

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teoritis**

##### **2.1.1 Konsep Strategi**

Strategi berasal dari bahasa Yunani *stretegos* dan *strategia*, yang bermakna pengetahuan dan seni mengenai sumber-sumber yang tersedia dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang diinginkan. Strategi adalah bagaimana suatu organisasi mengidentifikasi suatu kondisi yang dapat berpeluang memberikan keuntungan terbaik dan membantu mencapai tujuan yang diharapkan untuk meningkatkan kompetensi dan mencapai keunggulan bersaing (Bareto, M dan Ketut G 2015). Strategi merupakan sebuah alat untuk dapat mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang. Definisi awal strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan dengan menggunakan semua sumber daya untuk mencapai tujuan (Rangkuti, 2018:3).

Rangkuti (dalam Nainggolan dan Kampana, 2015) mengemukakan strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Menurut Siagian (2016), strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Menurut Chanler (dalam Rangkuti, 2016) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai taktik dan strategi sebagai perspektif (Mintzberg dalam Dayansyah,2014).

1. Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a direct course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan: sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.
2. Strategi sebagai pola adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten,dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana ataupun diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksud maka strategi pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
3. Strategi sebagai posisi adalah menentukan produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen ataupun para penentu kebijakan sebuah startegi utamanya ditentukan oleh faktor-faktor eksternal.
4. Strategi sebagai taktik merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan(*competitor*)
5. Strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

Berdasarkan definisi menurut beberapa ahli diatas,dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu upaya atau cara yang digunakan seseorang atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan dengan efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian diatas penulis dapat menyimpulkan pengertian strategi adalah sebuah alat yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan dan kegiatan

perusahaan untuk mencari sumber-sumber, mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal dan eksternal. Strategi juga merupakan serangkaian keputusan mendasar yang dibuat dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

### **2.1.2 Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata menurut Swarbrooke (dalam Soeda dkk 2017) merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata. Pengembangan wisata 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 didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Barretio dan Giantari, 2015). Menurut UU Nomor 10 tahun 2009 tentang keparawisataan, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat kegiatan keparawisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.

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 sebagai pengembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan (Sobari dalam Anindita, 2015). Empat prinsip dasar tersebut adalah:

1. Kelangsungan Ekologi, yang berarti pengembangan pariwisata harus menjamin keberlangsungan sumber daya alam yang menjadi daya tarik wisata tetap terjaga dan terpelihara.

2. Kelangsungan Kehidupan Sosial dan Budaya, yang berarti pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam bersosialisasi serta menjaga budaya dari masyarakat tetap utuh dan terjaga.
3. Kelangsungan Ekonomi, yang berarti bahwa pengembangan pariwisata harus bisa dalam menciptakan lowongan pekerjaan kepada semua pihak untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi pariwisata tersebut.
4. Memperbaiki serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat dengan memberikan kesempatan masyarakat setempat untuk adil dalam mengembangkan pariwisata.

Suryadana (Putra,2019) menjelaskan beberapa komponen dasar wisata yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata. Komponen tersebut antara lain :

1. DayaTarik(*Attraction*).

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Indikatornya:

- a. *Something to see* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata.
- b. *Something to do* adalah agar wisatawan bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, dan relax.
- c. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut sehingga bisa dijadikan sebagai ole-ole.

2. Aksesibilitas (*Accessibilites*).

Dalam hal ini dimaksudkan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah mencapai tempat wisata tersebut. Objek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu objek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana objek wisata tersebut.Indikatornya:

- a. Jalan raya



Pengertian kawasan pariwisata ini juga diungkapkan oleh seorang ahli yaitu Inskip sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/ relaksasi, pendalaman suatu pengalaman/ kesehatan). Kawasan pariwisata merupakan salah satu bagian dari kawasan budidaya yang ditetapkan dengan fungsi utaman untuk dibudidayakan atas dasar kondisi dan potensi sumber daya alam, manusia, warisan budaya dan sumber daya buatan. Adapun kriteria kawasan pariwisata secara umum adalah :

1. Kawasan yang secara teknis dapat digunakan untuk kegiatan pariwisata, tidak mengganggu kelestarian budaya, keindahan alam dan lingkungan.
2. Kawasan yang apabila digunakan untuk kegiatan pariwisata, secara ruang dapat memberikam manfaat, antara lain : meningkatkan devisa dari pariwisata dan mendayagunakan investasi yang ada disekitarnya dan mendorong kegiatan lain yang ada disekitarnya.
3. Memiliki kemampuan untuk tetap melestarikan nilai warisan budaya, adat istiadat, kesenian dan mutu keindahan lingkungan alam.
4. Memiliki kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya.
5. Memiliki kemampuan berkembang sesuai dengan segmen pasar manca negara maupun domestik.

#### **2.1.4 Faktor Pendorong Pengembangan Wisata**

Modal kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedangkan atraksi itu harus komplementer dengan motif perjalanan wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan suatu daerah harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Menurut Soekadijo dalam Pradikta (2013:20) ada tiga modal atraksi yang dapat menarik kedatangan wisatawan diantaranya:

1. Modal Potensi Alam

Alam merupakan salah satu faktor pendukung seorang melakukan perjalanan wisata karena ada orang berwisata hanya sekedar menikmati keindahan alam,

ketenangan alam, serta ingin menikmati keaslian fisik, flora dan faunanya.

## 2. Modal Potensi Kebudayaan

Yang dimaksud potensi kebudayaan disini merupakan kebudayaan dalam arti luas bukan hanya meliputi seperti kesenian atau kehidupan kerajinan dan lain-lain. Akan tetapi meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang hidup ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Sehingga diharapkan wisatawan atau pengunjung bisa bertahan dan dapat menghabiskan waktu ditengah-tengah masyarakat dengan kebudayaannya yang dianggap menarik.

## 3. Modal Potensi Manusia

Manusia dapat dijadikan atraksi wisata yang berupa keunikan-keunikan adat istiadat maupun kehidupannya namun jangan sampai martabat dari manusia tersebut direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.

Agar dapat mengidentifikasi faktor pendorong dengan jelas maka akan dijabarkan kedalam dua elemen yaitu: kekuatan dan peluang, kekuatan merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Dalam pengembangan suatu objek wisata tidak terlepas dari kondisi maupun pihak yang dapat menghambat keberlangsungan pengembangan pariwisata yang ada disuatu daerah maupun negara.

### **2.1.5 Faktor Penghambat Pengembangan Wisata**

Faktor penghambat adalah hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menggagalkan suatu kegiatan. Pengembangan objek wisata pasti tidak terlepas dari faktor-faktor penghambat seperti berikut ini:

1. Kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata.
2. Kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sektor pariwisata.
3. Kurangnya kuantitas dan spesialisasi sumber daya manusia pada dinas terkait.
4. Kurangnya kerjasama dengan investor.

5. Belum terdapat sistem promosi yang menarik.
6. Keterbatasan sarana dan prasarana kerja pada dinas terkait dan objek wisata.
7. Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang objek wisata.

Agar dapat mengidentifikasi faktor penghambat dengan jelas maka dapat dijabarkan kedalam dua elemen yaitu: kelemahan dan ancaman, kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.

#### **2.1.6 Tahapan Strategi Pariwisata**

Pada umumnya pengembangan pariwisata selalu mengikuti siklus hidup pariwisata sehingga dapat menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan. Tahapan tersebut terdiri dari :

1. Tahap Eksplorasi (*exploratio*) yang berkaitan dengan *discovery* yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Biasanya jumlah kunjungan sedikit, wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasi sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi berminat karena belum ramai dikunjungi.
2. Tahap Keterlibatan (*involement*) yang diikuti oleh kontrol lokal, dimana biasanya oleh masyarakat lokal. Pada tahap ini terdapat inisiatif dari masyarakat lokal, objek wisata mulai dipromosikan oleh wisatawan, jumlah wisatawan meningkat, dan infrastruktur mulai dibangun.
3. Tahap Pengembangan (*development*) dengan adanya kontrol lokal menunjukkan adanya peningkatan jumlah wisatawan secara drastis. Pengawasan oleh lembaga lokal agak sulit membuahkan hasil, masuknya industri wisata dari luar dan kepopuleran kawasan wisata menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan sosial budaya sehingga adanya campur tangan kontrol penguasa lokal maupun nasional.



4. Tahap Konsolidasi (*consolidation*) ini ditunjukkan oleh penurunan tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan. Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai industri pariwisata berupa hiburan dan berbagai macam atraksi wisata.
5. Tahap Kestabilan (*stagnation*) jumlah wisatawan tertinggi telah dicapai dan kawasan ini mulai ditinggalkan karena tidak mode lagi, kunjungan ulang dan para pebisnis memanfaatkan fasilitas yang ada. Pada tahapan ini terdapat upaya untuk menjaga jumlah wisatawan secara intensif dilakukan oleh industri pariwisata dan kawasan ini kemungkinan besar mengalami masalah besar yang terkait lingkungan alam maupun sosial budaya.
6. Tahap Penurunan Kualitas (*decline*) hampir semua wisatawan telah mengalihkan kunjungannya ke daerah wisata lain. Kawasan ini telah menjadi objek wisata kecil yang dikunjungi sehari atau akhir pekan. Potensi Beberapa fasilitas pariwisata telah diubah bentuk dan fungsinya mejadi tujuan lain. Dengan demikian pada tahap ini diperlukan upaya pemerintah untuk meremajakan kembali.
7. Tahap Peremajaan Kembali (*rejuvenate*) di mana dalam tahap ini perlu dilakukan pertimbangan mengubah pemanfaatan kawasan mejadi pasar baru, membuat saluran pemasaran baru, dan mereposisi atraksi wisata kebentuk lain. Oleh sebab itu diperlukan modal baru atau kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta.

### **2.1.7 Potensi Pariwisata**

Potensi wisata adalah sebagai segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan indusrti pariwisata di daerah tersebut (Paat, 2014). Potensi dalam kepariwisataan dapat diartikan sebagai modal atau aset yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata (DTW) dan eksploitasi untuk kepentingan ekonomi yang secara ideal terangkum didalamnya perhatian terhadap aspek-aspek sosial dan budaya. Dalam pustaka kepariwisataan diidentifikasi bahwa menifestasi dari potensi wisata adalah segala atraksi yang dimiliki oleh suagu wilayah atau secara

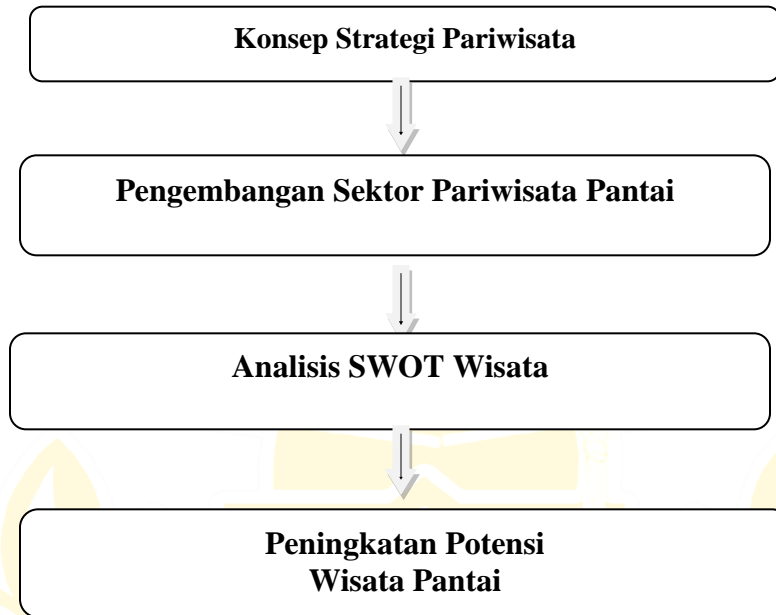
rilnya objek wisata. Jadi secara konkritnya potensi wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi andalan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Daya tarik ini yang sengaja ditonjolkan dan mempunyai makna yang dapat diambil bahwa potensi wisata sehingga perlu kiranya diungkap tentang atraksi wisata.

Potensi pariwisata Indonesia sangatlah besar dari Sabang sampai Merauke dengan segala macam objek pariwisata, yang kesemuanya itu diharapkan mampu menarik lebih banyak lagi devisa negara, baik wisatawan dalam negeri maupun wisatawan luar negeri. Potensi pariwisata sangat diperlukan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, terlebih lagi masih banyak potensi pariwisata Indonesia yang belum diolah dan dikenalkan kepada dunia. Potensi wisata juga dapat berupa sumber daya alam yang beraneka ragam dari aspek fisik dan hayati, serta kekayaan budaya manusia yang dikembangkan untuk pariwisata. Potensi wisata dibagi menjadi tiga macam yang dikembangkan untuk pariwisata. Potensi wisata dibagi menjadi tiga macam yaitu :

- a. Potensi alam adalah keadaan dan jenis flora dan fauna suatu daerah, bentang alam suatu daerah, misalnya pantai, hutan, gunung, sungai, dan lain-lain (keadaan fisik suatu daerah). Kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh alam jika dikembangkan dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya niscaya akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek tersebut.
- b. Potensi Kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan krasa manusia baik berupa adat-istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah nenek moyang berupa bangunan, monumen, dan lain-lain.
- c. Potensi buatan, manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisatawan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyimpulkan pengertian potensi wisata adalah sebagai segala sesuatu yang dimiliki berdasarkan suatu daya tarik wisata dan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan.

## 2.2 Kerangka Berpikir



**Gambar 2.2 kerangka Berpikir**

Definisi konsep adalah seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan yang mencerminkan suatu variabel dengan tujuan untuk menerangkan dan meramalkan fenomena. Adapun bagian dari definisi konsep ialah :

1. Strategi pariwisata

Strategi pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

2. Pengembangan Pariwisata Pantai

Pengembangan Pariwisata Pantai merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan dalam pengembangan pariwisata pantai.

3. Peningkatan Potensi Wisata

Potensi wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi andalan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Peningkatan potensi wisata ini sangat diperlukan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di karenakan pariwisata dapat diartikan sebagai modal atau aset yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata dan eksploitasi untuk kepentingan ekonomi yang secara ideal terangkum didalamnya perhatian aspek-aspek sosial dan budaya.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Hal sangat penting dalam peneliti saat ini adalah dasar atau landasan teori-teori dari hasil penelitian sebelumnya atau penelitian terdahulu dan hasil dari penelitian terdahulu disebut dapat dijadikan sebagai pendukung. Data yang digunakan oleh peneliti sebagai data pendukung harus memiliki kaitan dengan permasalahan yang dibahas oleh peneliti sebagai data pendukung harus memiliki kaitan dengan permasalahan yang dibahas oleh peneliti saat ini. Penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu dengan topik yang sama. Adapun penelitian terdahulu untuk jadi rujukan metodologi penelitian ini sebagai berikut :

No	Nama Peneliti (Tahun Penelitian)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wibawa dan Sumarta (2019)	Strategi Pengembangan Potensi Wisata Bahari di Pantai Atuh Desa Pejukutan, Kecamatan Nusa Peninda Kabupaten Klungkung	Penelitian ini menggunakan analisis matrix SWOT	Hasil yang diperoleh dari peneliti ini adalah pantai Atuh memiliki potensi yang dapat dikembangkan dengan mengolah daya

				tarik wisata Atuh dengan tepat, mengurangi kendala-kendala serta menjaga kelestarian Pantai Atuh.
2	Nainggolan dan Kampana (2015)	Strategi Pengembangan Sawangan Sebagai Daya Tarik Nusa Dua	Penelitian ini menganalisis menggunakan pendekatan SWOT	Penelitian ini menemukan bahwa pantai sawangan memiliki potensi berupa pantai indah berpasir putih yang tidak kalah indahnya dengan pantai-pantai sekitarnya yang sudah cukup terkenal.
3	Hidayat (2016)	Strategi perencanaan dan pengembangan objek wisata (studi kasus	Penelitian ini menggunakan analisis SWOT	Hasil dari penelitian ini adalah pantai pangandaran yang sangat

		Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis (Jawa Barat)		populer di kalangan wisatawan domestik memiliki peluang untuk menjadi sebuah wisata unggulan di Jawa Barat dengan mengoptimalkan penyiapan sarana dan prasarana untuk mendukung pengembangan wisata Bahari.
4	Pramono dan Dwimawanti (2017)	Strategi pengembangan objek wisata pantai di Kabupaten Gunung Kidul	Penelitian ini juga memakai teknis SWOT	Menghasilkan kesimpulan bahwa objek wisata pantai di Kabupaten Gunung Kidul memiliki potensi daya saing yang besar untuk dikembangkan

				<p>melalui peningkatan atraksi, memanfaatkan teknologi sebagai media promosi, meningkatkan koordinasi dengan berbagai sektor, mengadakan event nasional, melakukan pelatihan dan sosialisasi kelompok saar wisata dan lain sebagainya.</p>
5	<p>Sri Wahyuningsih, Nahmud Nuhung, Ismail Rasulong (2019)</p>	<p>Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT</p>	<p>Peluang pantai Apparalang dapat menjadi potensi wisata dunia yang berkelas jika</p>

		Bulukumba	secara dini ditata dan dikelola dengan baik. Panntai ini akan menjadi alternatif rekreasi keluarga bagi masyarakat setempat ataupun menjadi pilihan destinasi wisatawan domestik dan mancanegara .
--	--	-----------	--

Dari beberapa penelitian sebelumnya yang dipakai acuan dan penelitian ini, penulis mengadopsi teknik analisis yang digunakan oleh peneliti sebelumnya, yakni teknik analisis SWOT dengan menganalisis kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weaknes*), peluang (*opportunities*) serta ancaman (*treaths*) yang ada di lokasi penelitian serta menghasilkan rumusan strategi pengembanagn yang sesuai dengan faktor eksternal dan internal yang ada.