

**“PERSAINGAN DALAM PENGELOLAAN OBJEK WISATA ALAM
SUNGAI HIJAU DI DESA SALO KECAMATAN SALO
KABUPATEN KAMPAR”**

Oleh : Baref Fajri Adiagung Purnando

bareffajri_ap@yahoo.co.id

Pembimbing: Dra. Indrawati, M.Si

Indrawati_sos@yahoo.co.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak

Sungai Hijau merupakan salah satu Objek Wisata Alam yang terletak di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Sungai Hijau adalah sebuah sungai kecil dengan airnya yang jernih dan dipenuhi oleh batu-batuan kecil di sepanjang dasarnya. Lumut yang tumbuh disebagian batu-batuan kecil dan tanaman air yang tumbuh dipinggir sungai membuat sungai ini semakin terlihat berwarna hijau. Objek Wisata Alam Sungai Hijau terbagi menjadi empat lokasi objek wisata, yaitu Sungai Hijau 1, 2, 3 dan 4. Banyaknya lokasi Objek Wisata Alam Sungai Hijau mengakibatkan terjadinya persaingan diantara para pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk persaingan dalam pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau serta dampak persaingan terhadap pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling yakni pengambilan data dari informan berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah para pemilik dari masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau yang mana juga berpartisipasi dalam mengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa bentuk-bentuk persaingan dalam pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau meliputi persaingan dalam segi ekonomi, kebudayaan dan politik. Dampak persaingan terhadap pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau yaitu terjadinya kewajaran harga, meningkatnya kinerja pengelola, fasilitas semakin lengkap dan beragam, mengurangi pendapatan dari masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau serta menimbulkan perselisihan.

Kata Kunci: Persaingan, Objek Wisata Alam Sungai Hijau

**COMPETITION IN MANAGING OF THE SUNGAI HIJAU NATURAL
TOURISM OBJECT IN SALO VILLAGE SALO DISTRICT
KAMPAR REGENCY**

*By : Baref Fajri Adiangung Purnando
(bareffajri_ap@yahoo.co.id)*

*Sepervisor : Dra. Indrawati, M.Si
Indrawati_sos@yahoo.co.id*

*Department of sociology
Faculty of Social and Polittical Sciences
Universitas Riau*

*Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277*

Abstract

Sungai Hijau is one of the Natural Tourism Objects located in Salo Village, Salo District, Kampar Regency. Sungai Hijau is a small river with clear water and filled with small rocks along its base. Moss that grows in a number of small rocks and aquatic plants that grow on the banks of the river make this river more green. The Sungai Hijau Natural Tourism Object is divided into four tourist attraction locations, namely Sungai Hijau 1, 2, 3 and 4. The number of locations of the Sungai Hijau Natural Tourism Object resulted in competition among the owners of the Sungai Hijau Nature Tourism Object. The purpose of this study was to determine the forms of competition in the management of the Sungai Hijau Natural Tourism Object and the impact of competition on the management of the Sungai Hijau Natural Tourism. This study uses a qualitative approach with descriptive analysis. The selection of informants in this study was carried out with a purposive sampling technique that is taking data from informants based on certain criteria. These criteria are the owners of each of the Sungai Hijau Natural Tourism Objects who also participated in managing the Sungai Hijau Natural Tourism Object. Data collection techniques used in this study were interviews, observation, documentation. The results of this study state that the forms of competition in the management of the Sungai Hijau Natural Tourism Object include competition in terms of economy, culture and political. The impact of competition on the management of Sungai Hijau Natural Tourism is the occurrence of fair prices, increased managerial performance, more complete and diverse facilities, reducing income from each of the Sungai Hijau Natural Tourism Objects and causing disputes

Keyword: Competition, The Sungai Hijau Natural Tourism Object

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa non migas bagi pemerintah Indonesia. Pengembangan sektor pariwisata sedang giat-giatnya dilakukan oleh pemerintah dalam rangka menghadapi peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Dengan adanya Program Unggulan *Visit Indonesia Year 2008*, Era globalisasi telah membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang potensial dalam berbisnis, sehingga banyak orang asing yang berkunjung ke Indonesia selain untuk tujuan wisata.

Berdasarkan Undang-undang Kepariwisata Nomor 9 tahun 1990, disebutkan bahwa keadaan alam, flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal yang besar artinya bagi usaha pengembangan dan peningkatan kepariwisataan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Fandeli (1995: 24) mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan

masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:

- a. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
- b. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.
- c. Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
- d. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

Kegiatan wisata juga berpengaruh pada aspek ekonomi yaitu terbukanya peluang atau kesempatan kerja di dalam kawasan yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Hal tersebut sesuai juga dengan ungkapan Spillan (1987: 43), bahwa pariwisata akan membawa berbagai hal yang menguntungkan dan sekaligus merugikan. Walaupun sebenarnya tujuan pemerintah memajukan suatu daerah wisata adalah untuk kemakmuran dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

Di Riau, menapaki area wisata yang rindang dengan suasana jalan yang tenang tentu diyakini langka bagi masyarakatnya. Dengan kondisi alam seadanya, daerah ini hanyalah sebuah arena singgah bagi pendatang yang ingin mencari hiburan. Di balik pendapat publik yang menyatakan Riau “*gersang*”

akan hiburan alam, masih tersimpan sebuah wahana alam yang sudah selayaknya patut dikembangkan dan dijadikan area promosi bagi wisatawan. Salah satunya adalah Objek Wisata Alam Sungai Hijau yang terletak di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Semakin bertumbuhnya jumlah pengunjung dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sungai Hijau adalah sebuah sungai kecil dengan airnya yang jernih dan dipenuhi batu-batu kecil di sepanjang dasarnya. Kejernihan air membuat batu-batu ini mudah dilihat. Lumut yang tumbuh di sebagian batu-batu kecil dan rumput air yang tumbuh di pinggir sungai, membuat sungai ini semakin terlihat berwarna hijau. Dari kejauhan, sungai ini sudah terlihat berwarna hijau.

Observasi sementara diketahui bahwa lahan yang menjadi objek wisata sungai hijau adalah lahan pribadi milik warga setempat, dan dikelola bersama warga yang dipilih oleh sang pemilik lahan tersebut. Kemudian pembangunan fasilitas pada objek wisata Sungai Hijau terus berlanjut dengan dinamis, hal ini ditandai dengan adanya pembangunan fasilitas baru untuk kenyamanan pengunjung pada tiap tahunnya.

Di lokasi wisata sungai hijau terdapat penjualan aneka makanan, minuman, penyewaan tikar, penjualan peralatan mandi dan sebagainya. Yang membuka usaha penjualan disini adalah keluarga dari pemilik lahan dan warga sekitar lokasi sungai hijau atas izin pemilik lahan tersebut tentunya. Pengunjung biasanya menyewa tikar dan membeli makanan yang sudah

disediakan penjual di sekitar lokasi wisata.

Meningkatnya jumlah pengunjung yang datang ke sungai hijau, mengakibatkan masyarakat yang memiliki lahan di sepanjang area sungai hijau mulai membuka lokasi masuk dan parkir di lahan miliknya. Hal ini mengakibatkan persaingan dalam pengelolaan tempat wisata alam sungai hijau.

Dari awal dibukanya tempat wisata alam sungai hijau hingga kini telah berkembang menjadi empat lokasi, yaitu sungai hijau 1,2,3 dan 4 dan masing-masing lokasi memiliki pemilik dan pengelola yang berbeda-beda. Hal ini yang dapat menimbulkan persaingan dan perselisihan antara pemilik lahan lokasi wisata sungai hijau dalam menarik wisatawan yang berkunjung.

Persaingan atau *competition* dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, dimana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing, mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik perseorangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian atau dengan mempertajam prasangka yang ada tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan (Soekanto 2012 : 87).

Dunia usaha sangat identik dengan persaingan, persaingan dalam dunia usaha menimbulkan/mewujudkan efisiensi yang tinggi, maksudnya adalah efisiensi yang berkaitan dengan kombinasi paling efektif dari faktor-faktor produksi tenaga kerja, modal dasar dan modal nyata pada suatu saat tertentu. Persaingan menimbulkan efek dinamis dalam perkembangan dunia usaha, karena

para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan formula yang lebih baik dari pesaingnya.

Berdasarkan rangkaian fenomena persaingan yang terjadi diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul karya ilmiah yaitu “**Persaingan dalam Pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau Di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yang menjadi fokus pada penelitian ini, antara lain:

1. Apa bentuk-bentuk persaingan dalam pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana dampak persaingan terhadap pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bentuk-bentuk persaingan dalam pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar.
2. Mengetahui dampak persaingan terhadap pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini terbagi menjadi 2 manfaat yaitu :

- a. Dapat memperkaya pemahaman akan konsep dan teori tentang konflik dan persaingan sosial yang tentunya berkaitan dengan keilmuan Sosiologi yang peneliti pelajari.
- b. Mempertajam aplikasi teori-teori tentang konflik dan persaingan pada masyarakat dalam sebuah studi kritis tentang persaingan dalam pengelolaan pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan sebagai sumber bacaan untuk perpustakaan, khususnya Jurusan Sosiologi.

Dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan apabila penelitian yang sama diadakan pada waktu-waktu mendatang dan dapat memberikan sumbangan pengetahuan ataupun referensi bagi penelitian yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis, yang menyangkut hubungan antara orang perorang, antar kelompok manusia, serta antara

orang perorang dan kelompok manusia dalam buku Soekanto (2012 : 55).

2.1.1 Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Menurut Soerjono Soekanto (2012 : 9) Bentuk-bentuk interaksi sosial dapat menghasilkan proses sosial yang asosiatif dan disosiatif yaitu faktor yang dipengaruhi dari dalam dan diluar itu sendiri. Berikut ini adalah proses-proses interaksi yang terjadi antara lain:

1. Kerjasama (Cooperation)

Charles H. Cooley dalam buku Soekanto (2012 : 65) menggambarkan bahwa betapa penting fungsi kerjasama yang timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan tersebut; kesadaran akan adanya kepentingan yang sama dan adanya organisasi merupakan fakta-fakta yang penting dalam kerjasama yang berguna.

2. Akomodasi

Menurut Gillin dan Gillin (Soekanto 2012 : 69) akomodasi untuk menggambarkan suatu proses dalam hubungan-hubungan sosial yang sama artinya dengan adaptasi yang dipergunakan oleh ahli-ahli biologi untuk menunjukkan pada suatu proses dimana makhluk-makhluk hidup menyesuaikan dirinya dengan alam sekitar.

3. Asimilasi (Assimilation)

Asimilasi merupakan proses sosial dalam taraf lanjut. Ia ditandai dengan adanya usaha-usaha mengurangi perbedaan-perbedaan yang terdapat antara orang perorang atau kelompok-kelompok manusia dan juga meliputi usaha-

usaha untuk memprtinggi kesatuan tindak, sikap dan proses mental dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan dan tujuan-tujuan bersama.

2.1.2 Proses Disosiatif

Proses disosiatif adalah bentuk interaksi sosial yang dapat merenggalkan/menyempitkan hubungan solidaritas individu. Berikut ini adalah bentuk-bentuk proses disosiatif antara lain:

1. Persaingan (Competition)

Persaingan atau *competition* dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, dimana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa terdapat tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik perseorangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian publik atau dengan mempertajam prasangka yang telah ada tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan.

2. Pertentangan atau Pertikaian

Pribadi maupun kelompok menyadari bahwa adanya perbedaan-perbedaan misalnya dalam ciri badaniah, emosi, unsur-unsur kebudayaan, pola-pola perilaku dan seterusnya dengan pihak lain. Ciri tersebut dapat mempertajam perbedaan yang ada hingga menjadi suatu pertentangan atau pertikaian (*conflik*). Pertentangan atau pertikaian selanjutnya disebut sebagai pertentangan saja karena merupakan suatu proses sosial dimana individu atau kelompok berusaha untuk memenuhi tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan yang disertai dengan ancaman atau kekerasan (Soekanto 2012: 87).

2.2 Persaingan (Competition)

Dalam hubungan sosial yang cenderung mengarah ke pertentangan dan perpecahan (*dissosiatif*), kita mengenal istilah persaingan atau kompetisi. Persaingan bisa mengarah kepada dua keadaan, yaitu persaingan sehat, seperti persaingan untuk mendapat tempat teratas dalam perlombaan-perlombaan bidang olah raga, dan persaingan tidak sehat, seperti persaingan untuk mendapatkan sesuatu dengan segala cara untuk mengalahkan bahkan menghancurkan pesaingnya. Persaingan yang sehat akan memberikan efek-efek yang positif bagi para pelakunya, sebagaimana pernah dikatakan oleh Charles H. Cooley dalam (Soekanto 1990: 102).

2.2.1 Bentuk-Bentuk Persaingan

Menurut (Soekanto 1990: 102) bentuk-bentuk persaingan dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Persaingan Dibidang Ekonomi.

Persaingan di bidang ekonomi terjadi karena banyaknya produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan kepada konsumen pada segmen (target) pasar tertentu. Dalam hal ini perusahaan akan melakukan penawaran terbaik untuk merebut pasar, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Dalam merebut pasar atau konsumen ini seringkali perusahaan-perusahaan skala besar melakukan praktek monopoli.

2. Persaingan Kebudayaan

Kebudayaan merupakan simbol peradaban dan kemajuan suatu bangsa. Negara yang maju biasanya identik dengan kemajuan budaya yang dimilikinya. Kemajuan menyangkut segala aspek baik pendidikan dan teknologi, agama, adat istiadat, pakain, perilaku, akal, karsa, rasa dan lainnya. Wujud dari

persaingan ini, misalnya perlombaan di bidang teknologi militer untuk mendapatkan pengaruh dari bangsa lain.

3. Persaingan Untuk Mendapatkan Kedudukan Dan Peranan Tertentu Di Dalam Masyarakat.

Persaingan jenis ini juga umum terjadi di masyarakat kita. Persaingan ini timbul karena ada perasaan ego yang kuat pada diri seseorang atas kemampuannya yang lebih baik dari orang yang berkedudukan di atasnya. Hal ini menjadi dorongan yang kuat untuk mendapatkan kedudukan atau peranan yang sama dengan seseorang yang berada di atasnya tersebut. Ini bisa kita lihat contohnya pada persaingan pilpres dan pemilukada.

4. Persaingan Karena Perbedaan Ras

Persaingan ini sebenarnya masih dalam ranah kebudayaan. Namun persaingan ini lebih mengarah kepada persaingan yang timbul karena terdapatnya perbedaan ciri-ciri fisik seperti warna kulit, bentuk tubuh, dan corak rambut. Pada masyarakat yang sangat heterogen (beragam) akan terasa sekali bentuk persaingan macam ini. Sehingga kita sering melihat kelompok-kelompok ras tertentu di kalangan masyarakat di dalam satu kota misalnya.

2.2.2 Persaingan Usaha (Bisnis)

1. Tujuan yang Mendorong Persaingan Usaha

Motivasi utama dalam kegiatan bisnis adalah laba yang didefinisikan sebagai perbedaan antara penghasilan dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam kegiatan bisnis, mereka harus bisa menghadapi persaingan usaha yang lazim terjadi dalam dunia bisnis. Oleh karena itu diperlukan kekuatan-

kekuatan atau daya saing sebagaimana disebutkan oleh Didin Hafidhuddin dalam buku (Ishak dan Tanjung 2002 : 44) antara lain:

- a. Daya saing produk-produk yang akan ditawarkan harus kualitasnya bisa bersaing dengan baik.
 - b. Daya saing harga tidak mungkin memenangkan persaingan jika produk-produk yang dimiliki sangat mahal harganya.
 - c. Daya saing marketing dunia marketing berbicara masalah pasarmaka hal yang terpenting adalah bagaimana menarik konsumen untuk membeli barang-barang yang telah diproduksi.
 - d. Daya saing jaringan kerja (networking) suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika ,bermain sendiri, dalam hal ini bermakna tidak melakukan kerjasama, koordinasi dan sinergi dengan lembaga-lembaga bisnis lainnya di berbagai bidang.
2. Bentuk-Bentuk Persaingan Usaha Menurut Kasmir (2010 : 51) untuk mencapai keunggulan bersaing, seorang wiausaha harus mampu mengenali berbagai unsur dasar untuk mencapai keunggulan bersaing antara lain Harga atau nilai, Pengalaman konsumen, Tempat, Pelayanan.

2.3 Dampak Persaingan Usaha

Persaingan mempunyai dampak positif dan negatif, yaitu:

2.3.1 Dampak Positif

Dampak positif dari persaingan adalah bahwa pelaku usaha menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya supaya

pelaku usaha tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya, lalu dengan adanya persaingan, pelaku usaha selalu berlomba-lomba untuk inovasi dan menciptakan produk baru demi terus menjaga pangsa pasar (Rachmadi Usman 2004 : 9).

2.3.2 Dampak Negatif

Dampak negatif persaingan yang dikemukakan oleh Anderson :

1. Sistem persaingan memerlukan biaya dan kesulitan-kesulitan tertentu yang tidak didapati dalam sistem monopoli.
2. Persaingan bisa mencegah koordinasi yang diperlukan dalam industri tertentu. Salah satu sisi negatif dari persaingan adalah bahwa persaingan bisa mencegah koordinasi fasilitas tekhnis dalam bidang usaha tertentu yang dalam lingkup luas sebenarnya diperlukan demi efisiensi
3. Persaingan apabila dilakukan oleh pelaku ekonomi yang tidak jujur, bisa bertentangan dengan kepentingan publik.

2.4 Pariwisata

Menurut Kodhyat (1998 : 43) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Undang - Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan

pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

2.4.1 Konsep Manajemen Pariwisata

Manajemen pariwisata merupakan suatu tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya dalam bidang pariwisata (Yoeti, 1997 : 194).

2.4.2 Konsep Pengelolaan Pariwisata

Menurut Natori (2001 : 11-22) tolok ukur pariwisata berbasis kerakyatan adalah terciptanya hubungan yang harmonis antara masyarakat lokal, sumber daya alam, budaya, dan wisatawan. Kondisi ini dapat dilihat dari Adanya peningkatan antusiasme pembangunan masyarakat melalui pembentukan suatu wadah organisasi untuk menunjang segala aspirasi masyarakat melalui sistem kolaborasi antara pemerintah dengan masyarakat local, Keberlanjutan lingkungan fisik yang ada di masyarakat, dengan melalui konservasi, promosi, menciptakan tujuan hidup yang harmonis antara sumber daya alam, dan sumber daya budaya. Adanya keberlanjutan ekonomi melalui pemerataan dan keadilan dalam menikmati hasil-hasil pembangunan. Membangun sistem yang menguntungkan masyarakat seperti sistem informasi yang dapat digunakan bersama-sama. Menjaga kepuasan wisatawan melalui pelayanan yang baik, pengadaan informasi yang efektif, efisien, tepat guna, serta mengutamakan kenyamanan bagi wisatawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di desa Salo kecamatan Salo kabupaten Kampar dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan masing-masing pemilik Objek Wisata Sungai Hijau karena untuk mengetahui lebih dalam lagi bagaimana bentuk-bentuk persaingan yang terjadi dalam pengelolaan objek wisata alam sungai hijau. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang yaitu diantaranya 4 pemilik objek wisata, dan 1 kepala desa Salo sebagai key informan

HASIL PENELITIAN

BENTUK - BENTUK PERSAINGAN DALAM PENGELOLAAN OBJEK WISATA ALAM SUNGAI HIJAU DI DESA SALO KECAMATAN SALO KABUPATEN KAMPAR

5.1 Profil Pemilik Objek Wisata Sungai Hijau

Penulis mengambil 4 orang pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau sebagai informan dalam penelitian ini, hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk persaingan yang terjadi dalam pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau yang saat ini mulai berkembang dan di kenal oleh masyarakat. Pemilik objek wisata Sungai Hijau 1 yaitu Ibu Eva berumur 41 tahun. Ibu Eva adalah orang pertama yang menjadikan sungai hijau sebagai objek wisata pada tahun 2013. Pemilik objek wisata Sungai Hijau 2 yaitu bapak Syafri berumur 54 tahun. Bapak syafri membuka Objek wisata sungai hijau pada tahun 2014 dengan luas lahan 2 hektare. Kemudian emilik objek wisata Sungai Hijau 3 yaitu bapak asril yang berumur 45 tahun.

Beliau membuka objek wisata sungai hijau pada tahun 2014 dengan luas lokasi sekitar 1,5 hektare. Selanjutnya Pemilik objek wisata Sungai Hijau 4 yaitu bapak Iskandar yang berumur 58 tahun. Mulai membuka objek wisata sungai hijau pada tahun 2014 dengan luas lokasi 2 hektare.

5.2 Bentuk-Bentuk Persaingan Dalam Pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau

5.2.1 Persaingan Ekonomi

Persaingan dibidang ekonomi timbul karena terbatasnya persediaan apabila dibandingkan dengan jumlah konsumen.

A. Persaingan Pematangan Harga (Diskon) Tarif Masuk dan Parkir

Masing-masing dari pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau memiliki strategi-strategi dalam memberikan diskon tarif masuk dan uang parkir, biasanya pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau memberikan tarif gratis dengan syarat jumlah pengunjung yang masuk dalam satu rombongan melebihi jumlah yang telah di tentukan oleh pengelola, Tarif masuk yang ditetapkan oleh pengelola objek wisata sungai hijau mulai dari Rp. 4000 sampai dengan Rp. 5000 dan untuk tarif parkir sepeda motor dikenakan Rp.2000/motor dan untuk Mobil Rp. 4000 sampai dengan Rp.5000. masing-masing dari pengelola objek wisata sungai hijau saling bersaing dalam menetapkan tarif untuk para pengunjung dengan serendah mungkin meski keuntungan yang didapat juga rendah guna menarik minat para pengunjung.

B. Menyediakan Sarana Parkir Kendaraan

Fasilitas parkir merupakan suatu bagian yang penting dalam

sistem transportasi darat. Tersedianya tempat parkir untuk kendaraan baik kendaraan pribadi, maupun angkutan umum sangat mempengaruhi minat pengunjung Objek Wisata Alam Sungai Hijau. untuk itu pengelola dari masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau bersaing dalam menyediakan lahan parkir kepada para pengunjung mereka dengan cara melakukan semenisasi terhadap lahan parkir kemudian memberikan petugas parkir demi keamanan kendaraan para pengunjung serta member pagar di sekeliling lahan parkir

C. Sarana Pendukung

Sarana pendukung sangat berpengaruh dalam meningkatkan jumlah pengunjung dalam suatu objek wisata. Karena maju mundurnya sarana kepariwisataan tergantung pada jumlah kunjungan wisatawan itu sendiri. Sarana pendukung yang dibutuhkan antara lain Fasilitas untuk ibadah, toilet, dan fasilitas peristirahatan dan kios makanan dan minuman serta tempat untuk menyewa pelampung. Masing-masing dari pengelola objek wisata sungai hijau saling bersaing dalam melengkapi sarana-sara pendukung yang ada di lokasi objek wisata sungai hijau.

5.2.2 Persaingan Kebudayaan

Dalam persaingan kebudayaan dilakukan hanya sebatas eksistensi bukan untuk mengalahkan pihak yang memiliki kebudayaan berbeda.

A. Persaingan Eksistensi

Dalam mencapai keeksistensian suatu Objek Wisata Alam Sungai Hijau ada dua faktor yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan keeksistensian, yaitu dengan cara Promosi dan dengan memberikan pelayanan terbaik

kepada pengunjung. Dapat diartikan apabila tingkat keeksistensian suatu Objek Wisata Alam Sungai Hijau tinggi maka jumlah pengunjung akan semakin tinggi pula. Dalam meningkatkan keeksistensian tersebut, masing-masing pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau harus melakukan promosi kepada masyarakat tentang kelebihan dari masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau yaitu diantaranya melalui media sosial, merayu pengunjung di gerbang masuk serta memberikan sarana berfoto yang menarik agar objek wisata sungai hijau semakin dikenal oleh masyarakat luas lewat foto tersebut.

B. Kerja Sama

Kerja sama mungkin akan bertambah kuat apabila ada bahaya luar yang mengancam atau ada tindakan-tindakan luar yang menyinggung kesetiaan secara tradisional atau institusional orang. Adapun bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan antara sesama pengelola sungai hijau yaitu kerjasama dalam hal menjaga lingkungan yang bersih disetiap sungai hijau masing-masing. Pengelola saling bekerjasama untuk membersihkan area sungai hijau dari sampah dan menyediakan tempat sampah di sekitar aliran sungai hijau

5.2.3 Persaingan Politik

Bentuk-bentuk persaingan politik yang terjadi dalam pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai

A. Kepemilikan Objek Wisata Alam Sungai Hijau

Persaingan ini timbul karena ada perasaan ego yang kuat pada diri seseorang atas kemampuannya yang lebih baik dari orang yang berkedudukan di atasnya. Hal ini menjadi dorongan yang kuat untuk

mendapatkan kedudukan atau peranan yang sama dengan seseorang yang berada di atasnya tersebut. Hal ini juga terjadi dalam pengelolaan objek wisata alam sungai hijau. dimana kepala desa Salo tidak mengizinkan pemerintah daerah untuk mengambil alih objek wisata alam sungai hijau dengan alasan objek wisata sungai hijau yang dikelola sendiri oleh masyarakat desa Salo dapat kesejahteraan masyarakat desa salo.

B. Pembagian Hasil

Dalam pengelolaan objek wisata alam sungai hijau pendapatan yang didapat dari objek wisata alam sungai hijau sepenuhnya dimiliki oleh pemilik objek wisata alam sungai hijau, tidak ada pungutan dari desa maupun dari pemerintah setempat. Sedangkan apabila Objek wisata alam sungai hijau di ambil alih oleh pemerintah para pengelola takut pendapatan yang diraih akan berkurang atau di tetapkan oleh pemerintah.

DAMPAK PERSAINGAN TERHADAP PENGELOLAAN OBJEK WISATA ALAM SUNGAI HIJAU DI DESA SALO KECAMATAN SALO KABUPATEN KAMPAR

6.1 Dampak Positif

6.1.1 Terjadinya Kewajaran Harga

Pemilik dari masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau akan menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya supaya menarik lebih banyak pengunjung dibanding dengan pesaingnya. Persaingan yang terjadi antara Objek Wisata Alam Sungai Hijau 1 sampai 4 akan berdampak pada harga atau tarif yang ditetapkan oleh masing-masing pengelola. Pengelola dari

masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau akan menyesuaikan tarif yang mereka tetapkan agar tidak kehilangan minat pengunjung dan tidak merugikan pihak Objek Wisata Alam Sungai Hijau itu sendiri.

6.1.2 Meningkatnya Kinerja Pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau

Persaingan yang terjadi diantara para pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau akan menimbulkan dampak positif bagi pengelola Objek Wisata Sungai Hijau itu sendiri. Persaingan merupakan alat yang bisa digunakan untuk meningkatkan usaha dan kinerja. Baik pemilik maupun pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau akan termotivasi dan semakin giat bekerja dalam meningkatkan potensi yang ada di antara masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau Tersebut.

6.1.3 Fasilitas Objek Wisata Alam Sungai Hijau Semakin Lengkap dan Beragam

Persaingan yang terjadi diantara pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau juga memiliki dampak positif lainnya yaitu akan meningkatkan ketersediaan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan dalam mengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Dengan adanya persaingan membuat para pengelola masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau saling melengkapi fasilitas dan berinovasi guna kebutuhan para pengunjung yang datang ke Objek Wisata Alam Sungai Hijau. hal ini tentu saja akan membuat fasilitas yang ada di Objek Wisata Alam Sungai Hijau semakin lengkap dan berbagai macam jenisnya.

6.2 Dampak Negatif

6.2.1 Mengurangi Pendapatan Dari Masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau

Persaingan yang terjadi antara pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau tentu saja memiliki dampak terhadap pendapatan yang di raih dari Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya Objek Wisata Alam Sungai Hijau yang di buka sebagai objek wisata maka jumlah pengunjung yang datang akan terbagi ke masing-masing objek wisata tersebut.

6.2.2 Menimbulkan Perselisihan

Persaingan yang terjadi antara pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau adalah suatu masalah dimana pemilik sungai hijau dua memerintah pekerjanya untuk stay di tepi jalan memanggil pengunjung yang hendak masuk ke lokasi sungai hijau milik Ibu Eva agar pengunjung tersebut masuk ke lokasi wisata sungai hijau dua dengan cara membandingkan kalau sungai hijau dua lebih baik ketimbang sungai hijau satu. Akibatnya timbullah perselisihan antara pemilik sungai hijau dua dengan pemilik sungai hijau lainnya.

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Bentuk-bentuk persaingan yang terjadi dalam pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Hijau di Desa Salo yaitu persaingan dalam segi ekonomi, persaingan kebudayaan dan persaingan politik.

Persaingan dalam segi ekonomi ialah strategi dari masing-masing pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau untuk menarik perhatian pengunjung. Diantaranya memberikan potongan harga (diskon)

untu tarif masuk dan parkir. Selain dari memberikan diskon tarif masuk dan uang parkir biasanya pengelola objek wisata alam sungai hijau memberikan tarif gratis dengan syarat jumlah pengunjung yang masuk dalam satu rombongan melebihi jumlah yang telah ditentukan oleh pengelola. Menyediakan lahan parkir yang luas, membangun jalan beton kemudian mempekerjakan juru parkir guna memberikan petunjuk jalan dan menata parkir kendaraan para pengunjung. Kemudian menyediakan Sarana pendukung yang ada di lokasi Objek Wisata Alam Sungai Hijau yaitu musholla, toilet umum, kios makanan dan minuman, pondok peristirahatan, tempat penyewaan pelampung serta fasilitas untuk berfoto untuk para pengunjung.

Persaingan dalam segi kebudayaan dilakukan hanya sebatas eksistensi bukan untuk mengalahkan pihak yang memiliki kebudayaan berbeda. Dalam meningkatkan esistensi para pengelola Objek wisata alam Sungai hijau menyediakan fasilitas untuk berfoto dalam mempromosikan Objek wisata sungai hijau. kemudian menggunakan media sosial. Sikap kerja sama juga ditunjukkan oleh para pengelola objek wisata sungai hijau salah satunya dengan saling menjaga kebersihan sungai dari masing-masing objek wisata sungai hijau.

Persaingan politik yang terjadi dalam pengelolaan sungai hijau ialah kepala desa salo lebih memilih objek wisata sungai hijau dikelola sendiri oleh masyarakat desa salo ketimbang harus di ambil alih oleh pemerintah daerah. Karena objek wisata sungai hijau sangat

membantu penghasilan masyarakat desa salo dan mengurangi angka pengangguran. Pemilik objek wisata sungai hijau bertanggung jawab atas objek wisata sungai hijau masing-masing dan desa ikut bertanggung jawab atas kemandirian dan kenyamanan para pengunjung objek wisata sungai hijau.

Dampak Positif persaingan adalah terjadinya kewajaran harga, dimana apabila para pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau tidak menyesuaikan tarif yang di berlakukan oleh pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau yang lain maka hal ini akan mengancam berkurangnya jumlah pengunjung yang datang, karena pengunjung akan lebih memilih Objek Wisata Alam Sungai Hijau yang memberikan tarif termurah. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya persaingan di antara pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau akan menjadikan tarif yang dikenakan pengunjung akan stabil atau dalam tingkat kewajaran. Persaingan dapat meningkatkan kinerja pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Persaingan merupakan alat yang bisa digunakan untuk meningkatkan usaha dan kinerja. Baik pemilik maupun pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau akan termotivasi dan semakin giat bekerja dalam meningkatkan potensi yang ada di antara masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Fasilitas yang ada di lokasi Objek Wisata Alam Sungai Hijau akan semakin lengkap dan beragam. Setiap pengelola Objek Wisata Alam Sungai Hijau menyadari akan adanya persaingan dan membuat mereka berinovasi dalam menyediakan fasilitas-fasilitas baru yang dibutuhkan oleh para pengunjung.

Dampak negatif Persaingan yang terjadi antara pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau yaitu mengurangi pendapatan dari masing-masing Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya Objek Wisata Alam Sungai Hijau yang di buka sebagai objek wisata maka jumlah pengunjung yang datang akan terbagi ke masing-masing objek wisata tersebut. Persaingan dapat menimbulkan perselisihan diantara pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau. Resiko ekstrem dari persaingan adalah kemungkinan ditempuhnya praktik-praktik curang, karena persaingan dianggap sebagai kesempatan untuk menyingkirkan pesaing dengan cara apapun. Hal ini yang dapat menimbulkan perselisihan diantara pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau.

7.2 Saran

1. Untuk Objek Wisata Alam Sungai Hijau di Desa Salo ini, perlu ditingkatkan lagi dalam pelatihan dan penyuluhan tentang manajemen objek wisata dari pemerintah untuk meningkatkan potensi dari Objek Wisata Alam Sungai Hijau ini.
2. Bagi pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau diharapkan mampu bersaing secara sehat dan mau menerima saran maupun arahan dari pemerintah setempat agar Objek Wisata Alam Sungai Hijau menjadi salah satu destinasi wisata terbaik yang ada di Kabupaten Kampar.
3. Bagi pemerintah, diharapkan pemerintah memberikan penyuluhan akan konsep

pengelolaan dan manajemen objek wisata sehingga mempermudah para pemilik Objek Wisata Alam Sungai Hijau untuk mengelola objek wisatanya dengan peraturan yang jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief S. Sadiman, (dkk). 2010. *Media Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arep, I dan Tanjung, H. 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Universitas Trisakti
- A. Yoeti, Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- BN. Marbun. 2003. *Kamus Politik*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Burkart, A.j. dan Medlik, S. 1997. *Tourism, Past, Present, and Future*. London
- Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataan Alam*. Liberty: Yogyakarta.
- Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Flippo, Edwin B. 2002. *Personel Management (manajemen personalia)*. Jakarta: Edisi VII Jilid II. Terjemahan Alponso S, Erlangga.
- Gamal, Suwanto. 2002. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Hafidhuddin, Didin dan Tanjung, Hendri. 2002. *Manajemen Syari'ah dalam Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press, Cet I
- Hasibuan, Malayu S.p. 2006. *Manajemen dasar*,

- pengertian dan masalah.*
Jakarta: Edisi Revisi, Bumi Aksara
- Jusuf, Jopie. 2008. *Analisis Kredit untuk Accounting Officer.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kasmir. 2010. *Kewirausahaan.* Jakarta: Rajawali Press, Ed. 1
- Kasmir dan Jakfar. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Kencana, Ed. 2, Cet. 7
- Kodhyat, H. 1998. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia.* Jakarta: Grasindo
- Kusnadi. 2001. *Pengantar Bisnis dan Wirausaha.* Malang: Torada
- Manullang, 2012. *Dasar-Dasar Manajemen.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Marbun, B.N. 2003. *Kamus Manajemen.* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Meleong, Lexi. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Karya.
- Natori, Nasahito. 2001. *A Guide Book for Tourism Based Community.* Japan: Aptec Osaka.
- Noor, Juliansyah. 2014. *Metodologi Penelitian.* Jakarta: Kencana..
- Pitana, I Gede. 2009. *Pengantar ilmu pariwisata.* Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Raco. 2010, *Metode Penelitian Kualitatif jenis, Karakteristik dan Keunggulannya,* Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia,
- Siswanto, Arie. 2004. *Hukum Persaingan Usaha.* Bogor: Ghaila Indonesia
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan RND.* Bandung: Alfabeta
- Spillane, James J. 1987. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya.* Bandung: Mandar Maju
- Umar, Husein. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, Ed. 3,
- Usman, Rachmadi. 2004 *Hukum Persaingan Usaha.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Cet 1
- Wualansari Dewi. 2009. *Sosiologi (Konsep dan Teori).* PT Refika Aditama : Bandung.