

Daftar Pertanyaan Wawancara Dinas Pariwisata dan Olahraga Kota Sawahlunto

1. Bagaimana potensi pariwisata di Kota Sawahlunto?
2. Apa saja Kelebihan objek wisata di Kota Sawahlunto dengan daerah sekitarnya?
3. Berapakah jumlah wisatawan yang berkunjung tiap tahunnya?
4. Apakah selalu ada peningkatan wisatawan yang berkunjung dari tahun ketahun?
5. Berapa objek wisata yang dimiliki Kota Sawahlunto? Baik yang dikelola pemerintah maupun dengan swadaya masyarakat?
6. Dari banyaknya objek wisata di Kota Sawahlunto mana yang merupakan wisata unggulan Kota Sawahlunto?
7. Apa saja daya tarik dari wisata unggulan tersebut?
8. People. Apakah pengelola objek wisata langsung dari masyarakat setempat? Mengapa masyarakat atau jika mengapa DISPORA?
9. Place. Dimana pariwisata unggulan yang ada di Kota Sawahlunto
- 10.Product. Apa saja produk yang dijual? Pariwisata barang (oleh-oleh)
- 11.Price. Siapa yang menentukan harga? Apakah pemerintah atau pengelola? Dan berapa biaya produk yang dijual?
12. physical evidence. Adakah pihak swasta yang berperan (travel agent biro pariwisata)
13. Process. Apa saja program-program yang telah dirancang dalam upaya strategi pemasaran pariwisata?
14. Promotion. Bagaimana cara DISPORA melakukan promosi pariwisata?
 - a. Jika sales promotion/promosi penjualan. Bagaimana cara melakukan sales promotion? Apakah ada promosi untuk wisatawan atau paket wisata yang disediakan?
 - b. Jika Personal selling/penjualan personal. Dimana biasanya personal sellin tersebut dilakukan? Siapa yang melakukan?
 - c. Jika diret marketing. Apakah ada penyampaian pesan langsung kepada masyarakat? Seperti pesan SMS/WA/Email kepada orang yang dituju?

d. Jika public relation Hubungan masyarakat kegiatan seperti apa yang dilkauan humas untuk memasarkan pontensi pariwisata? Jika event untuk menganalkan pariwisata biasanya event apa dan berapa lama?

e. Jika Iklan. Iklan seperti apa? Mengapa iklan tersebut? Dan dimana iklan tersebut dipasang? (media cetak/media elektronik/media online)

f. Jika internet/media sosial. Apa DISPORA memiliki akun sosial media? Jika ada apa? Dan apakah secara rutin menyampaikan kegiatan-kegiatan sebingga promosi dan beriklan produk pariwisata di sosial media tersebut?

15.Segmentasi. Siapa segmentasi pariwisata Kota Sawahlunto? Mengapa wisatawan (lokal/asing)? Segmentasi promosi ditujukan untuk siapa?

a. Positioning. Apakah pariwisata Kota Sawahlunto sudah memiliki atau mendapatkan positioning dari masyarakat? (misalnya kota solok sudah memiliki beras serambih mekkah atau lainnya)

16.Targeting. apa target DISPORA sawahlunto yang ingin dicapai dalam beberapa tahun kedepan dalam meningkatkan jumlah wisatawan? (misalnya memperbaiki objek wisata dan sebagainya).

17.Kompentitor. adakah pesaing dalam industry pariwisata? Jika ada siapa dan mengapa?

18.Peluang. Bagaimana peluang industri Pariwisata di Kota Sawahlunto? Adakah masih on the track?

19.Struktur Organisasi DISPORA Sawahlunto?

20. Visi dan Misi DISPORA Sawahlunto?

Transkrip Wawancara Dinas Pariwisata dan Olahraga Kota Sawahlunto

Narasumber 1 : Efriyanto, S.sos. MM

Jabatan : Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto

Tanggal/Waktu : 17 July 2018, 09.00 Wib

Pewawancara: Seperti apa Potensi Pariwisata Dikota Sawahlunto?

Efriyanto, S.sos. MM: kota sawahlunto sudah memiliki potensi yang cukup besar. Seiring dengan alam yang indah dan aktivitas penambangan yang sudah berakhir yang meninggalkan bekas-bekas tambang yang berbentuk danau dan bahwa kita juga mengelompokkan potensi menjadi 3 objek yaitu potensi wisata budaya sejarah, kuliner dan alam.

Pewawancara: apa saja objek wisata yang dikelola oleh pemerintah dan juga dikelola desa?

Efriyanto, S.sos. MM: Wisata Sawahlunto cukup banyak mengingat kawasan kota sawahlunto terletak di perbukitan dan dataran yang relative rendah, kebanyakan wisata dikelola oleh masyarakat desa, hanya beberapa yang dikelola oleh pemerintahan diantaranya museum godang ransum, lubang mbah suro, dan wisata kandih. Dibeberapa objek wisata kota sawahlunto ada dikelola oleh swasta dan masyarakat misalnya danau biru, bukit batu dan waterboom. Walaupun dikelola dari swasta dan masyarakat tetapi kami pantau gimana wisatanya berjalan baik.

Pewawancara: lalu untuk wisata unggulan apa saja?

Efriyanto, S.sos. MM: Sawahlunto berbicara keunggulan for bisnis, kita memiliki keunikan dikota lama, menjadi kota tua sawahlunto menjadi living museum hidup dan menjadi kawasan kota nostalgia dan wisata historical seperti kawasan wisata museum godang ransum, lubang mbah suro. Tapi potensi-potensi wisata lain tidak kita abaikan.

Pewawancara: Apakah pengunjung terjadi peningkatan tiap tahunnya?

Efriyanto, S.sos. MM: secara umum kita mengalami peningkatan jumlah kunjungan disetiap tahunnya mulai dari 2006 sampai 2017. Karena angka kunjungan pariwisata kita di hitung dari akumulasi orang yang berkunjung ke aktivitas event dan pariwisata yang ada di kota sawahlunto.

Pewawancara: siapa segmentasi pariwisata kota sawahlunto? mengapa wisata(local/asing)?segmentasi promosi ditujukan untuk siapa?

Efriyanto, S.sos. MM: Segmentasi sekarang kita ini masih berfokus ke wisatawan lokal dan mancanegara, untuk lokal disini untuk wisatawan dikawasan disawahlunto dan luar kota sawahlunto, sedangkan untuk segmentasi harga kita sesuaikan untuk orang-orang menengah kebawah supaya tidak memberatkan pengunjung untuk menikmati wisata kita.

Pewawancara: apa target dinas pariwisata dan olahraga kota sawahlunto yang ingin di capai dalam beberapa tahun kedepan dalam meningkatkan jumlah wisatawan?(misalnya perbaikan objek wisata dan sebagainya).

Efriyanto, S.sos. MM: untuk target sendiri kita masih untuk wisatawan lokal dan mancanegara, masih wilayah kota sawahlunto dan diluar kota sawahlunto atau diluar provinsi sumatera barat, sedangkan pariwisata kota sawahlunto masih tergolong buat kalangan menengah kebawah.

Pewawancara: Positioning atau brand sendiri sawahlunto sudah punya atau belum?

Efriyanto, S.sos. MM: untuk positioning sendiri memang branding kita masih belum begitu bagus seperti kota tetangga yaitu kota solok yang sudah memiliki branding sebagai kota beras serambi madinah dan kota sawahlunto baru merebranding dengan sawahlunto pusaka.

Pewawancara: adakah pesaing dalam insdustri pariwisata? Jika ada siapa dan mengapa?

Efriyanto, S.sos. MM: untuk pesaing kita tentu tidak ada ya dalam pepatah mengatakan tumbuh dan berkembang bersama apalagi kita juga meningkatkan pariwisata di provinsi sumatera barat. Memang kota lain berkembang otomatis kita ikut berkembang juga dalam pariwisatanya

Pewawancara: bagaimana peluang industry pariwisata di kota sawahlunto? apakah masih on the track(masih dalam atau masih tetap dijalurnya)?

Efriyanto, S.sos. MM: pada prinsipnya kita masih dalam on the track upaya kita terus berkembang bahwa kita belum puas dengan kondisi sekarang.

Narasumber 2 : Riza Anggraini ST.M.par

Jabatan : Ketua Pemasaran dan admin Sosial media

Tanggal/Waktu : 24 July 2018, 09.00 Wib

Pewawancara: Apa saja produk yang dijual? Misalnya pariwisata atau oleh2.

Riza Anggraini ST.M.par: Produk yang kita jual untuk pariwisata yang datang di kota sawahlunto sendiri banyak yaitu tenun songket silungkang yang wajib dibeli sebagai ole-ole khas daerah sawahlunto sendiri yang sudah di kenal manapun, untuk ole-ole yang lainnya berupa makanan kare-kare yang wajib untuk mencicipinya. Pokoknya produk daerah kota sawahlunto didukung adanya pariwisata yang datang ke kota sawahlunto

Pewawancara: siapa yang menentukan harga wisata atau suatu produk barang? apakah pemerintah atau pengelola?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk kita dibagian wisata di kota sawahlunto diperuntukan untuk menegah kebawah jadi harganya bisa dibilang relative sangat murah untuk beberapa orang, bahkan untuk didaerah lain kota sawahlunto paling

murah untuk objek wisatanya dan sesuai dengan segmentasi kita menengah kebawah jadi tidak mematok harga tinggi.

Pewawancara: Dimana pariwisata unggulan yang ada di kota sawahlunto? dan untuk mengenal kota sawahlunto membutuhkan apa saja?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk place sendiri kita sudah memiliki pamflet, leaflet, videotrone hingga Koran dan majalah, kami juga masukan ke hotel maupun rumah makan dan terus juga ada di bandara international minang kabau dibagian Tourism information center itu ada juga kami pasang dan sebuah kehormatan juga wisata kita juga pernah masuk di televise nasional tentang event-event yang diselenggarakan di kota sawahlunto.

Pewawancara: apakah pengelola objek wisata langsung dari masyarakat setempat ?mengapa masyarakat atau jika tidak mengapa harus dinas pariwisata dan olahraga?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk pengelolaan wisata di kota sawahlunto cukup banyak, kebanyakan wisata di kelolah oleh masyarakat setempat seperti seperti danau biru dan bukit batu yang ada di silungkang dan untuk pengurusan dari swasta juga ada yaitu waterboom yang ada di muaro kalaban dan untuk penggolaan pemerintah kita ada juga yaitu di kawasan museum godang ransum, lubang mbah suro dan kawasan museum kereta api.

Pewawancara: untuk pengelolaan tempat pariwisata seperti petugas kebersihan baik dikelola masyarakat maupun pemerintah di kelolah dinas pariwisata atau tidak?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk semua pegawai dinas pariwisata ditempatkan diobjek wisata dikelola oleh pemerintahan, kalau di kelola masyarakat sama swasta itu full mereka yang mengelola dan mengatur soal pegawai kebersihannya. Akan tetapi untuk laporan mengenai event yang diselenggarakan oleh masyarakat dan swasta harus kita memberikan izinnya. Untuk itu pemerintahan atau dinas pariwisata selalu mensupport apa yang dilakukan oleh masyarakat untuk memajukan pariwisata di kota sawahlunto.

Pewawancara: apakah ada pihak swasta yang berperan (kaya biro perjalanan)

Riza Anggraini ST.M.par: kota sawahlunto sektor pariwisata sudah bisa bersaing dengan pariwisata kota lainnya, kita ada kerja sama dengan perusahaan untuk pembangunan infrastuktur bangunan lebih bagus lagi untuk kenyamanan penggujung pariwisata.

Pewawancara: untuk transportasi ke objek wisata sudah ada belum dan untuk jalanannya sudah baguskah untuk setiap objek wisata?

Riza Anggraini ST.M.par: transportasi untuk menjangkau objek di kota sawahlunto tidak begitu sulit kamu bisa menggunakan kendaraan roda 2 juga sudah bisa kemana-mana, disini jalanan sudah bagus dan beraspal ada wisata yang belum memiliki aspal didesa wisata danau biru, ya memang medannya cukup sulit dan berbatu bekas penambangan batu bara, untuk angkutan umum khusus wisata kita belum memiliki di kota sawahlunto sendiri.

Pewawancara: apa saja program-program yang telah di rancang dalam upaya strategi pemasaran pariwisata?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk proses kita selaku dinas pariwisata mempunyai strategi-strategi yang sedang kami lakukan, kami memiliki rencana strategi yang sudah dibuat pada tahun 2016-2021 merupakan rencana-rencana kami selaku dinas pariwisata untuk soal melakukan promosi pariwisata dan anggaran dana untuk menjadikan kota sawahlunto sebagai kota pariwisata tambang berbudaya.

Pewawancara: untuk promosi sendiri gimana kan ada 6 tuh unsur promotion mix untuk advertising sendiri gimana ?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk iklan sendiri kami menggunakan baliho atau spanduk, pamflet dan leaflet, videotrone hingga Koran dan majalah kami masukan kehotel maupun rumah makan, terus juga ada di bandara international minang kabau dibagian tourism information center itu ada juga kami pasang. Wisata kami juga pernah masuk televise nasional dalam program acara on the spot mengenai 7 tempat wisata viral diindonesia.

Pewawancara: personal selling sendiri pihak sawahlunto ngapain aja?

Riza Anggraini ST.M.par: saya di tugaskan buat ikut pertemuan-pertemuan dengan pengiat pariwisata diberbagai daerah. Pertemuan tersebut saling bertukar pikiran untuk kemajuan pariwisata atau bisa dikatakan sebagai sarana promosi kepada pengiat pariwisata didaerah lain.

Pewawancara: apakah ada penyampaian pesan langsung kepada masyarakat? Seperti pesan SMS/WA/Email kepada orang yang ditujukan?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk direct marketing sendiri kita belum ada ya kita personal kepada orang yang ditujukan.

Pewawancara: Apakah ada promosi untuk wisatawan atau paket wisata disediakan?

Riza Anggraini ST.M.par: untuk promosi biasanya kami kerjasama dengan PT.wahana wisata sawahlunto, untuk wisatawan mereka datang rame-rame menggunakan bus, pihak kami memberikan promo potongan harga. Kebanyakan promo potongan harga biasanya untuk anak-anak sekolah dasar dan sekolah menengah pertama yang pengen belajar sejarah di kota sawahlunto dan berwisata di kota sawahlunto

Pewawancara: Kegiatan seperti apa yang dilakukan humas untuk memasarkan potensi wisata?

Riza Anggraini ST.M.par: dibidang humas sendiri kalau ada acara mengenai pariwisata didaerah lain pasti hadir. Sekalian untuk mempromosikan event tahunan yang di selenggarakan dikota sawahlunto. tak lama lagi kegiatan sawahlunto international songket carnival akan hadir tepatnya pada tanggal 26-28 oktober 2018 dan untuk festival sawahlunto multicultural pada tanggal 25-30 november 2018.

Pewawancara: apakah dinas pariwisata dan olah raga memiliki akun sosial media? Jika ada apa? Dan apakah secara rutin menyampaikan kegiatan-kegiatan hingga promosi dan beriklan produk pariwisata disosial media tersebut?

Riza Anggraini ST.M.par: tak hanya website saja kita juga memiliki media sosial berupa instagram, twitter, facebook, selain website kita juga mengupload foto-foto

event maupun kegiatan diluar yang masih bersangkutan dengan kegiatan pariwisata dan maupun pertemuan dengan orang-orang pergerakan dalam bidang pariwisata dan kita sering juga repost foto dari @exploresawahlunto tentang foto-foto objek wisata dikota sawahlunto.

Narasumber 3 : Hamzah
Jabatan : pengunjung wisata puncak cemara
Tanggal/Waktu : 22 July 2018, 13.00 Wib

Pewawancara: darimana uda tau objek wisata ini dan lokasi kesini sulit atau tidak?

Hamzah: saya sudah 2 kali kesini, untuk lokasi sendiri tidak terlalu sulit bagi saya yang sudah 2 kali datang kesini dan saya datang kesini hanya bersama teman yang belum pernah kesini untuk menikmati kota sawahlunto sekaligus foto-foto.

Pewawancara: untuk biaya masuk sendiri tergolong murah atau tidak?

Hamzah: murah banget, dengan harga ditotalin hanya mengeluarkan RP. 10000 dengan biaya parkir juga dan kawasan juga bersih dan nyaman untuk melakukan aktivitas menggabadikan foto

Pewawancara: sarana dan prasarana puncak cemara gimana uda ?

Hamzah: sarana dan prasarana sudah memadai tapi tetap dikelola dengan baik supaya orang yang datang kesini tidak ada merasa kecewa pada tempat ini.

Pewawancara: untuk pengelola pariwisata apa kesan dan pesannya?

Hamzah: dibagusin lagi bagi saya yang menikmati dan untuk tempat duduknya dibikin menarik dan untuk kebersihan sendiri selalu dijaga.

Narasumber 4 : imam

Jabatan : pengunjung wisata puncak cemara

Tanggal/Waktu : 22 July 2018, 13.00 Wib

Pewawancara: darimana uda tau objek wisata ini dan lokasi kesini sulit atau tidak?

Imam: saya baru pertama kali kesini, untuk lokasinya gak terlalu sulit untuk dijangkau oleh orang luar seperti saya dan saya datang kesini menikmati keindahan kota sawahlunto dari kawasan puncak cemara?

Pewawancara: untuk biaya masuk sendiri tergolong murah atau tidak?

Imam: murah Cuma RP.6000 dan sudah menikmati keindahan kota sawahlunto dan tempat juga bersih, bagi saya yang datang jauh-jauh dari kota pekanbaru merupakan harga gak nguras kantong.

Pewawancara: sarana dan prasarana puncak cemara gimana uda ?

Imam: Sarana dan prasarana sudah memadai tapi tetap dikelola dengan baik supaya orang yang datang kesini tidak ada merasa kecewa pada tempat ini.

Pewawancara: untuk pengelola pariwisata apa kesan dan pesannya?

Imam: pertahanin aja dan dijaga aja kawasan objek wisatanya supaya terlihat bagus rapih dan nyaman dan untuk kawasan puncak cemara kasih wahana baru atau tempat-tempat spot foto yang lebih menarik dari sekarang.

Narasumber 5 : Uda Deril

Jabatan : pengunjung museum godang ransum

Tanggal/Waktu : 29 July 2018, 13.30 Wib

Pewawancara: darimana uda tau objek wisata ini dan lokasi kesini sulit atau tidak?

Deril: saya mengetahui lokasi ini melalui media sosial dan teman-teman, sekalian mengajak anak-anak untuk liburan ke kota sawahlunto.

Pewawancara: Sudah berapa kali datang kesini?

Deril: saya baru datang untuk pertama kalinya, tetapi saya bertujuan yang pertama untuk datan ke sawahlunto untuk menikmati kawasan alam dikota sawahlunto, tetapi berhubungan sama keluarga sekalian aja mengajak anak-anak untuk belajar sejarah kota sawahlunto

Pewawancara: untuk biaya masuk sendiri tergolong murah atau tidak?

Deril: sangat murah banget menurut saya ini paling murah untuk menikmati objek wisata khususnya museum, tak hanya dapat ilmu sejarah bagi anak-anak dan termasuk saya tempat dan kawasannya juga bersih nyaman dan koleksi-koleksi museum masih terawatt.

Pewawancara: sarana dan prasarana di museum godang ransum gimana uda ?

Deril: untuk sarana tempat museum godang ransum sudah memadai dimana kita sebagai orang awam terhadap sejarah bisa mengetahui apa saja yang ada di museum dan ada juga penjelasan mengenai koleksi-koleksi yang ada di museum godang ransum dan tempat koleksi tertata rapi

Pewawancara: untuk pengelola pariwisata apa kesan dan pesannya?

Deril: Selalu dijaga dan dirawat museumnya supaya kelak anak cucu kita bisa juga mengetahui peninggalan sejarah khususnya kota sawahlunto, sebab museum ini merupakan ikon kota sawahlunto

Lampiran Foto



Bersama bapak **Efriyanto, S.sos. MM**



Bersama ibuk **Riza Anggraini ST.M.par**



Bersama Uda **Hamzah**



Bersama Uda **Imam**



Bersama Uda Deril



Foto dokumentasi Penulis



Foto dokumentasi Penulisan dilapangan



Peresmian Godang ransum oleh wakil presiden Jusuf kalla



Puncak Cemara



Struktur organisasi DISPORA Sawahlunto

Misi 7 : Memperluas Jaringan Sosial dan Ekonomi secara Nasional dan Internasional											
Meningkatkan kerjasama, promosi dan aksesibilitas daerah dalam rangka pengembangan ekonomi dan sosial	Terwujudnya kerjasama pembangunan ekonomi dan pemerataan modal	Jumlah nota kerjasama dengan kab/kota dan atau lembaga penelitian (IKU)	Nota kesepakan	18	14	21	8	5	5	39	Dinas Pariwisata, Pemuda & Olahraga, Barentibangsa dan Dinas Perencanaan Modal, PISP dan Tenaga Kerja
				Jumlah nilai PAMD dan nilai PMA (IKU)	Rupiah	N/A	PAMD : 309,2 juta PMA: 3.300	PAMD : 504,8 juta PMA: 3.300	35 M	36 M	
Meningkatnya aksesibilitas dalam daerah dan dengan daerah tetangga	Panjang jalan yang memiliki sarana prasarana sesuai dengan standar (IKU)	Dm, ruas jalan yang menghubungkan kota tetangga berstatus mantap	Km	110	115	118	121	124	127	127	Dinas Perhubungan
				Jml. ruas jalan yang menghubungkan kota tetangga berstatus mantap	4	4	5	6	7	8	