

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Konsep

2.1.1. Konsep Strategi

Glueck dan Jauch (1989) strategi merupakan rencana yang digabungkan, berintegrasi dan luas menggabungkan keunggulan strategis perusahaan dengan hambatan lingkungan, rancangan yang diharapkan agar mendapat strategi yang tepat. Konsep strategi sosial yaitu aktivitas yang dilakukan seseorang sebagai kenyataan sosial yang dilakukan (Indraddin dan Irwan, 2016).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu gagasan, perencanaan atau seni dalam menggunakan kecakapan dan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi merupakan perencanaan pemimpin yang bertujuan untuk jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Strategi yang baik harus memiliki tema, terdapat koordinasi dalam tim kerja, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan, pendanaan yang efisien, dan mempunyai taktik demi mencapai tujuan secara efektif.

Menurut Stoner dan Sirait, ciri-ciri strategi adalah sebagai berikut:

a. Wawasan Waktu

Wawasan waktu diperlukan agar bisa melihat jauh ke depan, yaitu waktu yang diperlukan untuk mengamati dampaknya dalam melaksanakan suatu program.

b. Dampak

Meskipun belum terlihat pasti, melihat dampak yang akan terjadi sangat penting untuk dilakukan karena dampak merupakan hasil akhir dari strategi yang dilakukan.

c. Pemusatan Upaya

Pemusatan upaya sangat diperlukan agar tujuan yang diinginkan dapat berjalan dengan efektif.

d. Pola Keputusan

Biasanya strategi mensyaratkan sederetan keputusan tertentu harus diambil sepanjang waktu, sehingga keputusan-keputusan tersebut harus saling menunjang, yang artinya mengikuti pola yang konsisten.

e. Peresapan

Sebuah strategi mencakup kegiatan yang luas mulai dari proses alokasi sumber daya sampai dengan kegiatan operasi harian. Selain itu, keharusan semua tingkatan organisasi untuk bertindak secara naluri dengan cara-cara yang akan memperkuat strategi diharapkan terdapat konsistensi sepanjang waktu dalam kegiatan-kegiatan ini.

Rangkuti (1997, 12) pada prinsipnya dapat dikelompokkan berdasarkan tiga bentuk strategi, yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.

a) Strategi Manajemen

Strategi manajemen merupakan strategi yang bisa dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara luas, misalnya strategi pengembangan produk, strategi akuisisi, strategi penetapan harga, strategi pengembangan pasar, dan strategi mengenai keuangan.

b) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berfokus pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru, strategi divestasi dan lainnya.

c) Strategi Bisnis

Sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berfokus pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.1.2. Konsep Pengembangan

Pengembangan menurut Badudu dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah cara dalam mengembangkan, artinya membuka, memajukan dan bertambah baik. Pengembangan pariwisata diperlukan untuk memperindah objek wisata, menarik perhatian wisatawan dan memperbaiki fasilitas-fasilitas yang disediakan.

Menurut Inskeep (1991), terdapat komponen pengembangan pariwisata yaitu sebagai berikut:

1. Atraksi wisata yang mencakup wisata alam, budaya, dan atraksi lainnya.
2. Infrastruktur yang terkait dengan pengembangan pariwisata.
3. Akomodasi berupa hotel dan jenis fasilitas lain yang berkaitan dengan pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung dan menginap.
4. Fasilitas dan layanan transportasi, baik darat, laut, dan udara.
5. Fasilitas dan pelayanan pariwisata terhadap wisatawan yang menginap

Menjaga kelestarian objek wisata, menyusun rencana yang matang, dan memperbaiki fasilitas yang disediakan berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata. Wisatawan akan lebih tertarik untuk datang jika objek wisata dirawat, fasilitas yang disediakan dikembangkan dengan baik.

Menurut Yoeti (1983: 160-162), ada 3 faktor keberhasilan pengembangan pariwisata yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat objek dan daya tarik wisata.

Keindahan, keunikan, keanekaragaman kekayaan alam yang memiliki nilai lebih merupakan daya tarik wisata sehingga bisa menjadi sasaran wisatawan untuk berkunjung. Adapun yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung seperti terdapat pemandangan laut, danau, pantai, air terjun, keanekaragaman flora dan fauna, bangunan-bangunan yang didesain dengan menarik, dan lain sebagainya

2. Adanya Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu sarana yang dapat membangkitkan tumbuh kembangnya industri pariwisata karena dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan. Aksesibilitas berpengaruh terhadap sulit atau mudahnya para wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata. Suatu perjalanan akan semakin menghemat biaya perjalanan, waktu, dan tenaga apabila ada kemudahan akses dalam mencapainya.

3. Adanya Fasilitas

Demi meningkatkan kenyamanan wisatawan maka fasilitas yang diperlukan oleh wisatawan baik itu berupa sarana maupun prasarana wisata harus tersedia dengan baik. Kunjungan wisatawan pada suatu daerah pada umumnya didasari oleh adanya fasilitas

wisata seperti akomodasi, agen perjalanan wisata dan tempat penginapan.

Para wisatawan akan lebih tertarik untuk mengunjungi suatu objek wisata apabila dirawat dengan sedemikian rupa dan fasilitas yang disediakan dikembangkan dengan baik. Tujuan pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Penyelenggaraan kegiatan pemerintah terutama dari segi pembiayaan, pelaksanaan tugas dan fungsi pemerintah salah satunya berasal dari pengembangan pariwisata..

2.1.3. Konsep Objek Wisata

Suwantoro (2004: 19), daya tarik wisata merupakan faktor pendorong kehadiran wisatawan ke daerah tujuan wisata. Pada umumnya daya tarik suatu objek wisata dengan segala keindahannya dapat menimbulkan rasa senang, nyaman dan tenang. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alamnya, sedangkan objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena adanya nilai-nilai khusus dalam bentuk atraksi seperti kesenian dan upacara adat.

Menurut Soemanto (2017) bahwa objek daya tarik wisata merupakan salah satu komponen dalam kegiatan kepariwisataan. Objek daya tarik wisata terbagi menjadi 2 yaitu objek alam dan objek budaya. Objek daya tarik wisata alam meliputi tumbuh-tumbuhan, binatang, dan panorama alam. Sedangkan objek dan atraksi wisata

budaya meliputi museum dan peninggalan sejarah. Nilai lebih dan daya tarik wisata berbeda antara satu dengan yang lain.

Maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan sebuah keunikan dari keanekaragaman dan kekayaan alam yang ada memiliki nilai lebih sehingga ketertarikan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat wisata menjadi semakin meningkat. Adapun yang menjadi daya tarik bagi wisatawan dalam berkunjung seperti keanekaragaman flora dan fauna, danau, pantai, air terjun, bangunan-bangunan kuno dan bangunan-bangunan yang didesain dengan menarik.

2.1.4. Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT)

Menurut Rangkuti (2008) analisis SWOT merupakan suatu proses analisis yang dilakukan secara sistematis guna menyusun strategi organisasi yang efektif dan tepat. Analisis ini fokus untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada pada suatu organisasi sekaligus untuk mengatasi dan mengurangi kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi. Pada analisis SWOT juga merupakan sarana bantuan bagi perencanaan strategi guna menciptakan dan mengimplementasikan strategi-strategi demi tercapainya tujuan yang diinginkan.

Yunus (2016) mengemukakan analisis SWOT merupakan kajian yang sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strength*), dan kelemahan (*weakness*), internal perusahaan dengan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) lingkungan yang nantinya akan dihadapi perusahaan.

Analisis SWOT merupakan identifikasi dari berbagai faktor yang secara sistematis dapat merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2008: 18). Analisis SWOT didasarkan pada logika yang bertujuan untuk memaksimalkan kelemahan dan ancaman.

Ferrel dan Harline (2005), mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman) adalah fungsi dari analisis SWOT.

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah cara pandang sebuah perusahaan untuk melihat dan mengetahui seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan yang dimiliki akibat pengaruh dari dalam perusahaan dan bagaimana perusahaan melihat peluang dan ancaman dari luar.

Menurut Siagian (2000, 172) ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT yaitu sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strength*)

Maksudnya adalah faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya seperti kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemikiran keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal kemampuan, sumber, dan keterampilan yang menjadi penghalang serius sehingga mengakibatkan kinerja organisasi kurang memuaskan.

3. Peluang (*Opportunity*)

Secara sederhana peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.

Dalam Fatimah (2016, 12) analisis SWOT digunakan karena memiliki manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Membantu melihat suatu persoalan dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
2. Membantu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam. Analisis SWOT mampu memberikan arahan atau rekomendasi dalam mempertahankan kekuatan, menambah keuntungan berdasarkan peluang, serta mengurangi kekuatan dan juga menghindari ancaman.
3. Membantu kita “membedah” organisasi dari empat sisi yang menjadi dasar dalam proses identifikasinya. Sisi-sisi yang kadang terlupakan dan tidak terlihat sama sekali bisa ditemukan dengan analisis ini.
4. Menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi saat ini sehingga dapat dijadikan instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi.
5. Bisa digunakan untuk meminimalisir kelemahan yang ada, membantu organisasi, dan menekan munculnya ancaman yang kemungkinan akan terjadi.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Teori Lingkungan

Pengertian lingkungan menurut Salusu (dalam Nogi 2015, 258) adalah hal-hal yang mengelilingi dan mempengaruhi perkembangan organisasi. Sedangkan Wahyudi (dalam Nogi 2015,

258) mengemukakan bahwa salah satu faktor penting untuk menunjang keberhasilan organisasi dalam persaingan adalah lingkungan.

Rangkuti (dalam Nogi 2015, 258) mengatakan bahwa ada dua analisis lingkungan, yaitu analisis Lingkungan Internal dan Eksternal yaitu sebagai berikut:

a. Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan situasi dan kondisi dalam sebuah organisasi yang saling mempengaruhi serta terkait dengan mandat, tugas, misi, dan fungsi organisasi. Adapun tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga serta dapat membantu aspek-aspek yang merintangai pencapaian misi dan mandat.

b. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan diluar organisasi dan tidak dikendalikan oleh organisasi. Lingkungan eksternal Dinas Pariwisata sangat luas, kompleks dan selalu berubah. Potensi lingkungan eksternal organisasi akan menimbulkan peluang dan ancaman bagi Dinas Pariwisata. Dengan menggunakan analisis SWOT inilah hasil identifikasi terhadap lingkungan memberikan gambaran kekuatan

(*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*treath*).

2.2.2. Faktor-faktor Lingkungan Internal dan Eksternal

1. Faktor-faktor Lingkungan Internal

Faktor-faktor yang termasuk dalam lingkungan internal menurut Nogi (2015: 259) dalam bukunya berjudul Manajemen Publik yaitu sebagai berikut:

a. Sumber Daya

Sumber daya yang dimaksud adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi atau perusahaan tersebut. Sumber daya alam yaitu semua hal yang berasal dari alam, memberikan manfaat, memajukan organisasi atau perusahaan, dan dimanfaatkan untuk dijadikan produk. Adapun sumber daya manusia yaitu orang-orang yang memiliki kapasitas dan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi untuk mengembangkannya.

b. Strategi yang digunakan

Cara-cara yang digunakan oleh sebuah organisasi dalam sebuah proses kegiatan disebut dengan strategi. Pelaksanaan tersebut berkaitan dengan persiapan-persiapan perumusan strategi, implementasi strategi dan pemantauan evaluasi strategi.

Kemajuan sebuah perusahaan bergantung pada strategi-strategi yang digunakan oleh perusahaan.

c. Kinerja

Kinerja berhubungan dengan sumber daya manusia yaitu kemampuan seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

2. Faktor-faktor Lingkungan Eksternal

Faktor-faktor yang termasuk dalam lingkungan eksternal menurut Nogi (2015: 259) dalam bukunya berjudul Manajemen Publik yaitu sebagai berikut:

- a) Pemerintah
- b) Pengunjung
- c) Masyarakat

Penulis menggunakan Teori Lingkungan, yaitu Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal menurut Nogi (2015: 259) karena teori ini berkenaan dengan perumusan strategi pengembangan, di mana kita harus berusaha untuk mencapai ataupun mempertahankan posisi keunggulan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada di dalam lingkungan, memungkinkan menarik keuntungan-keuntungan dari bidang-bidang kekuatannya. Oleh karena itu, Teori Lingkungan oleh penulis dirasa paling cocok untuk jawaban atas fokus penelitian yang ada.

2.3. Hasil Penelitian Yang Relevan

Hasil penelitian sejenis yang telah dilakukan dan dijadikan bahan pertimbangan peneliti dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ayu Karlina (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya” maka peneliti melihat bahwa potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Aceh Jaya sebenarnya sudah cukup memadai, akan tetapi belum sepenuhnya dapat dikembangkan dengan baik hingga saat ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengembangan potensi wisata alam dan strategi pemerintah di Kabupaten Aceh Jaya. Selain itu, juga untuk mengetahui peluang dan tantangan yang mungkin akan timbul. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan studi kepustakaan/dokumentasi.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sri Wahyuningsih (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba dan untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah dalam

pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT yaitu agar bisa melihat sejauh mana penerapan dari strategi pengembangan objek wisata berdasarkan kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang.

3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan I Putu Ngurah Wibawa (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pengembangan Pantai Melasti Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Ungasan, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung” menunjukkan bahwa perkembangan pantai Melasti masih belum berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan agar pemerintah kedepannya bisa mengetahui dan mengerti bagaimana cara mengelola dan mengembangkan aset alam dengan baik. adapun metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan studi kepustakaan/dokumentasi. Penelitian ini dianalisis melalui pendekatan SWOT dengan melihat adanya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Tabel 2.1. Penelitian Yang Relevan

No	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	Perbedaan	Persamaan
1.	Strategi Pengembangan Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya	<ul style="list-style-type: none"> - Waktu penelitian dan objek penelitian yang berbeda - Menggunakan Teori Pelayanan dan Teori Organisasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Sama-sama mengkaji tentang strategi pengembangan wisata alam - Menggunakan pendekatan kualitatif - Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara dan dokumentasi
2.	Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba	<ul style="list-style-type: none"> - Waktu penelitian dan objek penelitian yang berbeda 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan pendekatan kualitatif - Bertujuan untuk mengetahui peluang dan strategi pemerintah dalam pengembangan wisata alam.
3.	Strategi Pengembangan Pantai Melasti Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Ungasan, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung	<ul style="list-style-type: none"> - Waktu penelitian dan objek penelitian yang berbeda 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan pendekatan kualitatif - Menggunakan analisis <i>Strength</i>, <i>Weakness</i>, <i>Opportunity</i>, dan <i>Threat</i> (SWOT)

2.4. Alur Pikir Penelitian

Alur pikir alam penelitian ini berawal dari adanya kendala-kendala yang dimiliki objek wisata Danau Sebedang. Dalam perumusan sebuah pengembangan objek wisata diperlukan adanya strategi-strategi yang dilakukan oleh pemerintah setempat. Adapun identifikasi tersebut meliputi tiga permasalahan yaitu mengenai kurangnya pengembangan sebagai objek wisata unggulan, terbatasnya sarana dan prasarana wisata, dan kurangnya pemeliharaan/perawatan sarana promosi pariwisata.

Kurangnya pengembangan Danau Sebedang mengakibatkan Danau Sebedang belum bisa menjadi objek wisata unggulan di Kabupaten Sambas. Terbatasnya sarana dan prasarana wisata di Danau Sebedang membuat daya tarik wisatawan kurang berminat untuk mengunjungi Danau Sebedang sebagai destinasi andalan.

Penelitian ini menggunakan Teori Lingkungan Internal dan Eksternal. Faktor lingkungan internal meliputi sumber daya, strategi yang digunakan, dan kinerja. Sedangkan dalam faktor lingkungan eksternal meliputi pemerintah, pengunjung, dan masyarakat.

Adanya penelitian ini diharapkan agar bentuk strategi pemerintah dalam pengembangan Danau Sebedang sebagai objek wisata di Kecamatan Sebawi Kabupaten Sambas dapat teridentifikasi serta bisa menganalisis peluang dan tantangan dalam pengembangan

Danau Sebedang sebagai objek wisata di Kecamatan Sebawi Kabupaten Sambas. Apabila tujuan tersebut dapat berjalan sesuai dengan harapan, maka wisata Danau Sebedang bisa menjadi destinasi favorit wisatawan baik lokal maupun dari luar.

Bagan 2.2. Kerangka Pikir Penelitian