

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Definisi Konsep**

##### **2.1.1. Konsep Prospek**

Pengertian prospek berdasarkan pendapat para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Paul R. Krugman (2003:121) menyatakan bahwa prospek adalah peluang yang terjadi karena adanya usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk mendapatkan profit atau keuntungan.
- b. Djasmin (1994:28) menyatakan bahwa prospek adalah kebijakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja penjualan dengan meraih peluang yang ada serta mengatasi berbagai hambatan dan ancaman baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek.
- c. Menurut Siswanto Sutejo (1945:28), prospek adalah gambaran keseluruhan, baik ancaman ataupun peluang dari kegiatan pemasaran yang akan datang yang berhubungan dengan ketidakpastian dari aktivitas pemasaran atau penjualan. Siswanto menjelaskan bahwa prospek tidak hanya mengenai hal-hal positif seperti peluang, namun hal negatif juga dari rencana bisnis tersebut.

Dengan demikian prospek kerja merupakan kondisi yang akan dihadapi oleh seorang dimasa yang akan datang baik kecenderungan untuk meningkatkan atau menutup. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki seseorang sehingga diperlukan

perencanaan dan perumusan strategi secara baik. Khususnya dalam peningkatan efisiensi dan kreativitas seorang dalam mengolah hal-hal yang baru dengan memanfaatkan peluang dan mengetahui berbagai bentuk ancaman dikemudian hari (Tanoh, 2010).

### **2.1.2. Prospek Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu bagian dari pembangunan ekonomi dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam suatu daerah, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat untuk mencapai kemakmuran masyarakat. Dalam pengembangan pariwisata suatu daerah perlu diperhatikan potensi yang dimiliki oleh daerah yang bersangkutan. Semakin banyak potensi pariwisata yang ada dalam suatu daerah semakin layak daerah tersebut untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata (Nurdin, 2016)

Adapun potensi yang ada di suatu daerah dapat dilihat dari aspek sosial, budaya, dan alam. Jika dilihat dari aspek alam yang ada di Kecamatan Jawai Selatan cukup berpotensi untuk menciptakan berbagai lapangan kerja alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Prospek pengembangan pariwisata di lakukan di Jawai Selatan lebih bersifat berkelanjutan secara jangka panjang dibandingkan dengan eksploitasi kekayaan laut yang pada masa tertentu dapat habis atau berkurang. Pengembangan pariwisata bersifat multi-efek terhadap berbagai sektor lain, dapat menumbuhkan sektor lain serta memiliki jangkauan waktu yang relatif lama dan terbatas sebagai usaha berkesinambungan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat (Soedarso, 2016)

Menurut Otto Soemarwoto (dalam Kastolani 2010) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan kegiatan kompleks, menyangkut wisatawan, kegiatan, sarana prasarana, obyek dan daya tarik, fasilitas penunjang, sarana lingkungan dan sebagainya. Oleh karena itu, dalam pengembangannya harus memperhatikan terbinanya mutu lingkungan. Tata letak peruntukan perlu dilakukan untuk menghindari benturan antara kepentingan pariwisata dengan kepentingan pencagaran. Melalui zonasi yang baik keanekaragaman dapat terpelihara, sehingga wisatawan atau pengunjung dapat memilih rekreasi dengan baik. Dengan demikian, bahwa pengembangan pariwisata didalamnya terdapat kegiatan atau usaha yang terkoordinasi untuk mengatur sesuatu yang belum ada serta memajukan atau memperbaiki bahkan meningkatkan sesuatu yang telah ada yang mencakup segi kemasyarakatan dengan memperhatikan mutu lingkungan (Nasution, 2017).

unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya meliputi Lima unsur, yaitu:

#### 1. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata atau obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Pada umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasar pada:

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa tenang, indah, nyaman dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka.

- d. Adanya sarana atau prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e. Obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, Pantai, pasir, hutan dan sebagainya.
- f. Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau (Nasution, 2017).

Pembangunan suatu obyek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki obyek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan yaitu sebagai berikut:

1. Kelayakan finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan obyek wisata tersebut.

2. Kelayakan sosial ekonomi regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu obyek wisata memiliki dampak sosial ekonomi secara regional dapat menciptakan lapangan kerja dan dapat meningkatkan penerimaan devisa.

3. Layak teknis

Pembangunan obyek wisata harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada.

4. Layak lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu obyek wisata (Nasution, 2017).

2. Prasarana Wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan di daerah tujuan wisata

seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan sebagainya. Untuk kesiapan obyek-obyek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun sesuai dengan lokasi dan kondisi obyek wisata yang bersangkutan. Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu obyek wisata yang akhirnya akan meningkatkan daya tarik obyek wisata itu sendiri. Dalam melaksanakan pembangunan prasarana wisata diperlukan koordinasi yang mantap antara instansi terkait bersama dengan instansi pariwisata diberbagai tingkat (Nasution, 2017).

### 3. Sarana Wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun obyek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, sedangkan secara kualitatif ialah menunjukan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan (Nasution, 2017).

### 4. Tata Laksana (Infrastruktur)

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas dan di bawah tanah seperti:

- a. Sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah yang membantu sarana perhotelan atau restoran.
- b. Sumber listrik dan energi serta jaringan distribusinya yang merupakan bagian vital bagi terselenggaranya penyediaan sarana wisata yang memadai.
- c. Sistem jalur angkutan dan terminal yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi obyek-obyek wisata.
- d. Sistem komunikasi yang memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi maupun mengirim informasi secara cepat dan tepat
- e. Sistem keamanan atau pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan (Nasution, 2017).

#### 5. Masyarakat (Lingkungan)

##### a. Masyarakat

Masyarakat di sekitar obyek wisata perlu mengetahui berbagai jenis dan kualitas layanan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Hal ini disebabkan karena masyarakat di sekitar obyek wisata yang akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut dan sekaligus akan memberikan layanan yang diperlukan oleh wisatawan.

##### b. Lingkungan

Lingkungan alam sekitar obyek wisata perlu diperhatikan kelestariannya agar tidak rusak dan tercemar. Sehingga perlu adanya aturan dan persyaratan dalam pengelolaan suatu obyek wisata.

##### c. Budaya

Lingkungan masyarakat dalam lingkungan alam di satu obyek wisata merupakan lingkungan budaya yang menjadi pilar penyangga kelangsungan hidup

masyarakat. Oleh karena itu lingkungan budaya tidak boleh tercemar oleh budaya asing, tetapi harus ditingkatkan kualitasnya sehingga dapat memberikan kenangan yang mengesankan bagi setiap wisatawan yang berkunjung (Nasution, 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, agar dapat memberikan kesenangan dan kepuasan kepada wisatawan, suatu pembangunan obyek wisata tidak boleh terlepas dari ketersediaan sarana yang ada di obyek wisata tersebut. Selain itu juga harus didukung oleh prasarana yang memadai seperti jaringan transportasi dan komunikasi, keterlibatan penyelenggara negara atau pihak pemerintah dalam membuat kebijakan yang mendorong pengembangan pariwisata dan peran serta masyarakat berkaitan dengan adanya kesadaran akan manfaat dari obyek wisata yang ada dilingkungan setempat (Nasution, 2017).

### **2.1.3. COVID-19**

*World Health Organization (WHO)* menjelaskan bahwa *Coronaviruses (Cov)* adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona menyebabkan sakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Akut Parah (SARS-CoV) (Hanoatubun, 2020).

Virus ini menular dengan cepat dan telah menyebar ke beberapa negara, termasuk Indonesia. Seseorang dapat tertular COVID-19 melalui berbagai cara yaitu, tidak sengaja menghirup percikan Ludah dari bersin atau batuk penderita COVID-19. Memegang mulut atau hidung tanpa mencuci tangan terlebih dahulu setelah menyentuh benda yang terkena cipratan air liur penderita COVID-19

kontak jarak dekat dengan penderita COVID-19, misalnya bersentuhan atau berjabat tangan (Nalini, 2021).

Di Indonesia, penyebaran virus ini dimulai sejak 02 Maret 2020 diduga berawal dari salah satu warga negara Indonesia yang melakukan kontak langsung dengan warga asing. Seiring dengan berjalannya waktu, penyebaran COVID-19 telah mengalami signifikan. Hal tersebut dapat kita ketahui dari data berikut. Pada akhir tahun 2020 terdapat data yang menunjukkan yang sudah terinfeksi COVID-19 di Indonesia sebanyak 7.775 orang dan yang dinyatakan sembuh sebanyak 960 orang dan yang meninggal sebanyak 674 orang hal ini mengajarkan kita agar berhati-hati dalam menjaga kebersihan dan juga menaati peraturan pemerintah agar pandemi ini cepat berakhir dari negara kita Indonesia (Nalini, 2021).

Penyebaran COVID-19 terbesar berada di pulau Jawa terutama di daerah Surabaya dan Jakarta disini kita bisa melihat bahwa kurangnya kesadaran masyarakat dalam menyikapi COVID-19 yang terjadi. Masih banyak orang yang tidak menggunakan masker, masih suka berkumpul di keramaian dan tidak menjaga jarak saat berkumpul. Diharapkan pemerintah lebih tegas dalam menangani masyarakat yang masih belum punya kesadaran dan perlunya kesadaran bersama tersebut untuk memutuskan penyebaran COVID-19 agar dapat segera berakhir dan kehidupan kita berjalan seperti sebagaimana biasanya (Nalini, 2021).

#### **2.1.4 Metode Analisis SWOT**



Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang telah banyak digunakan oleh organisasi, perusahaan, maupun lembaga pemerintahan. Salah satu alasan mengapa analisis SWOT banyak digunakan dikarenakan analisis ini cukup mendasar sebagai senjata dalam menentukan solusi terbaik dalam konflik yang mungkin terjadi dalam organisasi. Analisis SWOT membantu untuk menentukan kekuatan dan kelemahan dari organisasi, sebelum menetapkan tujuan dan tindakan yang logis atas analisis tersebut. Memahami lingkungan eksternal menjadi salah satu keharusan mengingat lingkungan eksternal mempunyai dampak yang sangat berarti pada sebuah organisasi. Ketika kita sudah memahami lingkungan ini dengan baik, maka akan mudah bagi kita menentukan *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang/kesempatan), dan *threats* (ancaman) (Fatimah, 2020).

Analisis SWOT Merupakan kasian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT juga merupakan sarana bantu bagi perencanaan strategi guna memformulasikan dan mengimplentasi strategi-strategi untuk mencapai tujuan (Yunus, 2016).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistimatis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat memini alkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Ramadhan & Sofiyah, 2009).

## Faktor-faktor analisis SWOT

### 1. *Strengths* (kekuatan)

*Strengths* merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Faktor-faktor kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komperatif dari sebuah organisasi. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki hal khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan *stakeholders* maupun pelanggan (Ramadhan & Sofiyah, 2009).

### 2. *Weaknesses* (kelemahan)

*Weaknesses* merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi lain (Ramadhan & Sofiyah, 2009).

### 3. *Opportunities* (peluang)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah organisasi. Kita dapat mengetahui hal-hal eksternal mana yang dapat di jadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal dari kompetitor lain.

Beberapa hal yang dapat dijadikan peluang perlu dirangking berdasarkan success probability (kemungkinan berhasil), sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target (Ramadhan & Sofiyah, 2009).

#### 4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman merupakan suatu kondisi yang tidak menyenangkan di dalam sebuah lingkungan. Ancaman adalah sebuah rintangan utama terhadap posisi saat ini atau posisi yang di inginkan perusahaan atau organisasi yang dimana keberadaan ancaman-ancaman yang mungkin saja akan dihadapi oleh organisasi dapat menghambat perkembangan organisasi itu sendiri (Ramadhan & Sofiyah, 2009).

Analisis SWOT digunakan karena memiliki beberapa manfaat sebagaimana disebutkan dalam Nur'aini (2016:12) bahwa SWOT bermanfaat untuk:

1. Membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus menjadi dasar sebuah analisis persoalan.
2. Mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, serta mengurangi kekurangan juga menghindari ancaman.
3. Membantu kita membedah organisasi dari empat sisi yang menjadi dasar dalam proses identifikasinya dan dengan analisis ini kita dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan atau tidak terlihat sama sekali.
4. Dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai situasi saat itu.
5. Dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasi kelemahan yang ada serta menekan munculnya ancaman yang mungkin akan timbul (Harisudin, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan analisis SWOT dalam penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memberikan hasil analisis yang cukup tajam serta dapat menjadi instrumen dengan melihat faktor-faktor yang menjadi landasan atau dasar dalam penyusunan strategi terbaik (Harisudin, 2019).

Matrik SWOT adalah sebuah alat untuk membantu manajer mengembangkan empat strategi, yaitu: Strategi SO (*strengths-opportunities*), strategi WO (*weaknesses-opportunities*), strategi ST (*strengths-threats*) dan strategi WT (*weaknesses-threats*). Diantara 5 alat analisis perumusan strategi pada tahap pencocokan, penggunaan alat analisis matrik SWOT adalah alat analisis yang paling banyak digunakan para peneliti atau perumus strategi faktor fleksibilitas penggunaan alat analisis ini merupakan kelebihan utama matriks SWOT dibandingkan dengan alat analisis yang lain seperti Matrik IE, Matrik SPACE, Matrik Grand Strategi ST, Strategi WO dan Strategi W (Harisudin, 2019)

Analisis matrik SWOT adalah sebuah alat analisis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan menggunakan faktor-faktor strategis sebagai unsur pembentuknya. Hasil yang diperoleh dari analisis faktor eksternal dan faktor internal berupa peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan (Mahfud, 2019) .

Analisis matrik SWOT melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung mencapai tujuan (Ismail, 2015).

Matrik SWOT dapat diketahui gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan

kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki (Aliyah, Rizkia, Gumilar, & Maulina, 2015).

Matriks SWOT yang digunakan dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman dari faktor eksternal disintesakan dengan kekuatan dan kelemahan dari faktor internal. Analisis dengan menggunakan matriks SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Aliyah, Rizkia, Gumilar, & Maulina, 2015).

## 2.2 Teori

### **Teori Pembangunan Berkelanjutan Menurut Emil Salim Tahun 1992**

Pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memiliki perspektif jangka panjang. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembangunan berkelanjutan dapat menghasilkan keberlanjutan dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara bersamaan. Pembangunan yang tidak berkelanjutan telah merusak dan mencemari lingkungan sedemikian rupa sehingga terjadinya ketimpangan social sedangkan dalam pembangunan berkelanjutan ada tiga hal yang tumbuh bersama-sama yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang saling berinteraksi satu dengan yang lainnya. Kepentingan pembangunan dalam jangka pendek harus lebih diseimbangkan dengan kepentingan jangka panjang. Kepentingan sosial dan lingkungan harus ditempatkan pada posisi yang setara dengan kepentingan ekonomi. Kepentingan sosial masyarakat harus lebih

diselaraskan dengan kepentingan individu. Dalam pembangunan berkelanjutan kelompok sipil masyarakat umum harus memegang peranan penting dalam proses pengambilan keputusan (Azis, Nappitupulu, Patunru, & Resosudarmo, 2010).

Penelitian ini menggunakan teori pembangunan berkelanjutan karena dalam penelitian ini membahas mengenai pengembangan wisata Pantai Bahari yang dimana dalam pengembangan tersebut diharapkan memiliki prespektif jangka panjang. Dengan adanya wisata Pantai Bahari diharapkan dapat membangun masyarakat sekitar wisata dan menjaga lingkungan sekitar. Pembangunan wisata Pantai Bahari tentunya memberikan dampak positif bagi banyak orang, terlepas dari kendala dan permasalahan yang dialami semasa pembangunan dan pengembangan, namun dengan adanya wisata Pantai Bahari dapat membawa perubahan besar bagi desa Jawai Laut. Tentu perlu adanya dukungan dari pemerintah Desa Jawai Laut dan masyarakat Desa Jawai Laut agar pengembangan wisata Pantai Bahari bisa lebih berkembang lagi untuk kedepannya dan dapat menciptakan peluang kerja.

### **2.3 Penelitian Yang Relevan**

Flora Firmina (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Pengembangan Objek Wisata Lam Goa Lawang Kuari Di Desa Seberang Kapuas Kecamatan Sekadau Hilir Kabupaten Sekadau”. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengembangan objek wisata menggunakan konsep sinegritas yaitu melalui komunikasi dan koordinasi. Sehingga dapat di ketahui bahwa masih kurangnya

partisipasi pemerintah desa serta masyarakat dalam pembangunan dan pengembangan objek wisata Alam Goa Lawang Kuari.

Persamaan penelitian terdahulu dengan yang saya teliti adalah pada pengembangan suatu objek wisata. Perbedaannya terletak pada alat analisis yang mana peneliti sebelumnya tidak menggunakan metode analisis SWOT.

Dariusman Abdillah (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Pengembangan Wisata Bahari Di Pesisir Pantai Teluk Lampung”. Penelitian ini menjelaskan bahwa sektor pariwisata memiliki nilai penting dan merupakan kontribusi nyata dalam bidang ekonomi. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pariwisata dapat tercapai dengan efektif jika pembangunan di lakukan dengan perencanaan yang baik serta adanya dukungan dari berbagai pihak baik pemerintah pusat, daerah maupun pemerintah swasta.

Persamaan penelitian terdahulu dengan yang saya adalah pengembangan objek wisata di pesisir pantai dengan menggunakan metode analisis SWOT. Perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan sebelumnya untuk mengembangkan objek wisata di pesisir pantai yang sudah ada sejak lama, sedangkan peneliti sendiri ingin mengenalkan dan mengembangkan objek wisata di pesisir pantai yang baru saja di bangun.

Maryam (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Pendekatan Analisis SWOT Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampong Djowo Sekatul Kabupaten Kendal” penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan dalam meningkatkan jumlah pengunjung melalui analisis SWOT.

Persamaan penelitian terdahulu dengan yang saya teliti adalah terletak pada pengembangan objek wisata yaitu dengan menggunakan metode SWOT. Perbedaannya yaitu penelitian yang dilakukan sebelumnya untuk meningkatkan jumlah pengunjung, sedangkan peneliti sendiri ingin meningkatkan hasil dari jumlah pengunjung.

#### **2.4 Alur Pikir**

Uma Sekaran dalam bukunya *business research* (1992) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka pikir merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Prospek dan tantangan dalam pengembangan wisata Pantai Bahari ini disusun atas dasar analisa lingkungan serta visi, misi, dan tujuan kelompok DARWIS untuk terus mengembangkan pariwisata daerah Kabupaten Sambas. Objek yang akan di analisa dalam penelitian ini adalah objek wisata Pantai Bahari dengan menerapkan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman), hal ini dimaksudkan agar kelompok DARWIS dapat memastikan kondisi atau aspek kelemahan dan keunggulan produk yang ditawarkan, serta memperhatikan adanya ancaman dari pesaing serta adanya peluang yang dihadapi dapat meningkatkan wisatawan.



**Gambar 2.1. Alur Pikir Penelitian**

