

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Administrasi Pembangunan

Administrasi pembangunan meliputi dua pengertian, yaitu : pertama administrasi dan kedua, tentang pembangunan. Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan keputusan-keputusan yang telah diambil dan dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Menurut Siagian (2012:2) pembangunan didefinisikan sebagai suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara, dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation building*).

Secara sederhana, pembangunan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk membuat sesuatu yang sebelumnya sudah ada menjadi lebih baik lagi. Sehingga dengan kata lain, pembangunan merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk menuju ke arah yang lebih baik lagi. Administrasi pembangunan dinilai cocok untuk diterapkan pada negara yang sedang berkembang, dengan masyarakatnya yang baru berkembang pula. Sementara itu, administrasi Pembangunan memiliki ruang lingkup atau batasan. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjokromidjodjo (2016:15) yang menjelaskan bahwa terdapat ruang lingkup dalam administrasi pembangunan, yaitu:

- a. Pertama, penyempurnaan atas administrasi negara yang terdiri dari:

- 1) Kepemimpinan, koordinasi dan pengawasan.
 - 2) Administrasi fungsional kepegawaian, keuangan, sarana-sarana lain dan pelebagaan dalam arti sempit.
- b. Kedua, penyempurnaan atas administrasi perencanaan dan pelaksanaan pembangunan, yang terdiri dari:
- 1) Proses perumusan kebijaksanaan-kebijaksanaan dan program-program pembangunan
 - 2) Tata pelaksanaannya secara efektif

Berdasarkan ruang lingkup administrasi pembangunan diatas, dengan kata lain di dalam Administrasi pembangunan terkandung dua fungsi. Pertama sebagai Pembangunan Administrasi (*The development of administration*) yang berkaitan dengan organisasi dan lembaga yang terkait. Kedua, sebagai administrasi pembangunan (*The administration of Development*) yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan serta program-program pembangunan. Kedua ruang lingkup tersebut, pada dasarnya berkaitan antara satu sama lain dan juga saling melengkapi untuk mencapai suatu perubahan-perubahan.

2.2. Definisi Pariwisata

Pariwisata sebagai antisipasi perkembangan dunia pariwisata yang telah mengglobal sifatnya. Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu :

1. 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 jangka waktu sementara.

2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin
5. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
7. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Guyer-Freuler (dalam pendit 2014:38) menjelaskan pengertian pariwisata merupakan fenomena kebutuhan akan kesehatan dan pergantian suasana, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan khususnya

bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan.

Selain itu, para ahli juga banyak memberikan penjelasan dan pengertian mengenai pariwisata. Menurut Suwanto (dalam Kurniawan 2015:13) mengatakan bahwa

“hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.”

Sedangkan menurut Spillane (dalam Wahid 2015:32) menjelaskan bahwa “pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.” Selain itu juga menurut World Tourism Organization (WTO) (dalam Wahid 2015:44) menjelaskan “pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya.”

Dari penjelasan diatas disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan

yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok secara sukarela dan bersifat sementara dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi menikmati objek dan daya tarik wisata serta tidak bermaksud mencari nafkah di daerah yang dikunjungi serta mendapat pelayanan dari usaha jasa pariwisata. Pada intinya terdapat beberapa faktor penting yang harus ada dalam pengertian pariwisata. Faktor-faktor tersebut diantaranya menurut Oka (2017 : 14) yaitu

- a. Perjalanan tersebut dilakukan untuk sementara waktu.
- b. Perjalanan tersebut dilakukan dari satu tempat ke tempat lainnya.
- c. Perjalanan tersebut apapun bentuknya harus selalu dikaitkan dengan tamasya atau rekreasi.
- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

Dari faktor diatas menjelaskan bahwa pendapat ini bertitik tolak dari pemikiran bahwa setelah urusan dinas selesai, maka sebagian waktunya dapat digunakan untuk melihat atau menyaksikan objek dan atraksi wisata di tempat yang dikunjungi. Pada akhirnya timbul istilah wisata bisnis yaitu kegiatan wisata yang dilakukan setelah tujuan berusaha atau bisnis selesai dengan cara menggunakan sebagian besar waktunya untuk mengunjungi tempat-tempat wisata atau atraksi wisata di tempat yang dikunjungi. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan dan tinggal untuk sementara waktu bagi

orang-orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan bersenang-senang atau rekreasi atau tujuan lainnya seperti kegiatan bisnis, kesehatan dan pendidikan.

Menurut Wahab (2014 : 11) manfaat pariwisata dalam pembangunan ialah:

1. Pariwisata adalah faktor penting untuk menggalang persatuan bangsa yang rakyatnya memiliki daerah yang berbeda, dialek, adat istiadat dan cita rasa yang beraneka ragam.
2. Pariwisata menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi, karena kegiatannya mendorong perkembangan beberapa sector ekonomi nasional misalnya:
 - a. Meningkatkan urbanisasi karena pertumbuhan terus pembangunan dan pembaharuan fasilitas wisata, prasarana dan suprasarana pariwisata.
 - b. Menggugah industri-industri baru yang berkaitan dengan jasa-jasa wisata lainnya: transportasi, akomodasi (hotel, motel, pondok, dll) yang memerlukan perluasan industri seperti peralatan hotel dan kerajinan tangan.
 - c. Menambah permintaan akan hasil-hasil pertanian karena bertambahnya pemakaian.
 - d. Memperluas pasar barang-barang lokal.
 - e. Menunjang pendapatan Negara dengan valuta asing sehingga mengurangi defisit di dalam neraca pembayaran dan dengan demikian memajukan perekonomian nasional.
 - f. Memberi dampak positif pada tenaga kerja di Negara itu, karena pariwisata memperluas lapangan kerja baru.

- g. Membantu pembangunan daerah-daerah terpencil dalam suatu Negara jika daerah itu memiliki daya tarik pariwisata.
3. Pariwisata internasional sangat berguna sebagai sarana. Untuk meningkatkan saling pengertian internasional dan sebagai penenang dalam ketegangan-ketegangan politik.
 4. Pariwisata juga berperan meningkatkan kesehatan. Pergantian tempat dan iklim serta menjauhkan diri dari segala kehidupan rutin sehari-hari, semua ini akan menambah daya tahan dan sangat menurunkan ketegangan syaraf.

Perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi menurut UU No. 9 tahun 2009 tentang Pariwisata disebut sebagai objek dan daya tarik wisata. Sedangkan menurut Helmut (2011 : 14) mengungkapkan bahwa

“objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber-sumber baik alamiah maupun buatan manusia, seperti keindahan alam/pegunungan, pantai, flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumen-monumen, candi-candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya.”

Kepariwisata menggambarakan beberapa bentuk perjalanan untuk memperoleh berbagai tujuan dan memuaskan berbagai macam keinginan.

1. Menurut jumlah orang yang bepergian :
 - a. Pariwisata Individu, yaitu hanya seorang atau satu keluarga yang bepergian.
 - b. Pariwisata Rombongan, yaitu sekelompok orang yang biasanya terikat oleh hubungan-hubungan tertentu kemudian melakukan perjalanan bersama-sama.

2. Menurut maksud bepergian :

- a. Pariwisata Rekreasi atau Pariwisata Santai, yaitu pariwisata dengan maksud kepergian untuk memulihkan kemampuan fisik dan mental setiap peserta wisata dan memberikan kesempatan rileks bagi mereka dari kebosanan dan keletihan kerja selama di tempat rekreasi.
- b. Pariwisata Budaya, yaitu pariwisata yang bermaksud untuk memperkaya informasi dan pengetahuan tentang negara lain dan untuk memuaskan kebutuhan hiburan. Dalam hal ini termasuk pula kunjungan ke pameran-pameran dan fair, perayaan-perayaan adat, tempat-tempat cagar alam, cagar purbakala dan lain-lain.
- c. Pariwisata Pulih Sehat, yaitu yang memuaskan kebutuhan perawatan medis di daerah atau tempat lain dengan fasilitas penyembuhan. Misalnya : sumber air panas, tempat-tempat kubangan lumpur yang berkhasiat, perawatan dengan air mineral yang berkhasiat dan lain-lain. Pariwisata ini memerlukan persyaratan tertentu antara lain kebersihan, ketenangan, dan taraf hidup yang pantas.
- d. Pariwisata Sport, yaitu pariwisata yang akan memuaskan hobi orang-orang, seperti memancing, berburu binatang liar, menyelam ke dasar laut, bermain ski, bertanding dan mendaki gunung.
- e. Pariwisata Temu Wicara, yaitu pariwisata konvensi yang mencakup pertemuan-pertemuan ilmiah, seprofesi dan bahkan politik. Pariwisata sejenis ini memerlukan tersedianya fasilitas pertemuan di negara tujuan dan

faktor-faktor lain yang penting seperti letak yang strategis, tersedianya transportasi yang mudah, iklim yang cerah dan sebagainya.

3. Menurut alat transportasi :

- a. Pariwisata Darat
- b. Pariwisata Tirta
- c. Pariwisata Dirgantara

4. Menurut letak geografis :

- a. Pariwisata Domestik Nasional, yang menunjukkan arus wisata yang dilakukan oleh warga dan penduduk asing yang bertugas di sana, yang terbatas dalam suatu negara tertentu.
- b. Pariwisata Regional, yaitu kepergian wisatawan terbatas pada beberapa negara yang membentuk suatu kawasan pariwisata.
- c. Pariwisata Internasional, yang meliputi gerak wisatawan dari suatu negara ke negara lain di dunia

2.3 Komponen Pokok Kegiatan Pariwisata

Kegiatan pariwisata dalam faktor-faktor penilaian daya tarik wisata menurut pembagian yang dilakukan oleh beberapa ahli pariwisata dalam penelitian yang telah dilakukan menurut Inskeep (2012 : 67) mengemukakan bahwa komponen pembentuk pariwisata yaitu:

- a. Atraksi dan kegiatan, dapat bersumber pada alam maupun budaya.
 - 1. Alam : iklim, pemandangan indah, laut dan pantai, flora dan fauna, taman dan kawasan lindung.
 - 2. Budaya : arkeologi, sejarah dan tempat-tempat budaya, pola budaya yang khas, seni dan kerajinan tangan, daya tarik aktivitas ekonomi, daya tarik perkotaan, museum dan fasilitas budaya lainnya, festival budaya, ramah tamah kenegaraan.

3. Khusus : taman nasional, taman hiburan, sirkus, shopping, pertemuan, konferensi dan konvensi, even-even khusus, *gambling casino*, tempat hiburan, olah raga dan rekreasi.
- b. Akomodasi, berupa hotel, motel, cottages dan pondok wisata.
- c. Fasilitas dan pusat pelayanan, dapat berupa pusat informasi dan pusat kerajinan.
- d. Infrastruktur meliputi telepon, faksimili, teleks, listrik, air bersih, sistem pembuangan air kotor dan sistem pembuangan sampah.
- e. Sarana dan prasarana transportasi meliputi jalan, pelabuhan, kereta api, dan kendaraan roda empat.
- f. Kebijakan pemerintah atau badan hukum dan atau peraturan-peraturan yang berkaitan dengan pariwisata baik itu dari pemerintah maupun dari swasta.

Selanjutnya menurut Diarta (2011 : 269) mengemukakan bahwa komponen pariwisata diklasifikasikan kedalam empat kategori besar yaitu :

- a. Sumber daya alam, meliputi iklim, bentuk lahan, flora, fauna, sungai, pantai, pemandangan alam, sumber mata air, sanitasi dan lain sebagainya.
- b. Infrastruktur, meliputi jaringan air bersih, air limbah, gas, listrik dan telepon, drainase, jalan raya, rel kereta api, bandara, stasiun kereta api, terminal, resort, hotel, motel, restoran, pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan, museum, pertokoan dan infrastruktur lainnya.
- c. Transportasi, meliputi kapal laut, pesawat terbang, kereta api, bus dan fasilitas transportasi lainnya.
- d. Keramahtamahan dan budaya setempat, diwujudkan dalam bentuk sikap ramah tamah dan sopan santun penduduk setempat dalam menerima wisatawan. Dalam hal ini yang termasuk kedalam sumber daya budaya meliputi seni, sejarah, musik, tari-tarian, drama, festival, pameran, pertunjukan, peristiwa spesial, museum dan *art gallery*, *shopping*, olahraga dan aktivitas budaya lainnya.

Kemudian menurut Pendit (2014 : 30) mengemukakan bahwa komponen pariwisata meliputi :

- a. Politik pemerintah, yaitu sikap pemerintah dalam menerima kunjungan wisatawan ke negaranya. Unsur ini terdiri dari 2 bagian yaitu politik pemerintah yang langsung yaitu politik yang langsung mempengaruhi perkembangan pariwisata di Negara tersebut, dan politik pemerintah yang

tidak langsung, yaitu keadaan atau kondisi sosial, ekonomi dan politik yang secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan pariwisata.

- b. Perasaan ingin tahu. Dasar yang paling hakiki yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang selalu ingin mengetahui segala sesuatu selama hidupnya.
- c. Sifat ramah tamah yang merupakan faktor potensial dalam pengembangan pariwisata.
- d. Jarak dan waktu (aksesibilitas). Ketepatan, kecepatan dan kelancaran merupakan hal yang dapat mengurangi waktu tempuh yang dipergunakan.
- e. Daya tarik, merupakan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Daya Tarik ini meliputi panorama keindahan alam, gunung, lembah, ngarai, gua, danau, air terjun, pantai, iklim dan lain sebagainya.
- f. Akomodasi, merupakan unsur yang dengan sendirinya dibutuhkan dan merupakan rumah sementara bagi para wisatawan. Akomodasi ini meliputi hotel, penginapan melati, mess, griyawisata, losmen, pondok remaja dan perkemahan.
- g. Pengangkutan. Syarat-syarat tertentu dalam pengangkutan meliputi jalan yang baik lalu lintas yang lancar, alat yang cepat.
- h. Harga-harga. Dalam menentukan harga-harga, baik itu ongkos transportasi, akomodasi, *souvenir*, dan lain-lain tidak melebihi harga standar.
- i. Publisitas dan promosi, berupa kampanye atau propaganda yang didasarkan atas rencana atau program yang berkelanjutan.

- j. Kesempatan berbelanja, yaitu kesempatan untuk membeli barang-barang atau oleh-oleh untuk dibawa ke tempat asalnya.

Selanjutnya menurut Helmut (2011:31), komponen pokok yang membentuk kegiatan pariwisata adalah :

- a. Daya tarik wisata, merupakan sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara. Daya tarik ini terbagi kedalam 3 kelompok besar yaitu objek wisata, buatan, dan budaya.
 - Objek wisata alam meliputi laut, pantai, gunung, gunung berapi, danau, sungai, flora, fauna, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
 - Objek wisata budaya meliputi upacara kelahiran, tari-tarian, musik, pakaian adat, perkawinan adat, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, festival budaya, kain tenun, adat istiadat, museum dan lain-lain.
 - Objek wisata buatan meliputi sarana dan fasilitas, olahraga, permainan, hiburan, ketangkasan, kegemaran, kebun binatang, taman rekreasi, taman nasional dan lain-lain.
- b. Kemudahan, yaitu kemudahan dalam memperoleh informasi, mengurus dokumen perjalanan, membawa uang atau barang dan lain sebagainya.
- c. Aksesibilitas, yaitu kelancaran seseorang dalam melakukan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lainnya, misalnya sarana transportasi, baik sarana transportasi darat, laut maupun udara.

- d. Akomodasi, merupakan semua jenis sarana yang menyediakan tempat penginapan bagi seseorang yang sedang melakukan perjalanan, meliputi hotel, motel, wisma, pondok wisata, villa, apartemen, karavan, perkemahan, kapal pesiar, pondok remaja dan lain sebagainya.
- e. Jasa boga, yaitu tempat yang menyediakan makanan dan minuman bagi wisatawan, meliputi restoran dan rumah makan.

2.4 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Pengembangan pariwisata adalah agar lebih banyak wisatawan datang pada suatu kawasan wisata, lebih lama tinggal, dan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat wisata yang mereka kunjungi sehingga dapat menambah devisa untuk negara bagi wisatawan asing, dan menambah pendapatan asli daerah untuk wisatawan lokal. Disamping itu juga bertujuan untuk memperkenalkan dan memelihara kebudayaan di kawasan pariwisata tersebut. Sehingga, keuntungan dan manfaatnya juga bisa dirasakan oleh penduduk sekitar khususnya.

Pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan Sobari (dalam Anindita 2015:34), yaitu :

1. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan proteksi terhadap sumberdaya

alam yang menjadi daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.

2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut.
3. Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif.
4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Dengan demikian, pengembangan pariwisata (yang berkelanjutan) perlu didukung dengan perencanaan yang matang dan harus mencerminkan tiga dimensi kepentingan, yaitu industri pariwisata, daya dukung lingkungan (sumber daya alam), dan masyarakat setempat dengan sasaran untuk peningkatan kualitas hidup.

Oka (2017:45), berkembangnya pariwisata tergantung pada produksi industri pariwisata yang meliputi daya tarik wisata, kemudahan perjalanan, sarana dan fasilitas serta promosi. Negara yang sadar akan pengembangan pariwisata berdasarkan Direktorat Jenderal Pariwisata biasa mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

1. Perencanaan pengembangan pariwisata harus menyeluruh sehingga seluruh bagi pengembangan pariwisata di perhitungkan dengan memperhatikan pula

perhitungan untung rugi apabila dibandingkan dengan pembangunan sektor lain.

2. Pengembangan pariwisata harus diintegrasikan ke dalam pola dan program pembangunan semasa ekonomi, fisik dan sosial sesuatu negara.
3. Pengembangan pariwisata harus diarahkan sedemikian rupa sehingga membawakan kesejahteraan ekonomi yang tersebar luas dalam masyarakat.
4. Pengembangan pariwisata harus sadar lingkungan sehingga pengembangannya mencerminkan ciri-ciri khas budaya dan lingkungan alam sesuatu negara, bukannya justru merusak lingkungan alam dan budaya yang khas itu.
5. Pengembangan pariwisata harus diarahkan sedemikian rupa sehingga pertentangan sosial dapat dicegah seminimal mungkin dan dapat menimbulkan perubahan-perubahan sosial yang positif.
6. Penentuan tata cara pelaksanaannya harus disusun sejelas-jelasnya berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang masak sesuai kemampuan.
7. Pencatatan (monitoring) secara terus-menerus mengenai pengaruh pariwisata terhadap suatu masyarakat dan lingkungan sehingga merupakan bahan yang baik untuk meluruskan kembali akibat perkembangan pariwisata yang merugikan sehingga merupakan sarana pengendalian pengembangan yang terarah.

Pengembangan potensi daya tarik atau atraksi wisata meliputi daya tarik alami yang bersifat melekat (inherent) dengan keberadaan obyek wisata alam tersebut.

Selain daya tarik alami, suatu obyek wisata memiliki daya tarik buatan manusia (man made attraction). Menurut Santoso (dalam Kurniawan 2015:66) unsur-unsur pengembangan pariwisata meliputi:

1. Atraksi

Atraksi atau daya tarik dapat timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau), obyek buatan manusia (museum, katedral, masjid kuno, makam kuno dan sebagainya), ataupun unsur-unsur dan peristiwa budaya (kesenian, adat istiadat, makanan dan sebagainya).

2. Transportasi

Perkembangan transportasi berpengaruh atas arus wisatawan dan juga perkembangan akomodasi. Di samping itu perkembangan teknologi transportasi juga berpengaruh atas fleksibilitas arah perjalanan, Jika angkutan dengan kereta api bersifat linier, tidak banyak cabang atau kelokannya, dengan kendaraan mobil arah perjalanan dapat menjadi lebih bervariasi. Demikian pula dengan angkutan pesawat terbang yang dapat melintasi berbagai rintangan alam (waktu yang lebih singkat).

3. Akomodasi

Tempat menginap dapat dibedakan antara yang dibangun untuk keperluan umum (hotel, tempat pondokan, tempat berkemah waktu liburan) dan yang diadakan khusus perorangan untuk menampung menginap keluarga, kenalan atau anggota perkumpulan tertentu atau terbatas.

4. Fasilitas Pelayanan

Penyediaan fasilitas dan pelayanan makin berkembang dan bervariasi sejalan dengan perkembangan arus wisatawan. Perkembangan pertokoan dan jasa pelayanan pada tempat wisata dimulai dengan adanya pelayanan jasa kebutuhan sehari-hari (penjual makanan, warung minum atau jajanan), kemudian jasa-jasa perdagangan (pramuniaga, tukang-tukang atau jasa pelayanan lain), selanjutnya jasa untuk kenyamanan dan kesenangan (toko pakaian, toko perabot rumah tangga, dll), lalu jasa yang menyangkut keamanan dan keselamatan (dokter, apotek, polisi dan pemadam kebakaran) dan pada akhirnya perkembangan lebih lanjut menyangkut juga jasa penjualan barang mewah.

5. Infrastruktur

Infrastruktur yang memadai diperlukan untuk mendukung jasa pelayanan dan fasilitas pendukung. Pembangunan infrastruktur secara tidak langsung juga memberi manfaat (dapat digunakan) bagi penduduk setempat disamping mendukung pengembangan pariwisata. Hal ini menyangkut tidak saja pembangunan infrastruktur transportasi (jalan, pelabuhan, jalan kereta api, dll), tetapi juga penyediaan saluran air minum, penerangan listrik, dan juga saluran pembuangan limbah.

Dalam GBHN 2010 disebutkan bahwa pengembangan pariwisata melalui pendekatan sistem yang utuh dan terpadu bersifat interdisipliner dan partisipatoris dengan menggunakan kriteria ekonomis, teknis, agronomis, sosial budaya, hemat energi, melestarikan alam dan tidak merusak lingkungan. Berdasarkan hal tersebut maka pembangunan pariwisata memiliki tiga fungsi, yaitu :

1. Menggalakkan kegiatan ekonomi.
2. Memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi lingkungan hidup.
3. Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa serta menanamkan jiwa, semangat dan nilai-nilai luhur bangsa dalam memperkokoh persatuan dan kesatuan nasional.

Sedangkan dalam UU No. 10 tahun 2009 pasal 6 dan 7, tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan, kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berpariwisata. Pembangunan pariwisata meliputi :

- a) Industri pariwisata

- b) Destinasi pariwisata
- c) Pemasaran
- d) Kelembagaan kepariwisataan

2.5 Strategi Pengembangan

Kata strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategos* yang artinya “*a general set of maneuvers cried out over come a enemy during combat*” yaitu semacam ilmunya para jenderal untuk memenangkan pertempuran. Sedangkan dalam kamus Belanda-Indonesia, *sertategis* berasal dari kata majemuk, yang artinya siasat perang, istilah strategi tersebut digunakan dalam kemiliteran sebagai usaha untuk mencapai kemenangan, sehingga dalam hal ini diperlukan taktik serta siasat yang baik dan benar. Sedangkan menurut Umar (2011:31) strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competition*). Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah

berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.

Menurut Diah (2014: 26) Strategi memiliki hirarki tertentu yaitu

1. Strategi tingkat korporat.
Strategi korporat, menggambarkan arah pertumbuhan dan pengelolaan berbagai bidang usaha dalam sebuah organisasi untuk mencapai keseimbangan produk dan jasa yang dihasilkan.
2. Strategi tingkat unit usaha (bisnis).
Strategi unit usaha biasanya menekankan pada usaha peningkatan daya saing organisasi dalam satu industri atau satu segmen industri yang dimasuki organisasi yang bersangkutan.
3. Strategi tingkat fungsional.
Strategi pada tingkat ini menciptakan kerangka kerja bagi untuk manajemen fungsional seperti produksi dan operasi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, dan penelitian dan inovasi (research and innovation).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut. Menurut Iskandar (2012:93)

“Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya atas prskarsa sendiri menambah, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesame, maupun lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan prbadi yang mandiri.”

Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa tehnik intervensi dengan

menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. Strategi pengembangan adalah suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintegrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. Secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu system total sepanjang periode tertentu, dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi. Strategi pengembangan adalah usaha yang terencana dan berkelanjutan untuk menerapkan ilmu perilaku guna pengembangan system dengan menggunakan metode-metode refleksi dan analisis diri.

Menurut Suwarsono (2012:48) strategi memiliki beberapa sifat antara lain:

- a. Menyatu (*unifed*) : yaitu menyatukan seluruh bagian-bagian dalam organisasi atau perusahaan.
- b. Menyeluruh (*comprehensive*) : yaitu mencakup seluruh aspek dalam suatu organisasi atau perusahaan.
- c. Integral (*integrated*) : yaitu seluruh strategi akan cocok atau sesuai dari seluruh tingkatan (*corporate, business, and functional*).

Menurut Chandler (dalam Rangkuti 2016:4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu organisasi serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan dalam suatu kegiatan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence* (kompetensi khas): tindakan yang dilakukan oleh organisasi agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Artinya tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu kegiatan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing dipandang sebagai organisasi yang memiliki kemampuan

spesifik. *distinctive competence* dalam suatu organisasi meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya.

Misalnya, menghasilkan produk yang kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing dengan cara memahami secara detail keinginan konsumen serta membuat program pemasaran yang lebih baik daripada program pesaing. Perusahaan dapat mengetahui secara tepat keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

- b. *Competitive Advantage* (keunggulan kompetitif) : kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh organisasi agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Artinya kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh organisasi agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan untuk merebut peluang pasar.

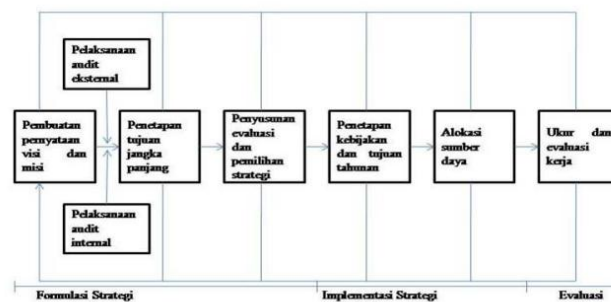
Misalnya persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik dan yang lebih unggul. Selain itu strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.

Menurut Rangkuti (2016:34) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe-tipe strategi yaitu :

- a. Strategi Manajemen : strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.
- b. Strategi Investasi : strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau perusahaan melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu visi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.
- c. Strategi Bisnis : strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Menurut Fred R. David (2011:21) menjelaskan bahwa proses strategis terdiri dari tiga tahapan yaitu memformulasikan strategi, mengimplementasikan strategi dan mengevaluasi strategi.

Gambar 2.1
Kerangka Tahapan Strategi menurut Fred R. David



Sumber : Fred R. David (2011)

Dari ketiga tahapan di atas berdasarkan pendapat dari Fred R. (2011:21) dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Tahap memformulasikan strategi antara lain menetapkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi organisasi dari sudut pandang eksternal, menetapkan kelemahan dan keunggulan yang dimiliki organisasi dari sudut pandang internal, menyusun rencana jangka panjang, membuat strategi-strategi alternatif dan memilih strategi tertentu yang akan dicapai.
2. Tahap mengimplementasikan strategi memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan

tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi pegawai dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki sehingga strategi yang sudah diformulasikan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi pegawai terhadap kinerja organisasi. Mengimplementasikan strategi sering disebut sebagai “*action stage*” dari proses strategis. Pengimplementasian strategi memiliki maksud memobilisasi para pegawai dan manajer untuk menterjemahkan strategi yang sudah diformulasikan menjadi aksi.

3. Tahap mengevaluasi strategi adalah tahap terakhir dalam proses strategis. Para manajer sangat perlu untuk mengetahui ketika ada strategi yang sudah diformulasikan tidak berjalan dengan baik. Evaluasi strategi memiliki tiga aktifitas yang fundamental, yaitu mereview faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar untuk strategi saat ini, mengukur performa dan mengambil langkah korektif.

Perumusan Bryson (dalam Wahid 2015:78) suatu strategi yang efektif itu harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu :

- a. Strategi secara teknis harus dapat dijalankan.
- b. Strategi secara politis harus dapat diterima oleh para key stakeholder.
- c. Strategi harus sesuai dengan filosofi dari nilai-nilai organisasi.
- d. Strategi harus sesuai dengan isu strategis yang hendak dipecahkan.

Promosi mempunyai beberapa tujuan dalam menyampaikan informasi dan mencapai konsumen. Menurut Moriarty (2011:60) tujuan promosi antara lain sebagai berikut:

1. Promosi bertujuan untuk peluncuran produk baru dan salah satu cara mengajak orang untuk mencoba atau membeli suatu produk.
2. Promosi dapat menginformasikan kepada konsumen yang tidak tahu mengenai brand tersebut menjadi mengenalnya, lalu mencoba dan mengajak mereka untuk membeli kembali.
3. Promosi dapat mendorong produk melalui saluran distribusi dan menciptakan citra yang positif dikalangan para pembeli dan penjual.
4. Promosi dapat membangun brand dan memperkuat citra dan pesan iklan yang dibutuhkan.
5. Promosi tidak dapat menciptakan brand suatu produk, mengubah sikap negatif produk, mengatasi masalah produk atau mereposisi *brand*.

2.6 Hasil Penelitian Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Mulyani pada tahun 2013 yang berjudul “Kerajinan Lakuer di Tinjau Dari Proses dan Makna Simbolis Ornamen Di Home Industri Rosa Art 19 Ilir Palembang”. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian Deskriptif Kualitatif, dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Instrumen penelitian meliputi peneliti sendiri. Teknik analisis data dengan analisis deskriptif. Hasilnya yaitu mengetahui sejarah terbentuknya kerajinan Lakuer yang ada di daerah Sumatra tepatnya di Palembang yang di arahkan kepada bahan, peralatan dan proses pembuatan serta sistem pengolahan dan sistem pemasaran yang menyangkut sistem kerja dan permodalan, sistem upah, distribusi atau cara pemasaran serta memaparkan berbagai hasil kerajinan yang berfungsi dalam kehidupan masyarakat yang meliputi fungsi sosial. Persamaan yang diteliti oleh Desi Mulyani adalah

metode yang digunakan sedangkan untuk perbedaannya penulis berfokus pada strategi pengembangan kampung wisata Tenun Khatulistiwa di Kelurahan Batu Layang Kecamatan Pontianak Utara.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Iwan pada tahun 2012 yaitu “Makna Simbolis Ukiran Mandau Pada Senjata Tradisional Kalimantan Barat”. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian meliputi peneliti sendiri. Analisis data dengan teknik analisis deskriptif. Bertujuan mendeskripsikan, mendokumentasikan arti dari makna simbol sebuah ukiran mandau yang ada di Kalimantan Barat dan memuat penjelasan mengenai sejarah, fungsi dan proses pembuatan pada ukiran Mandau. Hasilnya yaitu mengetahui makna dari sebuah ukiran Mandau yang menjadi suatu ciri khas masyarakat Dayak sebagai senjata tradisional yang berbentuk panjang, terbuat dari bahan besi pilihan. Fungsi ukiran Mandau bagi masyarakat Dayak yaitu sebagai senjata untuk membela diri dan menyerang lawan. Adapun dalam fungsi lain yaitu sebagai alat untuk memotong-motong tumbuh-tumbuhan yang ada diperkarangan rumah. Persamaan yang diteliti oleh Desi Mulyani adalah metode yang digunakan sedangkan untuk perbedaannya penulis berfokus pada strategi pengembangan kampung wisata Tenun Khatulistiwa di Kelurahan Batu Layang Kecamatan Pontianak Utara.

2.7 Kerangka Pikir

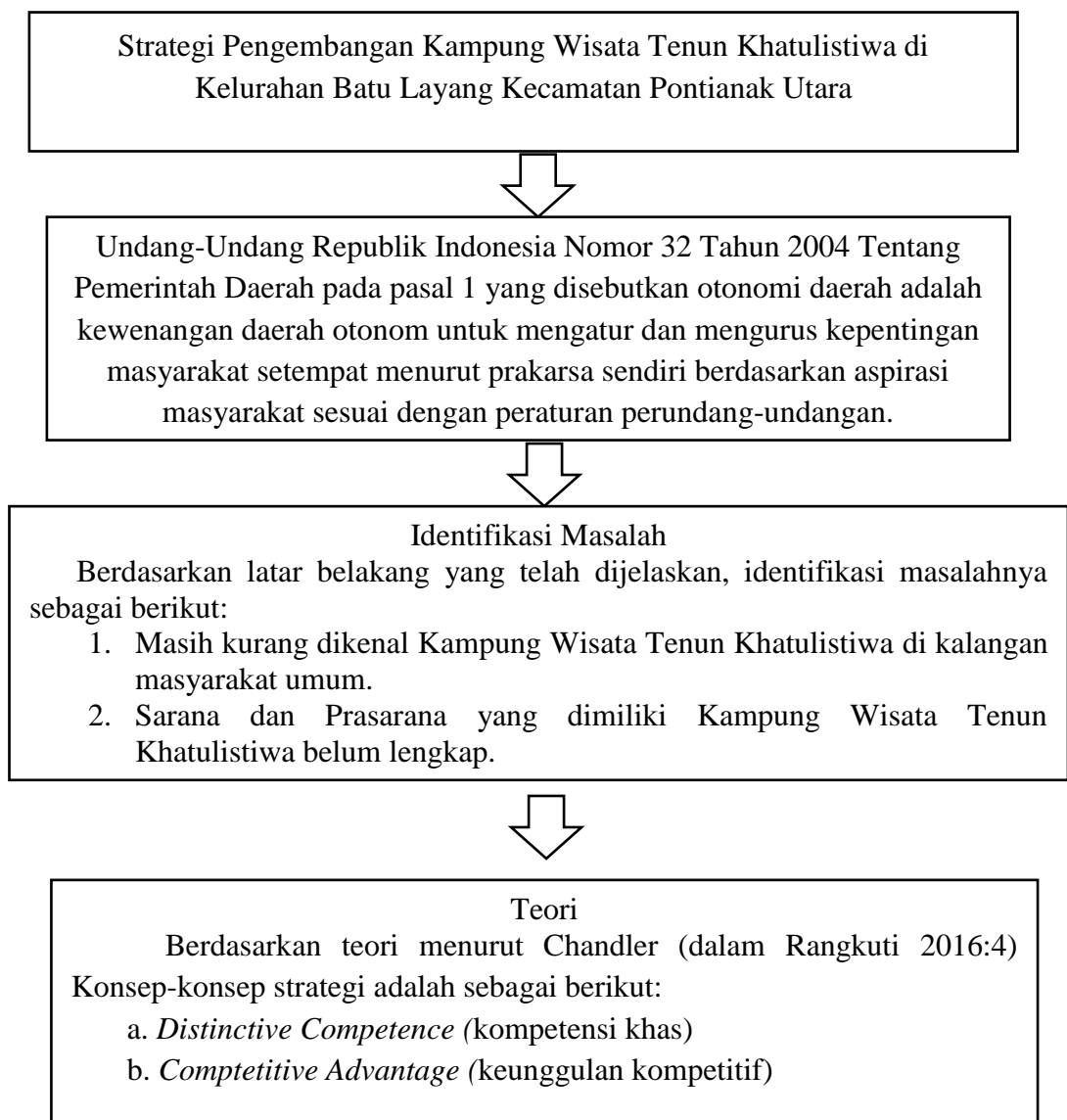
Penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa di Kelurahan Batu Layang Kecamatan Pontianak Utara”. Penelitian ini terdapat identifikasi masalah antara lain Masih kurang dikenal Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa di kalangan masyarakat umum serta sarana dan prasarana yang dimiliki Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa belum lengkap. Dengan adanya identifikasi tersebut penulis menggunakan teori menurut Chandler (dalam Rangkuti 2016:4) Konsep-konsep strategi adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence*
- b. *Comptetitive Advantage*

Alasan penulis menggunakan konsep tersebut karena dari konsep yang dikemukakan oleh Chandler (dalam Rangkuti 2016:4) tersebut cocok dengan identifikasi masalah pada penelitian ini dan diharapkan dengan menggunakan teori dari Chandler (dalam Rangkuti 2016:4) tentang konsep-konsep strategis dapat menjadi pisau analisis untuk membedah masalah. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah adanya memberikan manfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan kondisi perekonomiannya.

Berdasarkan uraian ini maka dapat digambarkan dengan alur pikir penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Peneliti





Output
Memberikan manfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan pengembangan
Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa

Sumber : diolah penulis 2022

2.8 Pertanyaan Peneliti

1. Bagaimana tindakan yang dilakukan oleh Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa agar dapat melakukan kegiatan lebih baik?
2. Bagaimana kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh Kampung Wisata Tenun Khatulistiwa agar lebih dikenal masyarakat umum?