta Pusat. Ikon Monas bernama lidah api kemerdekaan terbuat dari bahan dasar perunggu seberat 14,5 ton yang di lapis emas 50 kg yang terbentuk atas 77 bagian yang menjadi satu berbentuk kerucut. Makna dan arti lidah api kemerdekaan melambangkan semangat perjuangan yang berkobar dan menyala-nyala.

Monas pertama kali di buka untuk umum pada tanggal 12 Juli 1975 yang di resmikan oleh Gubernur DKI Jakarta pada saat itu Ali Sadikin. Tujuan di bangun Monas antara lain:

1. Untuk mengenang para pahlawan perjuangan demi memerdekakan Indonesia dari para penjajah.
2. Untuk mengenang hari Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia 17 Agustus 1945.
3. Untuk memotivasi generasi sekarang dan generasi yang akan datang.
4. Sebagai tempat edukasi dan wisata.

Gambar 4.2

Bagan Organisasi dan Jabatan Monas



Sumber : Unit Pengelola Kawasan Monumen Nasional

4.3 Hasil Penelitian

Berdasarkan permasalahan strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam promosi pariwisata saat pandemi covid-19 dengan studi kasus objek wisata di Monas, sebagai lembaga pemerintahan non kementerian yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri yang membidangi urusan pemerintahan dibidang pariwisata. Daya Tarik Wisata (DTW) ke Monas mengalami penurunan ini bukan masalah baru dan tentunya segala strategi untuk penanganannya sudah banyak dilakukan.

Disusunnya strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam promosi pariwisata saat pandemi covid-19 dilakukan melalui peningkatan promosi pariwisata dengan pendekatan BAS (*Branding, Advertising and Selling*), promosi wisata alam (wisata bahari dan pulau, serta ekowisata dan petualangan), wisata sejarah dan budaya (wisata heritage, religi, kuliner, belanja, dan wisata perkotaan) serta promosi wisata buatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*), *event*, olahraga, dan kawasan wisata terpadu.

Langkah berikutnya yang harus dilaksanakan adalah merumuskan tujuan dan sasaran sebagai suatu kondisi yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Adapun sasaran adalah penjabaran dari tujuan yaitu hasil yang akan dicapai secara nyata oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam rumusan yang lebih spesifik dan terukur melalui penetapan indikator beserta targetnya. Selanjutnya, sasaran dipisahkan menjadi sasaran makro (indikator tujuan) dan sasaran spesifik perangkat daerah sebagai arsitektur kinerja *impact* yang saling terhubung dimana sasaran makro merupakan *lagging indicator* yang dipicu oleh sasaran spesifik sebagai *leading indicator*.

Dengan demikian, sasaran makro merupakan representasi langsung keberhasilan pencapaian tujuan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yang sekaligus menjadi indikator utama pencapaian kinerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Sasaran strategis Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta merupakan bagian integral dalam proses perencanaan bidang pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. Sasaran ini juga menjadi dasar yang kuat untuk mengendalikan dan memantau pencapaian kinerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Apabila seluruh sasaran yang ditetapkan telah dicapai diharapkan tujuan strategis terkait juga telah dapat dicapai. Oleh karena itu, tujuan dan sasaran yang akan dirumuskan harus bersifat “*SMART*”, artinya bahwa tujuan dan sasaran harus spesifik (*Specific*), dapat diukur (*Measurable*), dapat dicapai (*Achievable*), dapat dilaksanakan (*Relevant*) dalam waktu tertentu (*Time Bound*). Tujuan dan sasaran yang *SMART* akan mampu menunjukkan prioritas tertinggi dalam perencanaan untuk kemudian menjadi dasar penyusunan kerangka kinerja Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta selama lima tahun kedepan.

Hasil penelitian menemukan banyak informasi dan fakta di lapangan dari para informan mengenai Strategi Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta Dalam Promosi Pariwisata Saat Pandemi Covid-19. Kemudian, kegiatan penelitian ini melibatkan sembilan informan, yakni terdiri dari kepala bidang

pemasaran dan atraksi, staff seksi pemasaran luar negeri, staff seksi pemasaran dalam negeri, manajemen Monas, pengunjung Monas sebanyak 5 orang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di lapangan, pembahasan mengenai hasil penelitian ini mengacu pada enam indikator yang mempengaruhi strategi menurut Wheelen Hunger (2010) yaitu sebagai berikut :

4.3.1 Misi

Misi merupakan penjabaran atau langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai atau mewujudkan visi tersebut. Sebagaimana yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) DKI Jakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Jakarta. Melalui sebuah perumusan visi dan misi dapat membentuk suatu strategi atau program yang akan dilakukan atau dilaksanakan dengan melibatkan aspek yang terlibat di dalamnya. Maka dari itu sebuah organisasi penting untuk menjadikan visi dan misi sebagai tolak ukur sebuah strategi atau program yang akan dijalankan.

Hasil wawancara dengan Manajemen Monas sebagai Informan ketiga mengenai visi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, memberi informasi bahwa :

“Bagaimana mengelola, mengembangkan objek wisata yang ada di DKI Jakarta khususnya objek wisata Monas memberikan suatu layanan langsung kepada pengunjung. Dalam hal ini Monas memiliki tekad untuk menjadi objek wisata yang unggul, partisipatif, berbudaya dan bersejarah”. (Wawancara, Rabu 28 September 2022, Pukul 10.00 WIB).

Terdapat informasi yang berbeda dari Informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Araksi, Informan dua yaitu Staff Seksi Pemasaran Luar Negeri dan Informan tiga yaitu Staff Seksi Pemasaran Dalam Negeri. Ketiga informan tersebut mengungkapkan bahwa :

“Mewujudkan DKI Jakarta sebagai destinasi wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Yang mempunyai arti DKI Jakarta adalah sebuah daerah otonom pada tingkat provinsi sekaligus sebagai Ibukota Negara Kesatuan Republik Indonesia yang memiliki kekhususan tugas, hak, kewajiban, dan tanggung jawab tertentu dalam penyelenggaraan pemerintahan dan sebagai tempat kedudukan perwakilan negara asing, serta pusat lembaga internasional. Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah

administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Berdaya Saing berarti menjadikan sektor ekonomi kreatif sebagai sumber ekonomi baru yang mampu beradaptasi, mencapai tingkat perkembangan tinggi, dilindungi hak kekayaan Intelektualnya, berkembang secara berkelanjutan dari segi produk dan pemasarannya. Misi ini menitikberatkan pada pengembangan produk pariwisata yang mempunyai nilai tambah tinggi serta unik, sehingga menarik minat wisatawan. Selain itu, pengembangan produk wisata tersebut harus mendukung pelestarian lingkungan, pelestarian budaya, serta melibatkan masyarakat lokal”. (Wawancara, Senin 5 September 2022, Pukul 10.00 WIB)

Hasil wawancara informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Araksi mengenai sejauh mana pencapaian misi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta memberi informasi bahwa :

“Sejumlah sarana dan prasarana penunjang obyek wisata di DKI Jakarta khususnya Monas yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta sudah cukup memadai untuk pengembangan kepariwisataan dan Ekonomi Kreatif. Namun harus tetap dilakukan pemeliharaan untuk menjaga ketersediaan sarana agar tetap dapat digunakan sebagaimana mestinya. Selain itu, pencapaian dari industri pariwisata Jakarta adalah industri hiburan, yang dijadikan indikator khusus dengan target hanya pada tahun 2018 sebanyak 1.669 industri dan tercapai 100%. Yang pada kondisi aktual industri pariwisata bidang hiburan dan objek wisata terus mengalami pertumbuhan pada tahun 2019. Namun ada beberapa program yang memperlihatkan pencapaian kurang optimal dan bahkan jauh di bawah target yang ditetapkan. Ketidakberhasilan pencapaian program tersebut disebabkan karena berbagai faktor, salah satunya adalah porsi anggaran tahun 2019 untuk urusan pariwisata sebesar 40,16% dan urusan kebudayaan sebesar 59,84 dari total seluruh anggaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, hal ini tentu mempengaruhi kinerja pemajuan ekonomi dan pencapaian target program pengembangan pariwisata yang telah ditetapkan”. (Wawancara, Senin 5 September 2022, Pukul 10.30 WIB)

Hasil wawancara informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Araksi mengenai apakah ada misi yang spesifik terkait promosi pariwisata memberi informasi bahwa :

“Tentu ada, yaitu misi yang isinya mengenai menyelenggarakan pelaksanaan pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri, daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata, didalamnya terdapat promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif”. (Wawancara, Senin 5 September 2022, pukul 11.00 WIB)

Hasil wawancara informan tiga yaitu Staff Seksi Pemasaran Dalam Negeri mengenai bagaimana langkah atau strategi pariwisata Monas memberi informasi bahwa :

“Strategi cukup banyak, namun dari keseluruhan pegawai Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, terbagi tim secara merata ke setiap unit pelayanan dan suku dinas, termasuk untuk Monas. Serta jenis pelayanan dan tarif retribusi Monas yang memberikan keringanan biaya masuk sebesar 25%. Berikut ini data yang mendukung mengenai strategi”. (Wawancara, Selasa, 6 September 2022, Pukul 09.30 WIB).

Distribusi pegawai berdasarkan unit pelayanan pengelola kawasan Monas memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 22 orang yang terdiri dari Kepala Unit Pengelola Kawasan Monas, Kepala Subbagian Tata Usaha, Kepala Seksi Pelayanan, Kepala Seksi Sarana dan Prasarana, Kepala Seksi Ketertiban, Staff Seksi Pelayanan, Staff Seksi Sarana dan Prasarana, Staff Seksi Ketertiban.

Tabel 4.1
Jenis Pelayanan dan Tarif Retribusi Monas

| Jenis Pelayanan | Tarif Retribusi | |
|---|---|-----------------------|
| | Pelataran Cawan | Pelataran Puncak |
| Dewasa | Rp.5000,-/per orang | Rp.10.000,-/per orang |
| Mahasiswa | Rp.3000,-/per orang | Rp.5000,-/per orang |
| Anak-anak atau pelajar | Rp.2000,-/per orang | Rp.2000,-/per orang |
| Rombongan tamu negara, pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah | Tidak dipungut retribusi dengan menyampaikan pemberitahuan dan memiliki KTP DKI Jakarta | |
| Rombongan dengan peserta lebih dari 30 orang | Diberikan keringanan biaya masuk sebesar 25% | |

Sumber : Unit Pengelola Kawasan Monumen Nasional

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa tarif retribusi untuk masuk ke objek wisata Monas dimulai dari Rp.2000,-/per orang sampai dengan

Rp.10.000,-/per orang. Adapun tarif retribusi yang tidak dipungut biaya sama sekali tersebut hanya untuk rombongan pemerintah. Dan apabila rombongan dengan peserta lebih dari 30 orang akan mendapatkan diskon sebesar 25%. Oleh karena itu, dengan adanya tarif retribusi yang terjangkau membuat masyarakat ingin berkunjung ke objek wisata Monas.

Hasil wawancara informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Araksi mengenai adakah hambatan dalam pencapaian misi tersebut, memberi informasi bahwa :

“Hambatan akan selalu ada, namun secara garis besar hambatan yang sering terjadi adalah persaingan dengan objek wisata daerah lain sangat ketat, intensitas promosi objek wisata daerah lain terus meningkat dan profesionalitas dan kompetensi tenaga kerja yang dibutuhkan masih rendah”. (Wawancara, Senin 5 September 2022, Pukul 13.00 WIB)

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pihak Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta maupun manajemen Monas berupaya menjelaskan visi dan berusaha mencapai suatu misi secara garis besar yang berkaitan dengan mewujudkan DKI Jakarta sebagai destinasi wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Saat ini, DKI Jakarta memiliki destinasi wisata yang menarik, yaitu Monas. Adapun hambatan dalam mencapai misi tersebut tentu dapat diatasi dengan baik, manajemen Monas dan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta selalu melakukan pelayanan yang terbaik sehingga dari banyaknya strategi mampu membuat objek wisata Monas selalu ramai apalagi ketika di hari libur.

Ketika berwisata ke DKI Jakarta, tentu belum lengkap jika belum mengunjungi kawasan Monas. Monas dikenal sebagai sebuah monumen yang berbentuk tugu menjulang ke atas yang dibangun untuk mengenang perjuangan bangsa Indonesia. Monumen yang mempunyai luas sekitar 80 Hektar ini memang menjadi ikon DKI Jakarta, yang letaknya berada di pusat kota. Monas bukan hanya tempat wisata saja, ada banyak sekali hal yang bisa dilakukan di kawasan Monas ini. Monas selalu menjadi salah satu pilihan destinasi wisata terfavorit dan tempat mendidik anak-anak untuk lebih mengenal sejarah Indonesia.

Hasil observasi menunjukkan bahwa, misi sebagai peranan yang penting dalam organisasi. Berdasarkan misi yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yaitu bagaimana mengelola, mengembangkan objek wisata yang terletak di Provinsi DKI Jakarta khususnya objek wisata Monas memberikan suatu layanan langsung kepada pengunjung dan mewujudkan Provinsi DKI Jakarta sebagai destinasi wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan, namun pencapaian misi belum dapat optimal secara keseluruhan dan hambatan dalam pencapaian misi tersebut yaitu persaingan dengan objek wisata daerah lain sangat ketat, intensitas promosi objek wisata daerah lain terus meningkat dan profesionalitas dan kompetensi tenaga kerja yang dibutuhkan masih rendah. Namun salah satu solusi yang kerap ditawarkan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dan Manajemen Monas selalu berupaya melakukan perbaikan secara signifikan setiap tahunnya dan menyelamatkan kondisi pariwisata serta melakukan strategi-strategi yang membuat objek wisata Monas tetap menjadi monumen bersejarah yang menjadi kebanggaan warga DKI Jakarta.

4.3.2 Tujuan Organisasi

Tujuan organisasi adalah untuk mencapai atau merealisasikan keinginan atau cita-cita bersama dari tiap anggota organisasi untuk mendapatkan keuntungan dan keberhasilan dari tujuan organisasi serta untuk mengatasi terbatasnya kemandirian dan kemampuan pribadi untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu juga untuk meningkatkan kemampuan anggota organisasi dalam mendapatkan sumber daya dan dukungan dari lingkungan masyarakat.

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi sebagai informan satu mengenai tujuan utama dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terhadap pariwisata di Provinsi DKI Jakarta yaitu :

“Tujuan utamanya adalah mengembangkan pariwisata berkeadilan, memiliki nilai kebangsaan, dan kebhinekaan, dapat memperkaya pengalaman serta mendukung keberlanjutan dan kestabilan perekonomian DKI Jakarta sebagai simpul kemajuan Indonesia, adapun pencapaiannya adalah terwujudnya DKI Jakarta sebagai kota tujuan wisata yang berdaya saing internasional, dengan indikator jumlah wisatawan”.(Wawancara, Selasa 6 September 2022, Pukul 14.00 WIB).

Hasil wawancara informan empat yaitu Manajemen MONAS mengenai apakah pencapaian objek wisata di Monas sudah tercapai, memberi informasi bahwa :

“Sejauh ini pencapaiannya belum optimal secara keseluruhan, masih ada yang harus diperbaiki”. (Wawancara, Rabu 28 September 2022, Pukul 14.00 WIB).

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa tujuan organisasi merupakan faktor terpenting dalam suatu organisasi, tanpa adanya tujuan maka organisasi tidak akan mencapai keberhasilan. Baik yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata maupun lainnya. Melalui tujuan organisasi, organisasi bisa berkembang pesat. Termasuk dalam pencapaian yang ingin diraih oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yang salah satunya adalah pencapaian objek wisata Monas yang sejauh ini belum optimal karena disebabkan oleh terbatasnya SDM yang mengelola kawasan Monas. Karena SDM merupakan motor penggerak jalannya organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi.

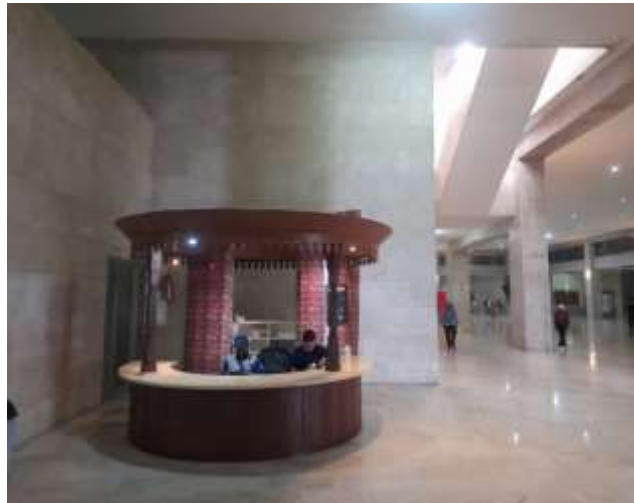
Hasil observasi menunjukkan bahwa aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial, yang mana tidak akan pernah bisa hidup tanpa adanya bantuan dari manusia lainnya sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dengan mudah. Adapun tujuan utamanya adalah mengembangkan pariwisata berkeadilan, memiliki nilai kebangsaan dan kebhinekaan, dapat memperkaya pengalaman serta mendukung keberlanjutan dan kestabilan perekonomian DKI Jakarta sebagai simpul kemajuan Indonesia, akan tetapi pencapaian objek wisata khususnya di Monas masih ada beberapa yang belum tercapai dan terkait informasi mengenai Monas dinamakan TIC (*Tourism Information Center*) yang dapat memberikan pelayanan selama waktu operasional masih berlangsung.

Oleh karena itu, solusi yang kerap ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu lebih di optimalkan lagi dengan menentukan pencapaian yang belum pernah direalisasikan sebelumnya yang berkaitan dengan tujuan utama dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta.

Berikut ini adalah hasil dokumentasi yang telah diperoleh :

Gambar 4.3

Tourism Information Center



Sumber : Unit Pengelola Kawasan Monumen Nasional

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa segala informasi yang berkaitan dengan Monas dapat ditanyakan ke petugas yang berada di area ini. Petugas yang akan membantu menjelaskan informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan.

4.3.3 Strategi Organisasi

Dalam suatu organisasi dibutuhkan suatu strategi untuk menunjang suatu tujuan-tujuan tertentu serta sasaran jangka panjang. Strategi ini menekankan kepada promosi pariwisata saat pandemi covid-19 dalam menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Promosi pariwisata dilakukan secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan yang dilakukan berdasarkan prioritas sesuai permintaan pasar. Terlebih lagi dengan kondisi pasca pandemi covid-19, diperlukan kesiapan destinasi untuk memperhatikan aspek kebersihan, keselamatan, dan keamanan, serta implementasi protokol kesehatan.

Strategi organisasi merupakan cara pertama untuk sebuah organisasi dalam menyusun strategi yang nantinya akan menjadi program kerja kedepannya, serta dengan merancang strategi di awal akan menjadikan program kerja yang akan dilaksanakan lebih terarah dan teratur. Melalui sebuah perumusan visi dan misi

dapat membentuk suatu strategi atau program yang akan dilakukan atau dilaksanakan dengan melibatkan aspek yang terlibat di dalamnya. Maka dari itu sebuah organisasi penting untuk menjadikan visi dan misi sebagai tolak ukur sebuah strategi atau program yang akan dijalankan.

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi sebagai informan satu mengenai strategi yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta khususnya objek wisata Monas. Berikut ini informasi yang di peroleh:

“Ada beberapa strategi, diantaranya melakukan inovasi-inovasi yaitu membuat wisata berlari, wisata bersepeda, wisata berjalan kaki di Provinsi DKI Jakarta khususnya di kawasan Monas. Jadi, masyarakat tidak perlu jauh-jauh ke Bali untuk berwisata, karena di Provinsi DKI Jakarta sendiri pun memiliki wisata yang tak kalah menarik dengan wisata-wisata lainnya. Selain itu, jika ingin ke laut pun Provinsi DKI Jakarta memiliki kepulauan seribu”. (Wawancara Rabu, 7 September 2022, Pukul 10.50 WIB).

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi sebagai informan satu mengenai bagaimana strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam mempromosikan objek wisata Monas saat pandemi covid-19. Berikut ini informasi yang di peroleh :

“Strategi yang dilakukan yaitu dengan mengadakan berbagai atraksi setiap tahunnya, adapun pasca pandemi covid-19 tetap mengutamakan protokol kesehatan. Atraksi tersebut, yaitu festival layang-layang, hari kelahiran pancasila, hari tanpa tembakau. Masih banyak lagi jenis atraksi wisata yang ditampilkan yaitu diantaranya pada saat peringatan HUT Jakarta biasanya ditampilkan budaya betawi yang berbentuk kesenian tradisional dan festival kesenian setiap hari minggu”.(Wawancara, Rabu, 7 September 2022, Pukul 11.30 WIB).

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi sebagai informan satu mengenai apa yang membedakan strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dengan yang lainnya. Berikut ini informasi yang di peroleh :

“Yang membedakan strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dengan yang lainnya adalah potensi pariwisata lebih mengarah kepada Daya Tarik Wisata (DTW) dari sebuah objek wisata yang telah di atur oleh pemerintah daerah. Potensi yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta memiliki daya tarik tersendiri yang menopang

pertumbuhan dan kemajuan daerah”. (Wawancara Rabu, 7 September 2022, Pukul 13.00 WIB).

Hasil wawancara dengan Staff Seksi Pemasaran Luar Negeri sebagai informan dua dan Staff Pemasaran Dalam Negeri sebagai informan tiga mengenai apakah sejauh ini strategi tersebut sudah dilakukan secara optimal. Berikut ini informasi yang di peroleh :

“Sejauh ini terbatasnya ketersediaan data dan informasi kepariwisataan juga menunjukkan status kelembagaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta belum optimal yang idealnya dalam bentuk ‘Dinas’ di tingkat eselon II. Oleh karena itu, perlu kerja keras untuk meningkatkan status kelembagaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta harus melaksanakan perubahan dan pengembangan terhadap kapasitas kelembagaannya. Secara umum permasalahan kelembagaan dipicu oleh akar permasalahan yaitu belum optimalnya peningkatan dan pengembangan daya saing dan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata serta legal aspek belum memadai”. (Wawancara, Selasa, 6 September 2022, Pukul 09.30 WIB).

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta berupaya mengembalikan perekonomian pariwisata dengan cara melakukan strategi yang menarik dan inovatif sehingga mampu berdaya saing baik di dalam negeri maupun di luar negeri serta berusaha meyakinkan masyarakat tentang keunggulan objek wisata Monas yang telah dikelola dengan baik agar dapat dikunjungi saat pandemi covid-19. Salah satu yang ditampilkan dalam mempromosikan objek wisata Monas yaitu pada saat peringatan HUT Jakarta biasanya ditampilkan budaya betawi yang berbentuk kesenian tradisional.

Industri pariwisata apabila ditinjau dari segi budaya, secara tidak langsung memberikan peran penting bagi perkembangan budaya Indonesia karena adanya suatu objek wisata maka dapat memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki suatu negara seperti kesenian tradisional, upacara-upacara agama atau adat yang menarik perhatian wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Industri pariwisata yang berkembang dengan cepat memberikan pemahaman antar budaya melalui interaksi dengan wisatawan mancanegara dengan masyarakat lokal tempat dimana daerah wisata tersebut berada.

Hasil observasi menunjukkan bahwa, suatu strategi dapat menuju sasaran yang akan dicapai dengan tepat, efektif dan efisien. Berbagai organisasi mempunyai strategi yang berbeda dalam mencapai tujuan organisasinya, adapun strategi yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta khususnya objek wisata Monas yaitu melakukan inovasi-inovasi yaitu membuat wisata berlari, wisata bersepeda, wisata berjalan kaki di Provinsi DKI Jakarta khususnya di kawasan Monas. Selain itu strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam mempromosikan objek wisata Monas saat pandemi covid-19 yaitu dengan mengadakan berbagai atraksi setiap tahunnya, adapun saat pandemi covid-19 tetap mengutamakan protokol kesehatan. Atraksi tersebut, yaitu festival layang-layang, hari kelahiran pancasila, hari tanpa tembakau. Strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yang membedakan dengan yang lainnya adalah potensi pariwisata lebih mengarah kepada Daya Tarik Wisata (DTW) dari sebuah objek wisata yang telah diatur oleh pemerintah daerah. Akan tetapi, hingga saat ini strategi yang dilakukan belum optimal dikarenakan oleh adanya permasalahan yang dapat menimbulkan ketidaksesuaian dalam mengembangkan pariwisata. Solusi yang kerap ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan mengadakan festival kesenian di kawasan Monas setiap hari minggu.

Berikut ini adalah hasil dokumentasi yang telah diperoleh :

Gambar 4.4
Festival Kesenian



Sumber : Unit Kawasan Monumen Nasional

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa ini merupakan salah satu festival kesenian yang diadakan tepat dibawah tugu Monas yang dimeriahkan oleh band terkemuka di Provinsi DKI Jakarta. Hal tersebut tentu mengundang wisatawan berdatangan, walaupun hanya sekedar menonton atau berfoto.

4.3.4 Lingkungan

Lingkungan-lingkungan strategi yaitu terdiri dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal terkait dengan dinamika nasional, provinsi, Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), dan lembaga atau instansi di luar organisasi. Dinamika regional dan nasional secara sederhana dapat dilihat dari kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan dalam bentuk rencana pembangunan jangka menengah provinsi maupun nasional. Sedangkan lingkungan internal terkait dengan dinamika di dalam organisasi itu sendiri yang diperkirakan akan menjadi permasalahan maupun tantangan dimasa yang akan datang.

Hasil wawancara dengan Manajemen Monas sebagai informan empat mengenai bagaimana koordinasi antara manajemen Monas dengan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, memberikan informasi bahwa :

“Koordinasi manajemen Monas dengan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta cukup baik. Dapat dilihat, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta membagi tim secara merata ke setiap unit pelayanan dan suku dinas, termasuk untuk Monas. Dan Monas memiliki jumlah yang paling banyak (Wawancara, Rabu 28 September 2022, Pukul 14.20 WIB).

Hasil wawancara dengan Staff Seksi Pemasaran Luar Negeri sebagai informan dua dan Staff Pemasaran Dalam Negeri sebagai informan tiga mengenai apakah sarana prasarana dan sumber daya manusia di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta support terhadap objek wisata Monas. Berikut ini informasi yang diperoleh :

“Tentu saja sangat support, tetapi untuk sarana prasarana tersendiri belum optimal secara keseluruhan dan untuk sumber daya manusia pun masih menyesuaikan dengan kebutuhan untuk melayani pengunjung wisata memberikan informasi kepada pengunjung seperti kita mempunyai *Tourism Information Center (TIC)*”. (Wawancara, Selasa, 6 September 2022, Pukul 10.00 WIB).

Hasil wawancara dengan informan lima, informan enam, informan tujuh, informan delapan, informan sembilan yaitu sama-sama pengunjung Monas yang pada waktu itu sedang berkunjung bersama keluarga besar mengenai apakah yang menjadi ketertarikan masyarakat terhadap objek wisata Monas. Berikut ini informasi yang diperoleh:

“Yang menjadi ketertarikan, Monas adalah sebuah mahakarya dan kebanggaan nasional bagi Indonesia, dengan menampilkan berbagai diorama perkembangan dan pencapaian perjuangan rakyat Indonesia. Monas bukan hanya tempat rekreasi saja, ada banyak sekali hal yang bisa kita lakukan ketika mengunjungi Monas ini”.(Wawancara, Rabu 28 September 2022,Pukul 15.00 WIB).

Hasil wawancara dengan Manajemen Monas sebagai informan empat mengenai seperti apa supporting akses yang tersedia di Monas. Berikut ini informasi yang diperoleh :

“Untuk suporting akses sendiri sangat mudah bagi masyarakat yang ingin berwisata ke monas baik di Jakarta maupun diluar kota Jakarta, karena dengan didukung dengan perkembangan infrastruktur, transportasi dan sebagainya hal ini menjadi sebuah keunggulan terhadap objek wisata Monas dalam berdaya saing dengan objek wisata yang lain. Di dalam kawasan Monas memfasilitasi kereta wisata untuk memudahkan pengunjung mengelilingi kawasan Monas tersebut”. (Wawancara, Rabu 28 September 2022,Pukul 14.20 WIB).

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa pihak manajemen kawasan Monas yang berkoordinasi dengan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta sudah menyediakan sarana prasarana yang lengkap saat pandemi covid-19, seperti layanan akomodasi, transportasi, meskipun sebelumnya sudah tersedia sarana prasarana tersebut, tetapi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta berupaya untuk mengembangkan sarana prasarana yang tersedia dengan pelayanan yang nyaman dan aman bagi pengunjung, serta ketersediaan fasilitas lengkap yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung selama saat pandemi covid-19 ini. Kemudian yang menjadi ketertarikan masyarakat terhadap Monas adalah lambang kebanggaan bangsa Indonesia, dengan tiket masuk yang terbilang murah, masyarakat ingin menjelajahi kawasan Monas dan masih ada hal-hal unik yang tidak bisa di temukan di tempat lain.

Hasil observasi menunjukkan bahwa, lingkungan dapat mempengaruhi dalam mengembangkan sarana prasarana dan lainnya sehingga koordinasi manajemen Monas dengan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dapat terjalin cukup baik, sarana prasarana dan sumber daya manusia di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta sangat support terhadap objek wisata Monas tetapi untuk sarana prasarana tersendiri belum optimal secara keseluruhan dan untuk sumber daya manusia pun masih menyesuaikan dengan kebutuhan untuk melayani pengunjung. Selain itu yang menjadi ketertarikan Monas adalah sebuah mahakarya dan kebanggaan nasional bagi Indonesia, dengan menampilkan berbagai diorama perkembangan dan pencapaian perjuangan rakyat Indonesia. Solusi yang kerap ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu pihak manajemen kawasan Monas serta Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta menyediakan sarana prasarana, seperti layanan akomodasi yang sesuai anjuran protokol kesehatan, ketersediaan transportasi wisata berupa kereta wisata, untuk memudahkan wisatawan untuk berkeliling ataupun mengunjungi beberapa destinasi wisata yang tersedia, hal ini tentunya diberikan batasan sosial yang ketat agar wisatawan tidak bersentuhan satu sama lain. Supporting aksesnya pun tidak ada yang dipersulit, siapa saja dapat menikmatinya asalkan mengikuti peraturan yang berlaku dan tidak melakukan hal yang melanggar hukum.

Berikut ini adalah hasil dokumentasi yang telah diperoleh :

Gambar 4.5

Kereta Wisata



Sumber : Unit Pengelola Kawasan Monumen Nasional

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa kereta wisata ini dapat digunakan oleh siapapun, baik dari kalangan pemerintah maupun masyarakat biasa secara gratis. Sehingga bisa melihat keseluruhan fasilitas-fasilitas yang berada di Monas tanpa harus mengeluarkan tenaga yang berlebih.

4.3.5 Strategi dan Kebijakan Fungsional

Strategi fungsional mengidentifikasi kegiatan-kegiatan spesifik yang akan dilaksanakan setiap bidang fungsional. Strategi fungsional perlu dikoordinasikan satu sama lain untuk menghindari terjadinya konflik kepentingan dalam organisasi.

Hasil wawancara dengan informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi mengenai berapa banyak anggaran yang dialokasikan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta khususnya untuk objek wisata Monas dan strategi pemasaran yang dilakukan di luar negeri maupun dalam negeri, memberi informasi bahwa:

“Anggarannya yaitu sebesar 60 M, nominal yang sangat fantastis memang. Adapun strategi pemasaran di luar negeri yaitu salah satunya dengan memposting keunggulan Monas di sosial media dan strategi yang dilakukan di dalam negeri yaitu salah satunya adalah memberikan diskon tiket masuk apabila pengunjungnya cukup banyak”. (Wawancara Rabu, 7 September 2022, Pukul 13.30 WIB).

Hasil wawancara dengan Manajemen Monas sebagai informan empat mengenai seperti apa ketersediaan sumber daya manusia dalam mempromosikan khususnya objek wisata Monas, memberi informasi bahwa :

“Untuk ketersediaan SDM perlu ditingkatkan dalam kualitas dalam mempromosi wisata khususnya di Monas, tapi tanpa perlu di promosikan Monas mempunyai daya tarik tersendiri dibandingkan dengan wisata lain yang ada khususnya di Jakarta”. (Wawancara, Rabu 28 September 2022, Pukul 14.30 WIB).

Hasil wawancara dengan Manajemen Monas sebagai informan empat mengenai seperti apa strategi pemasaran yang dilakukan di luar negeri maupun dalam negeri, memberi informasi bahwa :

“Dalam memasarkan atau mempromosikan objek wisata Monas baik di luar negeri ataupun dalam negeri seperti contoh melalui media sosial, tak hanya melalui media sosial namun mempromosikan melalui *event* yang diselenggarakan. (Wawancara, Rabu 28 September 2022, Pukul 14.40 WIB).

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa anggaran yang dialokasikan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta sangat besar, anggaran tidak hanya memberikan perencanaan rinci dari strategi baru dalam tindakan, tetapi juga menentukan dengan laporan keuangan proforma yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Serta ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam mempromosikan objek wisata Monas belum optimal, masih ada yang harus diperbaiki bersama guna mewujudkan Monas menjadi objek wisata terfavorit di kalangan masyarakat. Akan tetapi, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta tetap mempromosikan kembali objek wisata Monas melalui media sosial agar wisatawan bisa dengan mudah mengetahui berbagai informasi mengenai lokasi objek wisata tersebut baik diluar negeri maupun dalam negeri.

Hasil observasi menunjukkan bahwa yang meliputi strategi dan kebijakan fungsional adalah anggaran sangat penting untuk direncanakan sebesar 60 M, apabila anggaran sudah terpenuhi maka akan berpengaruh terhadap objek wisata Monas. Walaupun dalam mempromosikan khususnya objek wisata Monas ketersediaan SDM belum optimal, akan tetapi sebenarnya tanpa perlu di promosikan Monas mempunyai daya tarik tersendiri dibandingkan dengan wisata lain yang ada khususnya di Jakarta. Solusi yang kerap ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta memiliki alternatif lain yang efektif apabila dilakukan secara rutin yaitu melakukan strategi pemasaran di luar negeri maupun dalam negeri melalui media sosial. Hal ini tentunya bisa menarik minat wisatawan baik nusantara maupun mancanegara saat pandemi covid-19. Ini juga menjadi bagian dari strategi promosi untuk meningkatkan pemasaran pariwisata yang sempat menurun akibat terkena imbas dari pandemi covid-19.

4.3.6 Evaluasi dan Pengendalian

Dalam sistem evaluasi dan pengendalian, langkah pertama yang penting adalah menentukan apa yang akan diukur. Pengukuran harus terkait dengan kuantitas, kualitas, penetapan waktu dan harus bisa diperiksa secara obyektif. Pengendalian strategis, taktis dan operasional membentuk hierarki pengendalian yang sama dengan hierarki strategis. Proses evaluasi dan pengendalian strategis akan melalui beberapa langkah yaitu menentukan suatu standar untuk mengukur kinerja perusahaan dan membuat batas toleransi yang dapat diterima untuk tujuan, sasaran dan strategi.

Hasil wawancara dengan informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi mengenai kendala apa saja yang dialami Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam mempromosikan objek wisata Monas saat pandemi covid-19 saat ini, memberi informasi bahwa :

“Kendala pasti ada, namun yang sering terjadi adalah ketika ada demo yang jaraknya dekat dengan Monas otomatis jalan raya untuk akses ke Monas akan di tutup sementara waktu. Sehingga masyarakat yang ingin berkunjung kesana akan terhambat. Tetapi, apabila kondisinya sudah kondusif, pihak manajemen Monas biasanya akan memberitahukan kepada masyarakat secara langsung maupun lewat sosial media”.(Wawancara, Kamis 8 September 2022, Pukul 09.30 WIB).

Hasil wawancara dengan informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi mengenai bagaimana cara evaluasi dan pengendalian yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta terhadap kendala-kendala tersebut, memberi informasi bahwa :

“Adapun evaluasi dan pengendalian yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yaitu caranya dengan mengadakan rapat antara kepala dinas dan staff-staff yang terkait beserta perwakilan dari manajemen Monas dan membuat buku laporan setiap tahunnya”. (Wawancara, Kamis 8 September 2022, Pukul 09.40 WIB).

Hasil wawancara dengan informan satu yaitu Kepala Bidang Pemasaran dan Atraksi mengenai apakah evaluasi tersebut mampu memperbaiki objek wisata yang terkena dampak pandemi covid-19, memberi informasi bahwa :

“Memperbaiki secara keseluruhan memang belum, namun dapat memperbaiki sedikit demi sedikit. Karena dengan mengadakan rapat akan menghasilkan suatu solusi yang terbaiknya seperti apa, yang diharapkan dikemudian hari masyarakat dapat menerimanya. (Wawancara, Kamis 8 September 2022, Pukul 09.50 WIB).

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa kendala yang tidak bisa dicegah adalah ketika ada demo yang melibatkan orang banyak dan pihak manajemen Monas mengalami kerugian *finansial* apabila sering terjadi demo di dekat kawasan Monas. Selain itu, lingkungan akan tercemari oleh sampah-sampah yang dibuang secara sembarangan. Adapun evaluasi dan pengendalian yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta yaitu mengadakan rapat dan membuat buku laporan setiap tahunnya, apakah jumlah kunjungan menurun atau meningkat.

Hasil observasi menunjukkan bahwa evaluasi dan pengendalian yaitu suatu langkah yang paling efektif dilakukan atas kendala yang dialami Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dalam mempromosikan objek wisata Monas saat pandemi covid-19 saat ini yaitu adanya demo yang jaraknya dekat dengan Monas, otomatis jalan raya untuk akses ke Monas akan di tutup sementara waktu. Solusi yang kerap ditawarkan untuk mengatasi kendala tersebut yaitu caranya dengan mengadakan rapat antara kepala dinas dan staff-staff yang terkait beserta perwakilan dari manajemen Monas dan membuat buku laporan setiap tahunnya. Sejauh ini solusi tersebut mampu memperbaiki objek wisata Monas walaupun belum keseluruhan yang terkena dampak pandemi covid-19.

Tabel 4.2
Fasilitas Monas

| No | Fasilitas |
|----|-------------------------|
| 1. | Museum Sejarah Nasional |
| 2. | Pelataran Cawan |
| 3. | Pelataran Puncak |
| 4. | Lidah Api Kemerdekaan |
| 5. | Air Mancur |
| 6. | Patung M.H Thamrin |

| | |
|-----|----------------------------|
| 7. | Patung Diponegoro |
| 8. | Patung Chairil Anwar |
| 9. | Patung R.A Kartini |
| 10. | Patung IKADA |
| 11. | Lapangan Olahraga |
| 12. | Ruang Kemerdekaan |
| 13. | Kandang Rusa Tutul |
| 14. | Hutan Kota |
| 15. | Pujasera Lenggang Jakarta |
| 16. | Kereta Wisata |
| 17. | Batu Kerikil Refleksi Kaki |
| 18. | Taman Bermain Anak |

Sumber : Unit Pengelola Kawasan Monumen Nasional

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa fasilitas-fasilitas yang terdapat di objek wisata Monas bisa digunakan oleh masyarakat secara gratis dengan izin dari kantor pengelola kawan Monas. Seperti lapangan olahraga yang tersedia yaitu 4 lapangan futsal, 1 lapangan basket dan 1 lapangan volly. Apabila ingin ke pelataran puncak yang ketinggian mencapai 115 m yang berukuran 11 m x 11 m, masyarakat dapat menikmati panorama Ibukota Jakarta. Dan masih banyak fasilitas lainnya yang tak kalah menarik dan unik.

Tabel 4.3
Waktu Operasional Monas

| Hari | Jam | Puncak |
|-----------------|-------------------|--|
| Selasa - Minggu | 08.00 - 22.00 WIB | 08.00 -16.00 WIB (Maksimal 2000 orang) |
| | | 19.00 - 22.00 WIB (Maksimal 500 orang) |

Sumber : Unit Pengelola Kawasan Monumen Nasional

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa waktu operasional setiap hari senin tutup dikarenakan hanya digunakan untuk membersihkan area seluruh kawasan Monas, walaupun jam operasional di buka pada jam 08.00 - 22.00 WIB, akan tetapi pada jam 21.00 WIB loket sudah tutup. Untuk menuju puncak pun dibatasi,

tidak disarankan melebihi dari 2000 orang pada jam 08.00 - 16.00 WIB dan pada jam 19.00 - 22.00 WIB tidak melebihi 500 orang.