

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA
DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA PEMUDA DAN OLAAHRAGA
TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD)
KABUPATEN ACEH TAMIANG**

Skripsi

Diajukan Oleh :

ULFA HUSNA

Nim: 210901180

Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)
Zawiyah Cot Kala Langsa
Jurusan/Prodi : Dakwah/KPI



**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) ZAWIYAH COT KALA LANGSA
1436 H/2014 M**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ka hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Aceh Tamiang”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna oleh karena pengetahuan penulis yang masih banyak kekurangan, namun penulis tetap berusaha menyajikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian semoga skripsi ini mempunyai manfaat bagi penulis sendiri pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini.

Akhirnya dengan segenap hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu mengarahkan dan memberikan dorongan bagi penulis hingga tersusunnya skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda dan Bunda tercinta, H. Syamsul Bahri, S.Ag dan Hj. Mariani, yang selalu memberikan motivasi dan do'a untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Drs. Zainuddin, MA dan Ismail Sulaiman, M. Mar. Com, selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk selalu mengarahkan cara pembuatan skripsi ini.
3. Teristimewa untuk Muhammad Firdaus yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, yang selalu membantu dalam pengurusan administrasi. Terima kasih atas segala bantuannya.
4. Teman-temanku yang selalu bersedia meluangkan waktunya yang sudah setia menemaniku dalam proses pembuatan skripsi ini; Marlina, Mutia Saprita, Lia Muharrami, Muhammad Ayyub, Uty Marantika dan semua yang namanya tidak bisa disebutka satu persatu.

5. Dan kepada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Aceh Tamiang, yang sudah membantu memberikan informasi yang saya butuhkan untuk membuat skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis menghargai segala macam saran dan kritik serta masukan yang membangun dalam rangka menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Langsa, 19 Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penjelasan Istilah	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi	13
1. Pengertian Komunikasi	13
2. Strategi Komunikasi	16
3. Faktor-faktor Dalam Strategi Komunikasi	18
B. Komunikasi Pemasaran.....	23
C. Strategi Komunikasi	28
1. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	29
2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	30
3. Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran	36
D. Pemasaran Pariwisata.....	36
1. Pengertian Pariwisata	36
2. Pemasaran Pariwisata	38

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
	B. Sumber Data	42
	C. Tehnik Pengumpulan Data	43
	D. Tehnik Analisis Data	44
	E. Pengecekan Keabsahan Data.....	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	47
	B. Strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD)Kabupaten Aceh Tamiang	53
	C. Hambatan dalam strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Aceh Tamiang	62
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	66
	B. Saran-saran	67
	DAFTAR KEPUSTAKAAN	69
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Objek Pariwisata.....	49
Tabel 4.2	Jenis Usaha Pariwisata.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Komunikasi	15
Gambar 2.2	Teori Komunikasi.....	18
Gambar 2.3	Aktifitas Komunikasi.....	27
Gambar 4.1	Objek Wisata Gunung Pandan	58
Gambar 4.2	Pengutipan Retribusi Wisata Gunung Pandan	59
Gambar 4.3	Pertunjukan Kuda Lumping	60

ABSTRAK

Kabupaten Aceh Tamiang adalah kabupaten baru yang merupakan hasil pemekaran dengan Aceh Timur pada tahun 2002. Kabupaten Aceh Tamiang merupakan kawasan kaya minyak dan gas serta kawasan ini juga merupakan salah satu pusat perkebunan kelapa sawit di Aceh. Selain memiliki kekayaan alam yang melimpah, Aceh Tamiang juga diberkahi potensi wisata alam yang luar biasa. Dengan semua potensi inilah pemerintah Aceh Tamiang bertujuan untuk menjadikan Aceh Tamiang sebagai daerah wisata yang berkonsep Ekowisata. Sehingga dapat menjadi sektor unggulan dalam meningkatkan pendapatan daerah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakan peran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam meningkatkan pendapat daerah. Peran Dinas tersebut dalam penggunaan strategi komunikasi pemasaran dalam pengembangan pariwisata, dan hambatan apa yang ditemui dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam pengembangan pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu dengan memaparkan situasi dan peristiwa mengenai kondisi yang terjadi dalam proses pengembangan pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa peran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga sudah baik. Tetapi untuk saat ini Pendapatan Asli Daerah (PAD) Aceh Tamiang yang bersumber dari sektor pariwisata adalah usaha pariwisata, yaitu; hotel, restoran, dan hiburan. Hal ini dikarenakan beberapa objek wisata andalan berada dalam kawasan hutan lindung, jadi dibutuhkan izin dari Kementrian Kehutanan untuk membuka akses jalan. Pemerintah sudah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan pariwisata di Aceh Tamiang . yaitu: dengan melakukan promosi, iklan di media massa, dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat terhadap sadar wisata dan usaha pariwisata. Sehingga kedepannya Aceh Tamiang menjadi daerah wisata yang dikenal oleh masyarakat luas, serta sektor pariwisata menjadi sumber terbesar Pendapatan Asli Daerah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini kelangsungan hidup manusia terus mengalami perubahan. Ini terjadi karena manusia memiliki kecerdasan, kerjasama, tersedianya potensi alam dan sumber daya manusia untuk mencapai kehidupan yang serba praktis dan tersedia mengakibatkan kecenderungan manusia melakukan perjalanan. Diiringi dengan kemajuan teknologi informasi, dengan tidak mengenal waktu, batas, ruang, daerah, Negara dan benua pun bisa diatasi.

Terlebih lagi, perjalanan yang dilakukan bukan hanya sekedar hiburan, akan tetapi mempunyai tujuan tertentu yang akan membawa pengaruh yang cukup besar terhadap pribadi, keluarga, maupun lingkungannya dalam dekade terakhir ini. Adapun setiap perjalanan yang dilakukan tersebut tidak lain adalah karena manusia ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka yang beraneka ragam. Salah satunya adalah dengan mencari pengalaman wisata dan bersantai untuk sebuah hiburan/relaksasi (leasure).

Sesungguhnya leisure adalah sebuah kebutuhan baru yang diciptakan dengan membentuk “image” (citra) bahwa orang perlu berwisata untuk mendapatkan kembali kesegaran yang telah hilang dari dirinya karena dipakai untuk bekerja. Benar bahwa orang berwisata tidak semata-mata hanya untuk rileks, santai dan bergembira saja tetapi juga mengenal kebudayaan lain atau dalam rangka mendidik diri sendiri atau anak-anak.

Dalam Islam sangat dianjurkan untuk melakukan wisata ke suatu tempat di muka bumi ini. Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam surat Al-Ankabut ayat 20;

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ
النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

Artinya: Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al-Ankabut: 20)

Pemahaman wisata Islam dalam ayat tersebut adalah untuk merenungi keindahan ciptaan Allah swt. menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajibannya hidup. Karena refreking jiwa perlu untuk memulai semangat kerja baru.

Dalam ajaran Islam yang bijaksana selalu mengatur dan mengarahkan agar wisata tetap menjaga maksud-maksud yang telah disebutkan tadi, jangan sampai keluar melewati batas, sehingga wisata menjadi sumber keburukan dan dampak negatif bagi masyarakat.

Indonesia merupakan salah satu Negara kepulauan yang memiliki 13.000 pulau. Pulau-pulau tersebut didiami oleh beragam etnis. Dengan keberagaman

etnis tersebut menyebabkan keberagaman pula dalam hal kebudayaan. Selain itu, dengan 13.000 pulau, Indonesia sudah dipastikan memiliki sumber daya alam yang sangat melimpah, berupa pemandangan yang indah dari berbagai bentuk topografi dan geografi. Kekayaan alam ini merupakan aset yang potensial dalam pengembangan pariwisata.

Pariwisata juga menjadi salah satu aset pemerintah dalam mendapatkan devisa Negara. Sumber ini semakin penting seiring dengan berkurangnya sumber minyak bumi yang menjadi andalan devisa. Berdasarkan kenyataan tersebut, maka tidak mengherankan apabila pada dasa warsa terakhir ini pembangunan pariwisata terus digalakkan oleh pemerintah dalam menambah devisa nonmigas.

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada mendapat pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu daerah 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.

Mata rantai yang kegiatan yang terkait dengan industri pariwisata tersebut mampu menghasilkan devisa dan dapat pula digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja.

Pariwisata di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi turis mancanegara. Ada beribu-ribu tempat pariwisata di Indonesia yang ditawarkan

pada masyarakat dunia. Namun, hingga kini masih sedikit orang yang mengetahuinya.

Misalnya saja, bila kita menyebut pariwisata di Indonesia di kaneh Internasional, maka yang ada dalam bayangan mereka adalah Bali. Bagi wisatawan mancanegara, Bali adalah Indonesia dan Indonesia adalah Bali. Padahal, kenyataannya masih banyak pariwisata di Indonesia yang belum mereka ketahui yang tentu saja tidak kalah menarik dengan Bali.

Salah satunya yang terdapat di Provinsi Aceh. Dalam sektor pariwisata, Provinsi Aceh memiliki potensi yang cukup besar untuk dapat dikembangkan lebih baik, terutama wisata alam, wisata bahari, wisata religi dan wisata sejarah. Aceh dikenal sebagai pusat penyebaran agama Islam pertama di Indonesia, di mana pada abad 15-16 SM berdiri kerajaan Pasai dan Perlak.

Begitu pula kekayaan budaya berupa adat istiadat dan kesenian tradisional, tari-tarian dan sebagainya akan menambah minat para wisatawan mancanegara dan domestik untuk berkunjung ke Aceh.

Dari beragam objek wisata tersebut, hanya beberapa objek wisata yang diketahui oleh para wisatawan. Khususnya objek wisata yang berada disekitar Kota Banda Aceh saja yang diketahui, misalnya: Taman Gunung Leuser, Museum Tsunami dan Mesjid Baiturrahman. Pada hal banyak objek wisata yang terdapat pada Kabupaten dan Kota di Provinsi Aceh yang memiliki potensi yang sangat baik jika dikembangkan. Salah satunya yang terdapat di Kabupaten Aceh Tamiang.

Kabupaten Aceh Tamiang memiliki beberapa tempat wisata yang memiliki potensi yang sangat baik. Beberapa tempat wisata yang terdapat pada Aceh Tamiang tersebut sangat berpotensi untuk dikembangkan. Karena memiliki keeksotisan yang sulit diungkapkan dengan kata-kata serta belum tersentuh oleh tangan manusia. Sehingga membuat pemandangan yang masih sangat alami untuk dinikmati oleh wisatawan.

Misalnya, Air Terjun Tujuh Tingkat, Bendungan, Gua Walet, Pantai Seruway adalah beberapa contoh tempat wisata di Aceh Tamiang yang perlu mendapatkan perhatian untuk dapat dikelola menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah.

Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik dan maksimal akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya. Dari transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya serta negara akan mendapat devisa dari wisatawan asing yang menukar mata uang negaranya dengan rupiah.

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang No 33 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, dapat diketahui bahwa pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta

tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, mempererat persahabatan antar bangsa.¹

Pasal 1 Peraturan Menteri Dalam Negeri No 33 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pengembangan ekowisata di daerah, yang dimaksud dengan ekowisata adalah kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggung jawab dengan memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi sumber daya alam, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal.²

Pemerintah dalam hal ini para stakeholders kepariwisataan yang menyadari besarnya potensi kepariwisataan di daerah berusaha menggali, mengembangkan serta membangun aset objek dan daya tarik wisata, yang merupakan modal awal untuk bangkitnya kegiatan pariwisata.

Saat ini sektor pariwisata di Aceh Tamiang belum berjalan secara optimal. Padahal aspek ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, serta Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Terlebih lagi masalah yang timbul saat ini adalah masyarakat kurang mengetahui informasi tentang tempat wisata tersebut. Karena letaknya yang jauh dari pusat kota. Dan akses menuju tempat wisata pun kurang baik. Serta sarana dan prasarana penunjang yang kurang memadai sehingga membuat wisatawan enggan berkunjung ke tempat wisata tersebut.

¹ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

² Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekowisata di daerah

Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Jika mengacu pada UU No 33 Tahun 2009, pemerintah daerah mempunyai kewajiban penuh untuk mengelola setiap objek pariwisata tersebut dengan baik. Karena tidak menutup kemungkinan sektor pariwisata merupakan penyumbang terbesar Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Aceh Tamiang.

Dalam pemasaran pariwisata, pemerintah melakukan upaya persuasif yang terkemas melalui komunikasi pemasaran. Oleh sebab itu dibutuhkan komunikasi pemasaran yang baik untuk mengembangkannya agar tempat wisata tersebut lebih dikenal oleh masyarakat. Sehingga beberapa tempat wisata tersebut menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah yang berguna untuk pembangunan Kabupaten Aceh Tamiang itu sendiri.

Komunikasi pemasaran merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Tujuan utama dari pengadaan komunikasi pemasaran ini adalah untuk mengenalkan lebih luas tempat wisata tersebut ke masyarakat lokal maupun luar daerah.

Untuk memperkenalkan tempat wisata kepada masyarakat lokal maupun luar daerah dibutuhkan strategi komunikasi yang baik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi melalui media cetak, elektronik dan multimedia agar masyarakat juga mengetahui akan keberadaan objek-objek tersebut dan turut berpartisipasi dalam mengembangkannya.

Strategi lainnya yang dapat dilakukan pemerintah adalah dengan cara mempererat hubungan dengan masyarakat sekitar objek pariwisata. Pengembangan sector pariwisata hakekatnya merupakan interaksi antara proses sosial, ekonomi dan industri. Oleh karena itu unsur-unsur yang terlibat di dalam proses tersebut mempunyai fungsi masing-masing.

Peran serta masyarakat diharapkan mempunyai andil yang sangat besar dalam proses ini. Untuk itu masyarakat ditempatkan pada posisi memiliki, mengelola, merencanakan dan memutuskan tentang program yang melibatkan kesejahteraannya.

Oleh karena itu peneliti tertarik ingin meneliti **Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Terhadap Peningkatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Aceh Tamiang**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Aceh Tamiang?
2. Hambatan apa saja dalam strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Aceh Tamiang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Aceh Tamiang.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Aceh Tamiang.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap khasanah keilmuan pada mahasiswa komunikasi dan peneliti lain yang berminat meneliti komunikasi pemasaran pariwisata.

2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan menambah pengetahuan serta wawasan bagi penelitian ilmu komunikasi khususnya tentang komunikasi pemasaran pariwisata.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak terkait, yaitu Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Olahraga dalam mengembangkan objek wisata di Kabupaten Aceh Tamiang.

E. Batasan Istilah

Agar terarah pada tujuan penelitian dan tidak terjadi kesalah pahaman atau pengertian yang salah dalam memahami isi skripsi ini, maka perlu adanya pembatasan pengertian yang menjadi bahasan pada judul penelitian ini. Adapun kata-kata yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.³

Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, tergantung kepada situasi dan kondisi.

Dalam penelitian ini yang penulis maksud dari strategi komunikasi adalah yang bergerak pada bidang pemasaran pariwisata.

³ Onong Uchjana Efendy, *Dinamika Komunikasi*. (Remaja Rosda Karya; Bandung, 2008).
hal: 29

2. Pemasaran

Pemasaran adalah segala kegiatan yang terkait dengan iklan atau penjualan secara eceran.⁴ Namun begitu, bukanlah semata-mata kegiatan menjual dan mempromosikan sesuatu. Menurut AMA (American Marketing Association), pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum.⁵

Pemasaran yang penulis maksud pada penelitian ini adalah pemasaran pariwisata. Aktifitas pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Aceh Tamiang terhadap sektor pengembangan pariwisata.

3. Pariwisata

Menurut Yoeti, Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.⁶

⁴ Morissan, MA. *Periklanan*. (Kencana; Jakarta, 2010). Hal: 2

⁵ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Strategik*. (Andi Offset; Yogyakarta, 2012). Hal: 4-5

⁶ Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. (Bandung: Pustaka Offset, 1996), hal. 118

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.⁷

4. PAD (Pendapatan Asli Daerah)

Pengertian pendapatan asli daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah Pasal 1 angka 18 bahwa, Pendapatan Asli Daerah selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.⁸

Sedangkan menurut Warsito, Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang bersumber dan dipungut sendiri oleh pemerintah daerah. Sumber PAD terdiri dari: pajak daerah, restribusi daerah, laba dari badan usaha milik daerah (BUMD), dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah.⁹

⁷ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

⁸ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah.

⁹ Warsito, *Hukum Pajak*. (Rajawali Grafindo Persada, Jakarta; 2001). Hal:128