



Strategi Pelestarian *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima) Sebagai Objek Daya Tarik Wisata Di Desa Maria Kecamatan Wawo Kabupaten Bima

Mardiah¹, M. Awaluddin², Dede Yusuf³

¹Prodi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

²Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Palangkaraya, Indonesia

³Prodi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 12-08-2019

Disetujui: 27-08-2019

Kata Kunci:

1. Strategi
2. Pelestarian
3. Pariwisata
4. *Uma Lengge*
5. Kab. Bima

ABSTRAK

Abstrak: Kabupaten Bima memiliki ragam budaya, adat, dan tradisi yang beraneka ragam. Salah satu ciri khas dari Kota Bima adalah adanya "*Uma Lengge*" yang merupakan Rumah adat bagi masyarakat suku Mbojo. "*Uma Lengge*" tersebut berada tepatnya di Desa Maria, Kecamatan Wawo, dan Desa Sambori Kecamatan Lambitu Kabupaten Bima, Pulau Sumbawa. Kurangnya kesadaran masyarakat yang menyadari adanya Rumah Adat Bima, sehingga banyak sekali orang yang belum mengetahui keberadaan Rumah Adat Bima (*Uma Lengge*) ini, tidak banyak yang tahu keberadaannya bahkan masyarakat sekitar Kec. Wawo pun banyak yang belum mengetahui keberadaan *Uma Lengge*. Ini diakibatkan kurangnya pemerintah dalam memilih strategi pelestarian untuk memperluas keberadaan *Uma Lengge*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang strategi pelestarian wisata Budaya, serta untuk menjelaskan kemanfaatan daya tarik wisata Budaya dengan gambaran strategi pelestarian *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima) Sebagai Objek Daya Tarik Wisata yang berbasis masyarakat atau komunitas.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan cara mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis kualitatif.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data hasil penelitian ini menemukan bahwa Strategi pelestarian *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima) yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bima adalah: (a) Perencanaan yang dimana perencanaan dalam pelestarian *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima), (b) Pelaksanaan kebijakan yang dimana pelaksanaan kegiatan peningkatan peran serta masyarakat dalam pembangunan kebudayaan dan pariwisata, (c) Meningkatkan kapasitas sumber daya dan sarana prasarana aparatur, meningkatkan citra pariwisata didalam dan luar negeri, menciptakan produk pariwisata khas Bima yang komparatif dan kompetitif, (d) Sarana dan Prasarana yang ada di kawasan Wisata *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima) diantaranya: akses jalan menuju *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima), tempat parkir di kawasan *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima), listrik dan air. Promosi yang dilakukan pemerintah Kabupaten Bima sudah memberikan dampak yang baik bagi masyarakat.

Keywords:

1. Strategy
2. Preservation
3. tourism
4. Uma Lengge
5. Bima Regency

Abstract

Bima Regency has a diverse variety of cultures, customs and traditions. One distinctive feature of Bima City is the existence of "Uma Lengge" which is a traditional house for the Mbojo tribe. "Uma Lengge" is located precisely in Maria Village, Wawo District, and Sambori Village, Lambitu District, Bima Regency, Sumbawa Island. there is a lack of public awareness that is aware of the Bima Traditional House, so many people do not know about the existence of the Bima Traditional House (Uma Lengge), not many know of its existence even the people around the district. Wawopun many do not know about the existence of Uma Lengge. This is due to the lack of the government in choosing a conservation strategy to expand the existence of Uma Lengge. Bima Traditional House) As a tourist attraction based on community or community. In this study, the author uses a type of descriptive research with a qualitative approach.

By way of processing and analyzing data using qualitative analysis. Based on the results of interviews and data analysis the results of this study found that the preservation strategy of Uma Lengge (Bima Traditional House) carried out by the Bima District government was: (a) Planning where Uma Lengge (Bima Traditional House) was planned for conservation, (b) Implementation of policy where the implementation of activities to increase the participation of the community in the development of culture and tourism, (c) the increased capacity of resources and infrastructure facilities of the apparatus, increasing the image of tourism inside and outside the country, creating comparative and competitive typical tourism products, (d) Infrastructure in the Tourism Area of Uma Lengge (Bima Traditional House) including: access roads to Uma Lengge (Bima Traditional House), parking lots in the area of Uma Lengge (Bima Traditional House), electricity and water. Promotion carried out by the Bima Regency government has had a good impact on the community

Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara kepulauan dengan potensi yang besar hampir disegala sektor, salah satunya di sektor pariwisata. Sebagai negara yang memiliki potensi pariwisata yang besar, tentu membuat sektor pariwisata Indonesia menjadi sorotan. Industri pariwisata di Indonesia harus mendapat perhatian khusus dari pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah dalam melestarikan potensi pariwisatanya. Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki banyak sekali kekayaan alam. Mulai dari hutan, laut, gunung, danau. Hingga saat ini kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia telah banyak yang dikelola menjadi wisata alam.

Salah satu wisata alam yang cukup terkenal di Indonesia yaitu Pulau Komodo (Kepulauan Nusa Tenggara), jika anda ingin menikmati kehidupan nyata habitat dari hewan khas Indonesia disinilah

lokasi yang tepat. Pulau Komodo sendiri Terdiri dari beberapa pulau dan perairan laut. Salah satu yang terkenal adalah Taman Nasional Loh Liang yang terletak di Pulau Rinca, Manggarai Barat, Labuan Bajo, Flores dari. Disini Anda bisa melihat dari dekat bagaimana kehidupan Komodo sesungguhnya. Pulau Komodo juga termasuk sebagai Situs Warisan Dunia Unesco (Arminain :2015).

Selain Wisata Alam Indonesia juga memiliki wisata yang berbasis budaya. Wisata berbasis budaya adalah sebuah jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya. Indonesia sendiri sebagai negara kepulauan terbersardunia, memiliki beragam etnis dan suku bangsa, bahasa dengan semua adat istiadat dan kebudayaan yang memiliki keunikan masing-masing disetiap wilayahnya. Beberapa tempat wisata budaya Indonesia populer dengan arsitektur

bangunan dari seniukir, seni patung dan relief-relief yang begitu memukau.

Salah satu wisata yang berbasis kebudayaan yang cukup terkenal di Indonesia ialah Candi Borobudur yang terletak di Magelang Jawa Tengah, Tak ada satupun warga Negara Indonesia yang tak kenal wisata budaya yang satu ini. Borobudur merupakan sebuah candi Buddha dan monumen Buddha terbesar di dunia. Candi ini tepatnya berada di Desa Borobudur, Magelang, Jawa Tengah, Indonesia. Candi berbentuk stupa ini dibangun oleh para penganut Agama Buddha Mahayana sekitar abad ke-8 masehi. Berkat teknik arsitektur dan estetika senirupa Buddha yang sangat menajutkan ini, maka Borobudur menjadi salah satu Situs Warisan Dunia Unesco (Arminain : 2015).

Nusa Tenggara Barat (NTB) adalah salah satu provinsi dengan ibu kotanya adalah Mataram dan mempunyai banyak sekali obyek wisata antara lain obyek Wisata Alam, Wisata Sejarah, Wisata Budaya, Wisata Minat Khusus, Wisata Kuliner, Wisata Olah Raga, Wisata Belanja. Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah dengan potensi pariwisata yang besar adalah upaten Bima. Bima merupakan salah satu upaten dengan potensi terbesar di sektor pariwisata, yang mana sektor pariwisata ini menjadi sektor unggulan yang menghasilkan pendapatan daerah terbesar bagi upaten Bima.

Sampai saat ini terdapat beberapa obyek wisata yang telah menjadi destinasi wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, seperti wisata alam yang bisa memuaskan kita salah satunya Pantai Lariti, Pantai Lariti memiliki keindahan sendiri yang dimana Pantai ini memiliki pulau kecil didalamnya dan kita bisa nyebrang di tengah-tengah laut jika air sudah surut.

Selain Wisata alamnya di Nusa Tenggara Barat juga memiliki wisata Budaya juga salah satunya Rumah Adat Bima (*Uma Lengge*). *Uma* berarti berarti rumah dan *lengge* berarti mengerucut/pucuk yang menyilang. *Uma lengge* merupakan rumah tradisional peninggalan nenek moyang suku Bima.

Sebagai daerah otonomi, tentunya Pemerintah upaten Bima harus berbenah dan melakukan pembangunan di segala sektor. Terutama di sektor pariwisata, karena Bima merupakan daerah dengan potensi pariwisata yang dapat dikatakan besar tentu harus didukung dengan infrastruktur yang memadai seperti infrastruktur jalan untuk kemudahan akses bagi wisatawan untuk menjangkau tempat tujuan wisatanya.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan untuk meneliti Wisata Budaya yang ada di Nusa Tenggara Barat khususnya di Desa Maria Kec. Wawo. Bima. Budaya, Tradisi dan Adat tidak pernah lepas dari pandangan mata kita, dari kehidupan kita dan dari apapun yang membuat kita terpukau dengan ciri khas yang di tampilkannya, sebab budaya sering kita kaitkan sebagai hasil cipta, rasa dan karsa manusia.

Kabupaten Bima memiliki ragam budaya, adat, dan tradisi yang beraneka ragam. Salah satu ciri khas dari Kota Bima adalah adanya "*Uma Lengge*" yang merupakan Rumah adat bagi masyarakat suku Mbojo. "*Uma Lengge*" tersebut berada tepatnya di Desa Maria, Kecamatan Wawo, dan Desa Sambori Kecamatan Lambitu upaten Bima, Pulau Sumbawa.

Secara harafiah *Uma lengge* merupakan Rumah adat masyarakat Suku Mbojo yang memiliki bentuk mengerucut pada bagian atapnya. "*Uma Lengge*" tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi para kalangan wisatawan, tidak hanya dari segi tampilan dan bentuk dari rumah adat namun juga dari segi filosofipun sangat menyimpan banyak hal yang menarik. Akan tetapi seiring perubahan jaman masyarakat kurang menyadari pentingnya melestarikan kebudayaan daerah, baik itu pelestarian tentang bahasanya, tariannya, baju adatnya atau juga makanan khas daerahnya.

Dari hasil observasi awal peneliti ditemukan bahwa adanya permasalahan seperti kurangnya kesadaran masyarakat yang menyadari adanya Rumah Adat Bima, sehingga banyak sekali orang yang belum mengetahui keberadaan Rumah Adat Bima (*Uma Lengge*) ini, tidak banyak yang tahu keberadaannya bahkan masyarakat sekitar Kec. Wawo pun banyak yang belum mengetahui keberadaan *Uma Lengge*. Ini diakibatkan kurangnya pemerintah dalam memilih strategi pelestarian untuk memperluas keberadaan *Uma Lengge*.

Selain itu keberadaan *Uma Lengge* yang berada di belakang pemukiman penduduk yang menjadi salah satu faktor penghambat pelestarian *Uma Lengge* sendiri dan juga kurangnya sarana dan prasana yang mendukung pelestarian *Uma Lengge* seperti plang jalan yang belum ada sehingga banyak orang yang tidak tahu arah keberadaan *Uma Lengge* sendiri, karena memang jalan untuk menuju *Uma Lengge* berada di tengah-tengah pemukiman warga setempat, sehingga banyak orang yang ingin mampir ke *Uma Lengge* tidak banyak yang memilih jalan bukan mengarah ke *Uma lengge* sehingga para pengunjung harus memutar-mutar jalan menuju *Uma Lengge*

dan tidak banyak juga yang niatnya ke uma lengge akan tetapi karena tidak mengetahui jalan menuju *Uma Lengge* akhirnya mengurungkan niatnya mampir di *Uma Lengge*. Sumber (hasil observasi 2018)

Selain kurangnya sarana dan prasarana yang menjadi salah faktor penghambat pengembangan *Uma Lengge* terdapat faktor lain yang mempengaruhi penghambat pelestarian *Uma Lengge* yakni lemahnya promosi yang dilakukan pemerintah upaten Bima yang menghambat pelestarian *Uma Lengge* sehingga banyak yang belum mengetahui keberadaan serta tempat dimana *Uma Lengge* berada.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pelestarian *Uma Lengge* (Rumah Adat Bima) Sebagai Objek Daya Tarik Wisata di Desa Maria Kec.Wawo . Bima

Tinjauan Pustaka

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan sedangkan kebijakan merupakan suatu arah tindak yang diambil dan digunakan untuk mencapai tujuan, merealisasikan, suatu sasaran atau maksud tertentu. Oleh karena itu, kebijakan pada dasarnya merupakan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan untuk dijadikan pedoman, pegangan, atau petunjuk dalam pelestarian ataupun pelaksanaan program guna tercapainya kelancaran dalam perwujudan strategi dan kebijakan (Miftah Thoha : 2008)

a. Definisi strategi

Definisi strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pelestarian produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture (David, p.15, 2004). Pengertian strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Rahmat : 2014).

b. Tingkat-tingkat Strategi

Dengan merujuk pada pandangan Dan Schendel dan Charles Hofer, Higgins (1985), menjelaskan adanya empat tingkatan strategi. Keseluruhannya disebut Master Strategy, yaitu: *enterprise strategy* (Strategi Perusahaan), *corporate strategy* (Strategi), *business strategy* (Strategi Bisnis) dan *functional strategy* (Strategi Fungsional)

a) *Enterprise Strategy* (Strategi Perusahaan)

Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok sosial lainnya. Jadi dalam strategi *enterprise* terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi.

b) *Corporate Strategy* (Strategi Perusahaan)

Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga sering disebut *Grand Strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Pertanyaan apa yang menjadi bisnis atau urusan kita dan bagaimana kita mengendalikan bisnis itu, tidak semata-mata untuk dijawab oleh organisasi bisnis, tetapi juga oleh setiap organisasi pemerintahan dan organisasi nonprofit.

c) *Business Strategy* (Strategi Bisnis)

Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para donor dan sebagainya. Semua itu dimaksudkan untuk dapat memperoleh keuntungan-keuntungan

strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

d) *Functional Strategy* (Strategi Fungsional)

Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis Strategi Fungsional yaitu:

- Strategi fungsional ekonomi yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pelestarian.
- Strategi fungsional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning* (Perencanaan), *organizing* (Pengorganisasian), *implementating* (Implementasi), *controlling* (Pengawasan), *staffing* (Kepegawaian), *leading* (Terkemuka), *motivating* (Memotivasi), *communicating* (Berkomunikasi), *decision making* (Pengambilan Keputusan),

representing (Mewakili), dan *integrating* (Mengintegrasikan).

- Strategi isu strategik, fungsi utamanya ialah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah (J. Salusu, p 101, 1996). Tingkat-tingkat strategi itu merupakan kesatuan yang bulat dan menjadi isyarat bagi setiap pengambil keputusan tertinggi bahwa mengelola organisasi tidak boleh dilihat dari sudut kerapian administratif semata, tetapi juga hendaknya memperhitungkan soal “kesehatan” organisasi dari sudut ekonomi (J. Salusu, p 104, 1996).

c. Jenis-jenis Strategi

Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1) Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan / atau pesaing.

2) Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pelestarian produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3) Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

4) Strategi Defensif

Disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi.

5) Strategi Umum Michael Porter

Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum.

6) Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap

perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen. (David, p.231, 2004). (setiawan dimas dalam website <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html>).

d. Pelestarian

Pelestarian adalah upaya untuk melindungi terhadap tekanan perubahan dan dampak negatif yang ditimbulkan suatu kegiatan. Pelestarian Lingkungan adalah upaya untuk melindungi kemampuan lingkungan hidup terhadap tekanan perubahan dan dampak negatif yang ditimbulkan suatu kegiatan

Pelestarian, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI offline, QT Media, 2014) berasal dari kata dasar lestari, yang artinya adalah tetap selama-lamanya tidak berubah. Kemudian, dalam kaidah penggunaan Bahasa Indonesia, penggunaan awalan pe- dan akhiran -an artinya digunakan untuk menggambarkan sebuah proses atau upaya (kata kerja)

A.W. Widjaja (1986) mengartikan pelestarian sebagai kegiatan atau yang dilakukan secara terus menerus, terarah dan terpadu guna mewujudkan tujuan tertentu yang mencerminkan adanya sesuatu yang tetap dan abadi, bersifat dinamis, luwes, dan selektif (Jacobus, 2006:115).. (Dalam <https://developmentcountry.blogspot.com/2009/12/definisi-pelestarian.html>)

e. Objek daya tarik wisata

Dalam dunia kepariwisataan objek dan daya tarik wisata memiliki peranan penting yang dapat dijadikan sebagai daya tarik bagi seseorang atau calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Pengertian objek dan daya tarik wisata adalah unsur-unsur lingkungan hidup yang terdiri dari sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya buatan yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan sebagai daya tarik untuk menjadi sarana wisata atau objek wisata yaitu, semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja.

Sedangkan batasan pengertian (terminologi) objek dan daya tarik wisata menurut Undang-

Undang No.9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah sebagai berikut:"objek daya tarik adalah segala sesuatu yang menjadi wisata".

Di dalam Undang-Undang pasal 4 bab III dijelaskan bahwa objek dan daya tarik wisata terdiri atas:

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa

Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang terwujud keadaan alam serta flora dan fauna. Objek dan daya tarik yang terwujud keadaan alam serta flora dan fauna adalah merupakan suatu bahan atau kawasan pengelolaan objek dan daya tarik wisata, wisata ini harus dilakukan secara bijaksana karena sumber daya alam maupun ekosistemnya sangat peka terhadap perubahan-perubahan untuk pelestarian jenis-jenis dan daya tarik wisata ini memerlukan keterlibatan berbagai unsur (intergratea). Unsur-unsur ini perlu digali dan dipahami, sehingga pendekatan langkah untuk pelestarian dan pemanfaatannya dapat dilakukan secara cepat.

Daya tarik yang terdapat pada objek dan daya tarik wisata berwujud keadaan alam serta flora dan fauna menurut kodrat dan kejadian sumber daya alam dan ekosistemnya. Objek dan daya tarik wisata ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis (Direktorat Jenderal Pariwisata, 1984), antara lain:

- a. Objek dan daya tarik wisata kawasan hutan, pertanian, perkebunan, dan peternakan.
- b. Objek dan daya tarik wisata laut, pantai, danau, dan sungai.
- c. Objek dan daya tarik wisata goa, gunung, lembah, dan sebagainya. Daya tarik suatu objek merupakan salah satu modal utama untuk pelestariannya, hal ini disebabkan bahwa daya tarik tersebut sebagai potensi utama yang menyebabkan pengunjung datang.

2. Objek dan daya tarik wisata berupa hasil karya manusia.

Objek dan daya tarik hasil karya manusia adalah berupa pemanfaatan berbagai jenis manusia dan hasil kreasinya yang diciptakan dari pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dijadikan menjadi sasaran wisata.

Pemanfaatan aksi manusia sesuai dengan budaya memiliki keanekaragaman antara lain:

- a. Peninggalan sejarah dan kepurbakalaan.

b. Keanekaragaman budaya seperti :

- 1) Seni tari dan musik
- 2) Seni drama
- 3) Upacara agama dan kepercayaan
- 4) Acara perkawinan
- 5) Acara-acara yang menyangkut adat istiadat dan kebiasaan tradisional
- 6) Upacara pemakaman
- 7) Tata cara dan tata krama kehidupan tradisional (way of life)

3. Hasil kerajinan tangan dan karya arsitektur
Menurut James J. Spillane (1994: 63-72) suatu obyek wisata atau destination, harus meliputi lima unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, maka obyek wisata harus meliputi :

1. *Attractions*(Atraksi)

Merupakan pusat dari industri pariwisata. Menurut pengertiannya attractions mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah :

- a. Keindahan alam
- b. Iklim dan cuaca
- c. Kebudayaan
- d. Sejarah
- e. Ethnicity-sifat kesukuan
- f. Accessibility-kemampuan atau kemudahan berjalan atau ketempat tertentu.

2. *Facility*(Fasilitas)

Fasilitas cenderung berorientasi pada attractions(atraksi) disuatu lokasi karena fasilitas hams dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah attractions berkembang. Suatu atraksi juga dapat merupakan fasilitas. Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan. Seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga penginapan, makanan, dan minuman yang juga cocok dengan kemampuan membayar dari wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut.

3. *Infrastructure*(Pembangunan)

Atraksi dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dan suatu wilayah atau

daerah. Yang termasuk infrastruktur penting dalam pariwisata adalah :

- a. Sistem pengaliran/air
Kualitas air yang cukup sangat esensial atau sangat diperlukan.
 - b. Sumber listrik dan energi
Suatu pertimbangan yang penting adalah penawar tenaga energi yang tersedia pada jam pemakaian yang paling tinggi atau jam puncak (peak hours). Ini diperlukan supaya pelayanan yang ditawarkan terus menerus.
 - c. Jaringan komunikasi
Walaupun banyak wisatawan ingin melarikan diri dari situasi biasa yang penuh dengan ketegangan, sebagian masih membutuhkan jasa telepon dan telegram yang tersedia.
 - d. Sistem pembuangan kotoran/ pembuangan air
Kebutuhan air untuk pembuangan kotoran memerlukan kira-kira 90% dari permintaan akan air. Jaringan saluran harus didesain berdasarkan permintaan puncak atau permintaan maksimal.
 - e. Jasa-jasa kesehatan
Jasa kesehatan yang tersedia akan tergantung pada jumlah tamu yang diharapkan, umumnya, jenis kegiatan yang dilakukan atau faktor-faktor geografis lokal.
 - f. Jalan-jalan/jalan raya
Ada beberapa cara membuat jalan raya lebih menarik bagi wisatawan :
 - 1) Menyediakan pemandangan yang Was dari alam semesta
 - 2) Membuat jalan yang naik turun untuk variasi pemandangan
 - 3) Melestarikan tempat dengan pemandangan yang indah
 - 4) Membuat jalan raya dengan dua arah yang terpisah tetapi sesuai dengan keadaan tanah
 - 5) Memilih pohon yang tidak terlalu lebat supaya masih ada pemandangan yang indah.
4. *Transportation* (Transportasi)
Ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk :
- a. Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.
 - b. Sistem keamanan harus disediakan di terminal untuk mencegah kriminalitas.
 - c. Suatu sistem standar atau seragam untuk tanda-tanda lalu lintas dan simbol-simbol harus dikembangkan dan dipasang di semua bandara udara.
 - d. Sistem informasi harus menyediakan data tentang informasi pelayanan pengangkutan lain yang dapat dihubungi di terminal termasuk jadwal dan tarif.
 - e. Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.
 - f. Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.
 - g. Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, rute dan pelayanan pengangkutan lokal.
 - h. Peta kota harus tersedia bagi penumpang.
5. *Hospitality* (keramah tamahan)
Wisatawan yang sedang berada dalam lingkungan yang belum mereka kenal maka kepastian akan jaminan keamanan sangat penting, khususnya wisatawan asing. (Dalam <https://duniapengetahuan2627.blogspot.com/2013/02/pengertian-objek-dan-daya-tarik-wisata.html>)
- Pengertian pariwisata secara umum adalah suatu hal yang berkaitan dengan perjalanan untuk rekreasi, tourism, pelancongan, dan sebagainya. Adapun jenis dan macam-macam pariwisata, meliputi pariwisata bahari, lokal, massa, purbakala, remaja, dan wana (hutan). pengertian kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata. Misalnya, obyek wisata itu sendiri, hotel, penginapan, dan segala macam yang berhubungan dengan dunia wisata.
- Menurut UU pemerintah nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pelestarian pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam jangka waktu sementara.
- Tujuan pariwisata ialah ;
1. Kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi
 2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
 3. Menghapus kemiskinan
 4. Mengatasi pengangguran
 5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya
 6. Memajukan kebudayaan

7. Mengangkat citra bangsa
8. Memupuk rasa cinta tanah air
9. Memperkukuh jadi diri dan kesatuang bangsa
10. Mempererat persahabatan antar bangsa

Manfaat pariwisata dari segi ekonomi

Manfaat bagi segi ekonomi yaitu :

- a) Mendatangkan devisa Negara melalui pajak seperti pajak restoran, pajak bandara, pajak karyawan, dll.
 - b) Membuka lapangan pekerjaan bagi tenaga siap kerja. Para tenaga kerja bias mendapatkan pekerjaan dari sector pariwisata seperti menjadi penjaga loket, membuka tempat makan, tempat perbelanjaan, pendirian penginapan, dll
 - c) Menstabilkan perekonomian lokal dan penganekaragaman pekerjaan. Melalui pariwisata keadaan perekonomian masyarakat akan meningkat dan itu tentu akan menstabilkan kondisi perekonomian local mereka.
 - d) Pembangunan daerah wisata baik di kota maupun di daerah. Dengan demikian sektor pariwisata amat sangat berperan dalam menunjang pembangunan daerah yang akan menarik wisatawan baik domestic maupun internasional.
11. Manfaat pariwisata dari segi sosial
- Manfaat pariwisata dari segi sosial yaitu :
- a) Mendorong pembelajaran bahasa asing dan ketrampilan baru. Masyarakat daerah pariwisata akan terdorong mempunyai ketrampilan berbahasa asing agar dapat berinteraksi dengan pendatang.
 - b) Akan menimbulkan perasaan bangga pada masyarakat akan pariwisata daerahnya sehingga menimbulkan kesadaran untuk sama – sama menjaga dan melestarikan pariwisata tersebut
 - c) Sarana dan prasarana dikembangkan untuk pariwisata juga dapat menguntungkan penduduk Dana pariwisata terkait telah memberikan kontribusi terhadap sekolah yang dibangun di beberapa daerah.
 - d) Meningkatkan dan pemeratakan pendapatan rakyat. Belanja di DTW akan meningkatkan pendapatan dan pemerataan pada masyarakat setempat baik secara langsung maupun tidak langsung melalui dampak berganda (multiflier effect)

12. Manfaat pariwisata dari segi budaya

Manfaat pariwisata dari segi budaya yaitu :

- a) Terjadi interaksi budaya antara budaya local dengan budaya pengunjung yang akan membawa mereka pada rasa saling menghargai satu sama lain
- b) Mengenalkan budaya kita kepada masyarakat luas sehingga budaya tersebut tidak akan cepat luntur dan hilang karena adanya sosialisasi kebudayaan
- c) Mengerti dan memahami latarbelakang kebudayaan lokal sehingga menambah pengetahuan akan kebudayaan
- d) Memungkinkan terjadi asimilasi dan akulturasi budaya
- e) Memberikan transfer nilai
(Dalam <https://www.bospedia.com/2018/05/pariwisata.html>)

Definisi Uma Lengge

Uma Lengge merupakan salah satu rumah adat tradisional Bima yang dibuat oleh nenek moyang suku Bima(Mbojo) sejak zaman purba. Sejak dulu, bangunan ini tersebar di wilayah Sambori, Wawo dan Donggo. Khusus di Donggo terutama di Padende dan Mbawa terdapat rumah yang disebut Uma Leme. Dinamakan demikian karena rumah tersebut sangat runcing dan lebih runcing dari Lengge. Atapnya mencapai hingga ke dinding rumah. Namun saat ini jumlah Lengge atau Uma Lengge semakin sedikit. Di kecamatan Lambitu, Lengge dapat ditemukan di desa Sambori yang berjarak sekitar 40 km sebelah tenggara kota Bima. Meskipun ada juga di desa lain seperti di Kuta, Teta, Tarlawi dan oro dalam wilayah kecamatan Lambitu.

Uma Lengge terdiri dari tiga lantai yaitu

1. Lantai pertama digunakan untuk menerima tamu dan kegiatan upacara adat.
 2. Lantai kedua berfungsi sebagai tempat tidur sekaligus dapur, dan
- Lantai ketiga digunakan untuk menyimpan bahan makanan seperti padi, palawija dan umbi-umbian.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Masyhuri dan Zainuddin (2008:13) penelitian kualitatif adalah penelitian yang pemecahan masalahnya dengan menggunakan data empiris. Sedangkan Moleong (2007:6) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan

cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Peneliti memilih penelitian kualitatif karena peneliti disini akan mendeskripsikan uma lengge secara holistik dengan menggunakan kata-kata dan bahasa sehingga menghasilkan suatu penggambaran atas fenomena yang terjadi.

Penelitian ini akan dilakukan di kantor Desa Maria. Lokasi ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena lokasi Uma Lengge terdapat di Desa Maria dan Dinas Pariwisata Kota Bima.

Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 1 bulan, mulai awal bulan Februari sampai dengan akhir bulan Februari 2019.

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan beberapa teknik yaitu:

1. Wawancara

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) wawancara adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam komunikasi langsung yang berbentuk sejumlah pertanyaan lisan yang diajukan oleh penguumpul data.

2. Pengamatan (Observasi)

Menurut Sofar dan Widiyono (2013:153) Pengamatan adalah kegiatan yang meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu obyek penelitian dengan menggunakan seluruh indra.

3. Dokumentasi

Dengan menggunakan dokumentasi maka hasil observasi dan wawancara akan lebih akurat karena dokumentasi didukung dengan berisikan catatan yang sudah berlalu, bisa berupa foto, tulisan, gambar, karya dan sebagainya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data di peroleh. Menurut Lofland (1994) dan Moleong (2001: 112) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumentasi dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya di bagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumberdata tertulis, foto dan statistik.

1. Data Primer

Data primer adalah data diperoleh secara langsung dari sumber data/ atau tangan pertama (subyek yang di teliti). Data primer ini dapat melalui wawancara langsung dengan menggunakan pedoman wawancara. Data primer tersebut adalah Kepala desa serta masyarakat yang diharapkan dapat memberi data dan informasi untuk mendeskripsikan bagaimana pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sebagai objek daya

tarik wisata. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari observasi dan wawancara mendalam.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari subyek yang di teliti, tapi mampu melengkapi data primer atau penunjang yang berhubungan dengan permasalahan penelitian sumber data sekunder. Sumber data sekunder ini di dapat melalui data tertulis seperti di peroleh dari dokumen-dokumen, catatan-catatan tertulis, laporan-laporan tertulis dan keterangan-keterangan informasi yang data tersebut berkenaan dengan Strategi pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sebagai objek daya tarik wisata

Penentuan Informan penelitian atau pengambilan sampel (*sampling*) berbagai macam cara yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu random sampel (*probability sampling*), dan non random sampel (*non-probability sampling*). Pada *probability sampling* memiliki sub-sub lain yaitu pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*), pengambilan sampel acak sistematis (*systematic random sampling*), pengambilan sampel acak berstrata (*stratified random sampling*), dan pengambilan sampel acak berdasarkan area (*cluster random sampling*), dan teknik pengambilan acak bertingkat (*multi stage sampling*). Dan *non-probability sampling* pun memiliki sub-sub diantaranya Purposive Sampling, Snowball Sampling, accidental sampling, quota sampling, dan teknik sampel jenuh.

Pada penelitian ini peneliti memilih teknik penentuan informan dengan teknik *non-probability sampling* dengan memilih sub purposive sampling dan snowball sampling.

Informan dalam penelitian ini dipilih karena paling banyak mengetahui tentang strategi pelestarian objek wisata dalam mewujudkan pelestarian pariwisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) yang ada di desa maria kecamatan wawo. Informan adalah orang-orang yang benar-benar mengetahui dan terlibat langsung dengan fokus permasalahan sehingga peneliti dapat merangkum informan yang penting dalam fokus penelitian.

Dengan melihat karakter informasi tersebut, maka dalam penelitian ini belum dapat diketahui jumlah informan yang dibutuhkan karena tergantung pada perkembangan dilapangan. Namun pada awal penelitian telah ditetapkan beberapa informan yang menurut peneliti orang-orang yang terlibat langsung dan mengetahui tentang Strategi Pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) Sebagai Objek Daya Tarik Wisata Di Desa Maria Kecamatan Wawo upaten Bima yaitu : kepala dinas

pariwisata . Bima, Kepala Desa , Sekretaris Desa, Perangkat Desa, dan Tokoh Masyarakat.

A. Analisis Data

Adapun proses dalam menganalisis data pada penelitian kualitatif yaitu mengacu pada model Miles dan Huberman, yaitu:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan hanya memfokuskan pada hal-hal yang penting sesuai dengan tema dan apa yang akan diteliti

2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchat dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penyimpulan data

Kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara, dan masih bisa berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian kesimpulan pada penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini Strategi Pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) (Rumah Adat Bima) sebagai Objek Daya Tarik wisata akan di analisis dengan menggunakan 4 indikator sebagai berikut :

1. Perencanaan

Dalam pelestarian wisata perencanaan merupakan hal yang paling penting, karena perencanaan akan mendefinisikan tujuan organisasi, serta melestarikan rencana organisasi. Pemerintah upaten Bima dalam melaksanakan strategi pelestarian wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) dalam bentuk 2 program besar yaitu :

a. Program Pelestarian pemasaran Pariwisata

Pada program penembangan pariwisata pemerintah upaten bima fokus melaksanakan promosi dan pemasaran obyek pariwisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media masa.

Salah satu langkah kongkrit pemerintah kanbupaten bima adalah mempromosikan objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) melalui surat ar local maupun radio untuk menarik pengunjung wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) di Kecamatan Wawo upaten Bima.hal tersebut seperti di ungkapkan oleh kepala bidang pemasaran dinas pariwisata Kupaten Bima bahwa:

“strategi pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sebagai objek daya tarik wisata yang pemerintah upaten bima lakukan dalam bentuk merumuskan program pelestarian pemasaran pariwisata melalui media cetak dan elektronik sehingga wisatawan yang datang berkunjung di upaten bimabisa mengetahui keberadaan pariwisata budaya Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sebagai rumah adat bima yang sudah di wariskan secara turun temurun”.(sumber : hasil wawancara pada tanggal 14/02/2019))

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa strategi penembangan wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) yang dilakukan pemerintah upaten bima yaitu dengan menyiapkan program pelestarian pemasaran pariwisata baik melalui media cetak maupun media elektronik.Hal tersebut di lakukan agar wisatawan yang datang berkunjung di upaten bima bisa mengetahui keberadaan pariwisata budaya Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sebagai rumah adat bima adalah warisan dari leluhur.

b. Program Pelestarian Destinasi Pariwisata

Program pelestarian destinasi pariwisata yang diantaranya berfokus padapelestarian dari segi fisik, pelestarian ini sangat perlu dilakukan karena segi fisik adalah gambaran nyata dimana kita dapat menilai suatutempat dengan melihat dengan jelas bentuk dan segala sesuatu secara nyata.

Staf atau kepegawaian yang ada BidangPelestarian Kepariwisataankatakan :

“yang akan kami lakukan terhadap objek wisata yang ada upaten bima yaitu kami akan melakukan perbaikan sebelum kami memasarkan wista yang ada di upaten bima termasuk objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) karena itu sudah tugas pariwisata, Kita lebih banyak memfasilitasi seperti sarana dan prasarana salah satu yang kami lakukan ialah dalam bentuk perbaikan pagar Uma Lengge (Rumah Adat Bima), membuatkan jalan di kawasan Uma Lengge (Rumah Adat Bima), pelestarian dan wasilitas-wasilitas lain seperti Toilet,

panggung kesenian dan lain-lain” (sumber : hasil wawancara pada tanggal 14/02/2019).

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang di peroleh dapat diketahui bahwa pemerintah upaten bima akan melakukan program penegmbangan fisik wisata terhadap objek wisata yang ada di upaten bima salah satunya objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) pemerintah upaten bima akan melakukan perbaikan sebelum measarkan objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sendiri dalam bentuk perbaikan pagar Uma Lengge (Rumah Adat Bima), membuat jalan di kawasan Uma Lengge (Rumah Adat Bima), pelestaria, dan fasilitas-fasilitas lain.

2. Pelaksanaan kebijakan

Dari beberapa program yang telah di rencanakan oleh pemerintah upaten Bima seperti :

- a. Program pelestarian pemasaran pariwisata
- b. Program pelestarian destinasi pariwisata

Dalam beberapa program diatas pemerintah upaten bima melaksanakan program tersebut dalam bentuk kegiatan festival budaya dalam kurung waktu 1 tahun sekali dan mempromosikan Uma Lengge (Rumah Adat Bima) di Media Sosial dalam bentuk foto dan Mengenai kesejaran Uma Lengge (Rumah Adat Bima).

Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Kepala Dinas Pariwisata upaten Bima yang mengatakan :

“Uma Lengge adalah rumah yang secara turun temurun sudah ada. Beberapa kebijakan dalam program tersebut yang kita lakukan untuk pelestarian kawasan wisata antara lain kita melakukan promosi di media sosial. Promosi yang kami maksud yaitubahwa Bima khususnya di Kecamatan Wawo memiliki warisan Leluhur yaitu Uma Lengge (Rumah Adat Bima) dengan cara melampirkan foto dan kesejarahan Uma Lengge (Rumah Adat Bima) di media sosial” (sumber : hasil wawancara pada tanggal 18/02/2019).

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang di peroleh dapat diketahui bahwa pemerintah upaten bima melaksanakan program tesebut dengan cara mempromosikan Foto dan Kesejarahan Uma Lengge (Rumah Adat Bima) di media sosial supaya public bisa mengetahui bahwa Uma Lengge (Rumah Adat Bima) adalah warisan dari leluhur orang Bima, selain mempromosikan Uma Lengge (rumah Adat Bima) pemerintah upaten Bima juga melakukan Peningkatan SDM wisata dengan melakukan pelatihan-pelatihan buat pemandu wisata

dan pengelola wista Uma Lengge (Rumah Adat Bima)

3. Tujuan

Tujuan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata upaten Bima menggambarkan arah strategi dan perbaikan-perbaikan yang ingin diciptakan. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata upaten Bima dalam melestarikan kawasan obyek wisata adalah sebagai berikut :

Tujuan :

1. Meningkatnya kapasitas sumber daya dan sarana prasarana aparatur.
2. Meningkatkan citra pariwisata didalam dan luar negeri.
3. Menciptakan produk pariwisata khas bima yang komparatif dankompetitif.
4. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.
5. Melestarikan sektor unggulan pariwisata dan kawasan terpadu.
6. Meningkatnya kapasitas sumber daya kebudayaan dan kepariwisataan.
7. Mendorong peran serta masyarakat dalam pelestariankebudayaan dan pariwisata.

Pada dasarnya tujuan pelestarian setiap kawasan wisata yang ada di upaten Bima khususnya kawasan obyek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) (Rumah Adat Bima) memberikan manfaat atau keuntungan bagi pemerintah, wisatawan dan terutama warga/masyarakat setempat. Dengan pelestarian yang dilakukan memberikan manfaat yang sangat besar terutama masyarakat setempat melalui peningkatan ekonomi yang mereka dapatkan.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Kepala Dinas Pariwisata upaten Bima yang menyatakan :

“Sesungguhnya ketika kawasan-kawasan wisata dikembangkan maka perekonomian masyarakat kecil yang bergerak. Coba adik lihat di pantai Lariti disitu kan banyak masyarakat kecil yang tadinya tidak mempunyai pekerjaan akhirnya dia bisa menjual, jadi UMKM hidup tumbuh dan memiliki lahan untuk membuka usaha” (sumber : hasil wawancara pada tanggal 18/02/2019).

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang di peroleh dapat dijelaskan bahwa pelestarian yang dilakukan Dinas Pariwisata upaten Bima selain untuk melestarikan kawasan wisata jugadapat menunjang perekonomian masyarakat kecil sehingga pelestarian yang dilakukan sangat bermanfaat bagi pemerintah, wisatawan dan

terutama masyarakat perekonomian kecil dimana mereka dapat menumbuhkan pendapatan ekonomi mereka.

4. Sarana dan prasarana

Sarana merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatawannya. Sedangkan prasarana adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan perjalanan di daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lainnya.

Adapun sarana dan prasarana yang ada di kawasan Wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) :

- a. Akses jalan
Akses jalan menuju lokasi kawasan wisata dalam bentuk jalan beraspal dengan kondisi jalan cukup baik akan tetapi karena jalannya berada tepat tengah pemukiman penduduk jelas akan mengganggu aktivitas masyarakat setempat.
- b. Tempat Parkir
Sarana tempat parkir kawasan Wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) belum optimal karena tempat parkir yang ada di kawasan objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) belum ada tempat parkir yang digunakan untuk parkir kendaraan pengunjung, tempat parkir yang digunakan sekarang adalah tanah milik warga yang ada di kawasan Uma Lengge (Rumah Adat Bima).
- c. Listrik dan Air
Untuk Listrik atau pencahayaan sudah ada akan tetapi belum maksimal dan untuk air bersihnya belum mencukupi.
- d. Akses Komunikasi
Sistem komunikasi jaringan telepon dan akses telekomunikasi cukup baik.
- e. Fasilitas Kesehatan
Karena lokasi Uma Lengge (Rumah Adat Bima) berada di Desa Maria untuk Fasilitas kesehatan berupa puskesmas atau rumah sakit sudah ada karena di Desa Maria terdapat Puskesmas Wawo akan tetapi untuk Wc umum yang berada di Wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sendiri masih kurang karena hanya ada 2 kamar wc saja yang berada di sana.
- f. Sistem Keamanan dan Penyelamatan
Sistem Keamanan dan Penyelamatan dalam kawasan Wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sudah ada.

Dari penjelasan diatas, beberapa sarana dan prasarana yang ada di kawasan objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) belum memadai seperti

tempat parkir, akses jalan, dan fasilitas kesehatan. Secara umum sarana dan prasarana adalah alat penunjang keberhasilan suatu proses upaya yang dilakukan di dalam pelayanan publik, karena apabila kedua hal ini tidak tersedia maka semua kegiatan yang dilakukan tidak akan dapat mencapai hasil yang diharapkan sesuai dengan rencana.

Faktor Pendukung dan Penghambat Pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) (Rumah Adat Bima)

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung adalah faktor-faktor yang mendukung keberhasilan dalam pelestarian pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian, berikut merupakan faktor-faktor pendukung dalam pelestarian pariwisata pariwisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) :

1) Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor yang mendukung pelestarian pariwisata yang ada di upaten Bima. Promosi tempat wisata daerah merupakan kegiatan dari para perilaku ekonomi di lokasi perekonomian tertentu yang memiliki potensi tempat wisata yang menarik. Potensi tersebut dapat berupa keindahan alam yang menonjol, kekayaan budaya yang unik, situs tempat yang bersejarah, even pesta budaya dan keagamaan, serta potensi pusat-pusat kegiatan ekonomi.

Promosi yang dilakukan pemerintah upaten Bima sudah memberikan dampak yang baik bagi masyarakat salah satunya promosi yang dilakukan ialah membuat pembukuan seperti majalah wisata dan mempromosikan lewat situs-situs website sudah membuahkan hasil, sekarang sudah banyak wisatawan dari luar daerah maupun luar negeri yang datang mengunjungi pariwisata yang ada di upaten Bima salah satunya Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sendiri.

2) Kuatnya komitmen dari Pemerintah upaten Bima untuk meningkatkan pelestarian Pariwisata. Komitmen yang kuat dari Pemerintah upaten Bima untuk meningkatkan pelestarian pariwisata yang ada di upaten Bima terlihat dari visi dan misinya, yaitu melalui "3 Shinning" (Pariwisata, Pertanian Organik, dan Pendidikan). Dari sini bisa disimpulkan bahwa pariwisata termasuk salah satu sektor yang ingin diunggulkan oleh Pemerintah upaten Bima. Selain hal ini, komitmen Pemerintah Kota Bima juga terlihat dari sinergisnya antar SKPD terkait, yakni Bappeda Kota Bima dan Dinas Pariwisata upaten Bima dalam membuat

program-program untuk peningkatan pariwisata di upaten Bima .

- 3) Daya tangkap masyarakat yang positif terhadap pelestarian pariwisata upaten Bima.

Hal ini setara yang dikatakan oleh Kepala dinas Pariwisata upaten Bima :

“Kita melakukan promosi melalui google, sosial media maupun lain sebagainya. Kemudian kami juga melalui buku-buku panduan wisata semacam buku-buku kepariwisataan yang di tentukan oleh PEMDA dan disitu bukan hanya Uma Lengge (Rumah Adat Bima) saja tetapi semua Unsur pariwisata yang ada dalam upaten Bima”.(sumber : hasil wawancara pada tanggal 18/02/2019)

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang di peroleh dapat diketahui bahwa salah satu pendukung pelestarian objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) yaitu dengan melakukan promosi di sosial media maupun media cetak yaitu dengan melakukan pembuatan buku kepariwisataan yang ditentukan oleh PEMDA dan di buku itu bukan hanya Uma Lengge (Rumah Adat Bima) saja yang ada di buku pariwisata tersebut melainkan semua unsure pariwisata yang ada di upaten Bima.

b. Faktor Penghambat

Semua kegiatan pembangunan, tidak akan pernah terlepas dari hal-hal yang menghambatnya. Dalam pelestarian pariwisata di upaten Bima, sudah dapat dikatakan cukup baik, melihat upaten Bima memiliki tempat wisata yang cukup banyak . Hal ini karena didukung oleh kuatnya komitmen dari Pemerintah upaten Bima untuk meningkatkan pelestarian pariwisata dan daya tangkap masyarakat yang positif terhadap pelestarian pariwisata di upaten Bima. Namun dari hal tersebut, juga masih ditemukan faktor penghambat di dalamnya. Berikut merupakan faktor yang menjadi penghambat pelestarian pariwisata:

1. Kesadaran Masyarakat

Pemerintah upaten Bima menekankan kepada masyarakat betapa pentingnya sadar wisata dalam rangka memajukan objek wisata di daerah itu sendiri. Pelestarian wisata itu identik dengan sadar wisata, artinya jangan ada lagi pungutan liar yang ada di lokasi wisata yang membuat resah atau tidak betah bagi para pengunjung untuk itu diperlukan kesadaran masyarakat itu sendiri.

Kesadaran masyarakat di pariwisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima), masyarakat belum sadar bahwa Uma Lengge (Rumah Adat Bima) ini bisa menjadi aset wisata yang sangat bagus buat pendapatan asli Desa dan Pendapatan asli Daerah

sendiri, karena Pariwisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) ini masih milik pribadi Masyarakat jadi pemerintah tidak berani untuk melakukan intervensi terlalu jauh terhadap Pariwisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) Ini.

Kepegawaian atau staf Dinas Pariwisata upaten Bima yang ada di Bidang Pelestarian Kepariwisataan mengatakan :

“Penghambatnya masyarakat itu sendiri, masyarakat belum sadar bahwa lengge itu suda sejak lama menjadi asset wisata yang bagus bagi Desa Maria khususnya bagi Masyarakat Kecamatan Wawo, penghambatnya yaitu Masyarakat sendiri belum betul-betul menyadari bahwa Uma Lengge (Rumah Adat Bima) ini bisa menjadi asset Desa kemudian menjadi sumber asli pendapatan desa dan asli pendapatan daerah”(sumber : hasil wawancara pada tanggal 14/02/2019).

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang di peroleh dapat diketahui bahwa penghambat dari pelestarian Objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) yaitu masyarakatnya sendiri, karena masyarakat belum sadar bahwa Uma Lengge (Rumah Adat Bima) bisa menjadi asset wisata yang bagus bagi upaten Bima Khususnya bagi Desa Maria dan Masyarakat Kecamatan Wawo, selain itu masyarakat sendiri belum sadar bahwa dengan adanya Uma Lengge (Rumah Adat Bima) ini bisa menjadi sumber asli pendapatan Desa dan asli Pendapatan Daerah.

2. Anggaran

Permasalahan Anggaran. Anggaran yang dikeluarkan pemerintah upaten Bima dirasa masih kurang untuk pelestarian pariwisata di upaten Bima. Permasalahan ini dapat menyulitkan inovasi pelestarian pariwisata di upaten Bima. Hal ini dikarenakan Pemerintah Batu mengutamakan program-program yang lebih penting untuk di danai.

Kepala Sub-Bagian Program dan Pelaporan mengatakan :

“Kendala yang kita hadapi yang pertama anggaran, anggaran kita masih sedikit karena prioritas pariwisata masih di urutan sekian jadi urutan pertama bagi pemerintah daerah ini yaitu pendidikan tetapi kita tidak patah semangat karena misalnya kita tidak di kasih anggaran banyak untuk mengelola pariwisata tapi kita nggak gitu kita tetap berusaha salah satu cara kami yaitu meminta atau membuat proposal di Kementrian Desa, Kementrian Pariwisata

termasuk di kebudayaan kita slalu berkomunikasi dan selalu di apresiasi sama mereka salah satu contohnya walaupun ini di luar konteks uma lengge ya, salah satunya jembatan yang ada di Pantai Lariti kami mendapatkan dananya dari Kementrian Desa".(sumber : hasil wawancara pada tanggal 14/02/2019)

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang di peroleh dapat diketahui bahwa salah satu kendala yang dihadapi pemerintah upaten bima yaitu masalah anggaran karena proritas pariwisata masih di urutan sekian bagi pemerintah daerah akan tetapi pemerintah upaten Bima tidak patah semangat Dinas Pariwisata upaten Biima melakukan pembuatan proposal di berbagai kementrian salah satunya Kementrian Desa.

Simpulan

Berdasarkan hasil kajian dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) yang dilakukan oleh beberapa pihak adalah :
 - a. Adanya upaya pelestarian yang nyata dari pihak pemerintah dalam menjaga dan memotivasi masyarakat untuk ikut melestarikan objek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) yang diarahkan sebagai objek wisata da sebagai sumber belajar.
 - b. Implementasi kebijakan pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) menurut Dinas Pariwisata upatan Bima diantaranya: program dan kegiatan peningkatan kualitas sumber daya manusia, aparatur, masyarakat dan pemangku kepentingan, program dan kegiatan pelestarian industri budaya dan pariwisata yang professional, program dan kegiatan pelestarian citra destinasi unggulan, pemantapan pasar wisata konvensional dan pelestarian pasariwisata baru, dan program dan kegiatan peningkatan peran serta masyarakat dalam pembangunan kebudayaan dan pariwisata.
 - c. Tujuan dalam pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata upaten Bima dalam melestarikan kawasan obyek wisata adalah sebagai berikut : meningkatnya kapasitas sumber daya dan sarana prasarana aparatur, meningkatkan citra pariwisata didalam dan luar negeri,

menciptakan produk pariwisata khas bima yang komparatif dan kompetitif, meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, melestarikan sektor unggulan pariwisata dan kawasan terpadu, meningkatnya kapasitas sumber daya kebudayaan dan kepariwisataan, dan mendorong peran serta masyarakat dalam pelestarian kebudayaan dan pariwisata.

- d. Sarana dan Prasarana yang ada di kawasan Wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) diantaranya: akses jalan menuju Uma Lengge (Rumah Adat Bima), tempat parkir di kawasan Uma Lengge (Rumah Adat Bima), listrik dan air, akses komunikasi seperti jaringan, fasilitas kesehatan dan sistem keamanan dan penyelamatan.
2. Faktor Pendukung dan Penghambat
 - 1) Faktor penghambat
 - a) Aspek Masyarakatnya : mereka belum bergerak untuk berpikir bagaimana caranya agar Uma Lengge (Rumah Adat Bima) ini menjadi sebuah prodak wisata, sehingga pemerintah sendiri tidak berani jauh menginterfensi Uma Lengge (Rumah Adat Bima) ini karena Uma Lengge (Rumah Adat Bima) ini masih milik pribadi masyarakat. Masyarakat sendiri belum sadar bahwa Uma Lengge (Rumah Adat Bima) bisa menjadi asset Desa kemudian menjadi sumber asli pendapatan desa dan asli pendapatan daerah.
 - b) Aspek Anggaran: Jika kita melihat dalam penelitian ini besaran anggaran pariwisata yang ada di upaten Bima masih rendah, hal yang wajar promosi pariwisata yang ada di upaten Bima belum mampu memberikan kontribusi maksimal terhadap pertumbuhan pariwisata.
 - c) Belum tersedianya fasilitas pendukung disekitar obyek wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima) seperti wisata kuliner yang berasal dari Bima dan memilih beragam kuliner yang sangat khas dari Bima.
 - 2) Faktor pendukung

Dalam pelestarian Uma Lengge (Rumah Adat Bima) diantaranya:

 - a) Promosi yang dilakukan pemerintah upaten Bima sudah memberikan dampak yang baik bagi masyarakat, kuatnya komitmen dari Pemerintah upaten Bima untuk meningkatkan pelestarian pariwisata, daya tangkap masyarakat yang positif terhadap pelestarian pariwisata upaten Bima.

- b) Adanya peningkatan pengunjung wisata, karena wawo punya kouw industry tenun yang akan digunakan untuk memeriahkan wisata Uma Lengge (Rumah Adat Bima).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terkait dengan pelestarian obyek wisata, maka adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Pemerintah diharapkan menyediakan lahan khusus untuk melestarikan Uma Lengge (Rumah Adat Bima) sebagai hasanah budaya objek wisata yang berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah..
2. Pemerintah desa seharusnya mempunyai lahan sendiri buat penanaman rumput alang-alang sebagai bahan pembuatan atap Uma Lengge (Rumah Adat Bima) dalam upaya mengurangi pengiriman alang-alang dari desa lain sehingga bisa menjadi mata pencaharian bagi masyarakat Desa Maria atau Masyarakat Kecamatan Wawo..
3. Adanya sarana dan prasarana yang cukup bagi pengunjung seperti air dan wc, sehingga pariwisataawan tertarik mengunjungi Uma Lengge (Rumah Adat Bima), namun masih Fasilitas Umum.
4. Pemerintas desa seharusnya menyiapkan wisata kuliner, karena Belum adanya wisata kuliner sebagai obyek mendukung sarana untuk menunjang seperti masakan khas bima.

Daftar Pustaka

[1] Afsari, Khairunisa Nurfadilah (2017), Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran, Universitas Lampung, Bandar Lampung.

[2] Dian, Masega Latief Mukti, dkk, Strategi Pengembangan Kawasan Barat Sungai Brantas Kota Kediri Sebagai Destinasi Pariwisata Daerah Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Di Kawasan Objek Wisata Selomangleng Kota Kediri), Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.

[3] Dwi, Febrianti Cahya, dkk, Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokero), Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang,

[4] Thoha, Miftah (2008), Ilmu Administrasi Kontemporer, Jakarta : Prenadamedia Grop.

[5] Mukhsin, Dadan (2015), Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung (Studi Kasus Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya), Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota- Fakultas Teknik - Universitas Islam Bandung, (2015)

[6] Rahmat (2014), Manajemen Startegik, (Bandung: Pustaka Setia)..

[7] Sugiyono (2017), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta).

[8] Undang-Undang No.9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan

[9] Zaenuri, Muchamad (2014), Mengelola Pariwisata-Bencana: Perlunya Perubahan Paradigma Pengeloaan Pariwisata Dari Adaptive Governance Menuju Collaborative Governance, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, (Juli 2014).

Artikel/Modul/Diktat

[1] www.google.com/daya-tarik-wisata

[2] <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/609>

[3] <https://www.neliti.com/id/journals/jurnal-administrasi-publik-mahasiswa-universitas-brawijaya>

[4] <https://developmentcountry.blogspot.com/2009/12/definisi-pengembangan.html>

[5] <https://www.bospedia.com/2018/05/pariwisata.html>

[6] <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/konsep-strategi-definisi-perumusan.html>

[7] <https://pesonawisatabima.wordpress.com/obyek-dan-daya-tarik-wisata/wisata-sejarah/uma-lengge-desa-maria-kecamatan-wawo/>

[8] <http://kabarentebe.blogspot.com/2012/07/sejarah-filosofi-dan-arsitektur-uma.html>

[9] <https://wisatasubulussalam.wordpress.com/2017/08/23/pengertian-wisata-secara-umum/>