

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teoritis**

##### **2.1.1 Pengertian Strategi**

Arti kata “strategi” berasal dari kata Yunani Klasik, khususnya “strategos” (umum), dapat dipahami sebagai perencanaan. Menurut KBBI, strategi adalah serangkaian tindakan yang direncanakan secara cermat yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi juga dapat diartikan sebagai ilmu strategi atau penalaran yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam bahasa Inggris, strategi berarti strategi. Artinya, strategi adalah hasil pemikiran analisis objek seseorang untuk mencapai suatu tujuan.

Hazin (2024) menyatakan bahwa strategi merupakan petunjuk dalam sebuah perencanaan untuk dapat meraih sesuatu. Menurut Putra et al. (2021), strategi merupakan suatu kegiatan perencanaan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, sedangkan Rangkuti (2016) mengartikan strategi sebagai tujuan jangka panjang suatu perusahaan, serta pemanfaatan dan alokasi seluruh sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Dengan kata lain, strategi adalah seni yang digunakan orang atau kelompok untuk menggunakan sumber daya dan keterampilan mereka guna mencapai hasil yang diinginkan melalui metode yang dianggap efisien dan berhasil. Cara lain untuk mendefinisikan strategi adalah sebagai tindakan yang menyesuaikan diri dengan reaksi atau keadaan lingkungan yang muncul, baik keadaan yang diantisipasi maupun yang tidak diharapkan.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana cermat dan terstruktur yang memanfaatkan sumber daya dan kemampuan secara efektif untuk mencapai tujuan tertentu, sambil beradaptasi dengan berbagai situasi guna memperoleh hasil yang diinginkan.

### **2.1.2 Konsep Strategi**

Menurut Wikipedia, strategi adalah metode komprehensif yang melibatkan penerapan ide, perencanaan ke depan, dan pelaksanaan tindakan dalam jangka waktu tertentu. Rahman (2023) mengutip pernyataan Mintzberg yang mengemukakan bahwa konsep “taktik” itu sekarang-kurangnya meliputi 5 arti yang saling terkait, dimana strategi merupakan suatu:

- a. Perencanaan untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara tradisional dan mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c. Sudut yang diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.
- d. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya yang menjadi batas bagi aktivitasnya.
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk melabui para pesaing.

Tujuan utama suatu strategi adalah untuk memungkinkan suatu organisasi mengamati variabel internal dan eksternal secara objektif guna memprediksi perubahan dalam lingkungan eksternal (Rahman, 2023). Untuk mencapai visi organisasi, strategi menetapkan pola pengambilan keputusan. Pilihan organisasi kemudian akan berfungsi sebagai panduan untuk menilai kemajuannya saat rencana tersebut diimplementasikan.

Dalam konteks pariwisata, konsep strategi sangat penting dalam merancang pendekatan yang tepat untuk mengembangkan daya tarik wisata serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Sagita (2019) mendefinisikan strategi sebagai rencana luas dan integratif yang membantu bisnis pariwisata mencapai tujuannya melalui alokasi dan pemanfaatan sumber daya yang efektif, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan dari para pesaing. Dengan memahami kebutuhan wisatawan, kondisi pasar, dan potensi daerah, strategi dapat dibentuk untuk memaksimalkan keuntungan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Oleh karena itu, strategi untuk perluasan pariwisata ditetapkan untuk memaksimalkan kemungkinan dan kemampuan sambil mengelola risiko dan kendala.

Maka pariwisata adalah pendekatan menyeluruh yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk mengembangkan daya tarik wisata dengan mempertimbangkan kebutuhan wisatawan, kondisi pasar, serta potensi daerah, melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal dan analisis SWOT guna menghadapi persaingan dan memaksimalkan kesejahteraan masyarakat setempat.

### 2.1.2 Pengembangan Pariwisata

Perkembangan menurut Masatip et al. (2022) merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh individu untuk meningkatkan jati diri dan kemampuan subjek agar dapat melaksanakan tindakannya dengan benar dan ideal. Menurut Pramono & Dwimawanti (2017) proses pengembangan sesuatu yang sudah ada untuk menciptakan barang dan jasa yang bermutu tinggi, seimbang, dan bersifat inkremental dikenal sebagai pembangunan.

Swarbrooke, yang dikutip oleh Soeda et al. (2017:6), menegaskan bahwa pengembangan pariwisata adalah serangkaian inisiatif yang ditujukan untuk mencapai integrasi dalam pemanfaatan sumber daya pariwisata yang beragam dan mengintegrasikan semua elemen. Sedangkan strategi pengembangan pariwisata menurut Saputra (2016) adalah suatu perencanaan yang menyeluruh dan terpadu dari sektor publik, swasta, masyarakat, dan akademisi untuk mengkaji keterbatasan serta kondisi lingkungan internal dan eksternal obyek wisata agar dapat menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Menurut Barreto dan Giantri, “Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha untuk memperbaiki atau memajukan daya tarik wisata agar daya tarik wisata tersebut menjadi lebih baik dan menarik baik dari segi tempat maupun dari segi objek yang ada di dalamnya sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung.” (Astiana, 2022). Sejalan dengan itu, Yoeti menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata adalah salah satu cara untuk menarik minat pengunjung, hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata adalah:

1. Wisatawan
2. Transportasi
3. Atraksi/Obyek Wisata

#### 4. Fasilitas Pelayanan

#### 5. Informasi dan Promosi (Pramono & Dwimawanti, 2017).

Pemerintah Indonesia, dengan dukungan Bank Dunia, telah menyusun Rencana Induk Pariwisata Terpadu (ITMP) dalam Program Pembangunan Pariwisata Terintegrasi dan Berkelanjutan (P3TB) yang meliputi peningkatan kapasitas kelembagaan, infrastruktur dasar, partisipasi lokal, dan iklim investasi swasta yang kondusif. Suryadana (Putra, 2019) memaparkan sejumlah daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan lembaga pengelola. Dari setiap langkah pengembangan pariwisata, penting untuk mempertimbangkan variabel-variabel yang mendukung atau menghambat proses pengembangan pariwisata agar mudah merancang program pengembangan di suatu wilayah negara yang berpotensi untuk dikembangkan.

Disimpulkan bahwa Pengembangan pariwisata adalah upaya terpadu yang melibatkan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas objek wisata, infrastruktur, dan pelayanan melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal guna menciptakan destinasi yang menarik, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi.

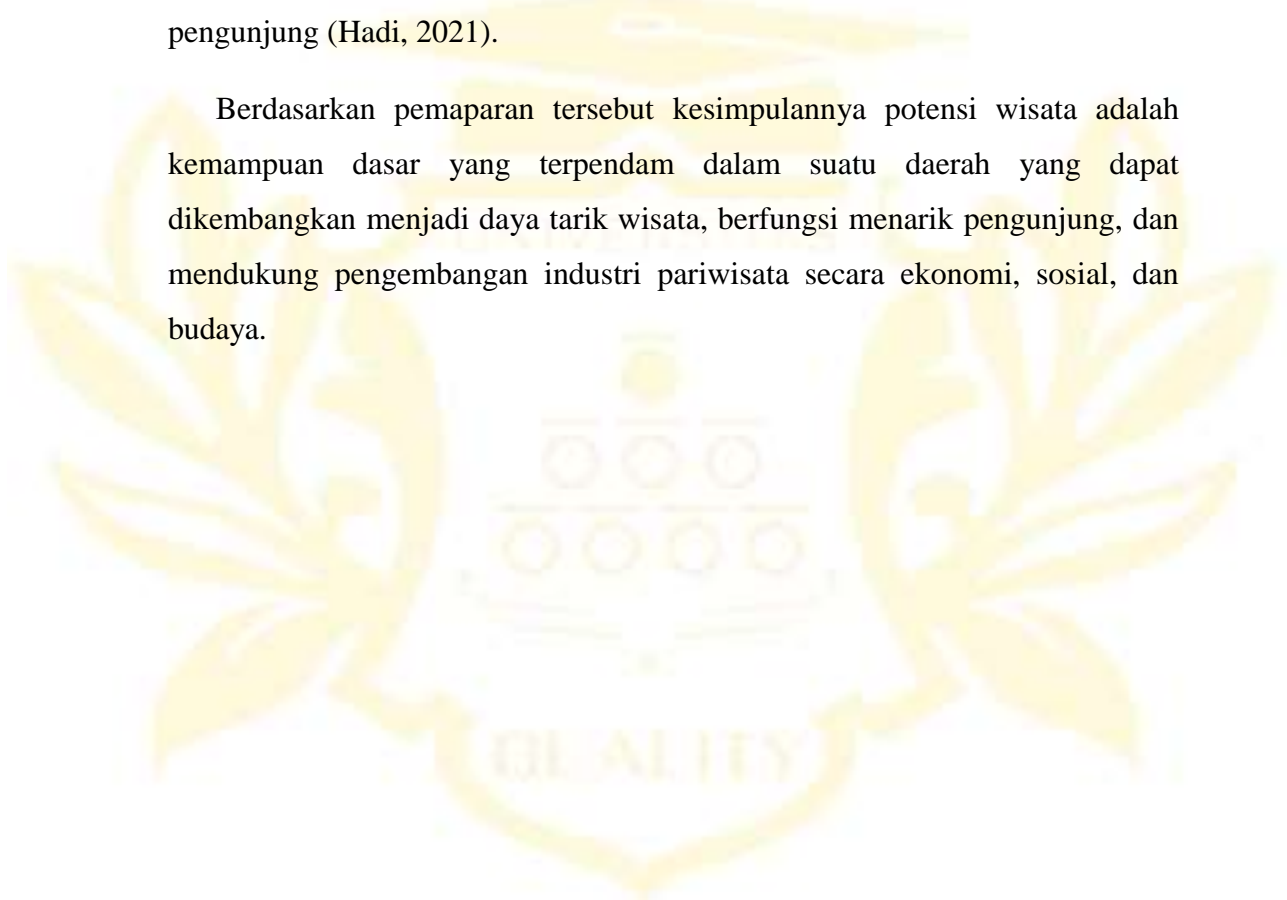
### **2.1.3 Potensi Wisata**

Potensi dapat dikembangkan melalui usaha-usaha terencana dan terprogram dengan strategi-strategi perencanaan yang tepat. Kata potensi berasal dari bahasa Inggris yaitu

*potency, potential, dan potentiality*. Setiap frasa tersebut memiliki makna yang berbeda, seperti potensi yang berarti kekuatan, tenaga, energi, dan kemampuan. Istilah potensi mengacu pada kemampuan laten yang dapat dikembangkan dan menjadi aktual. Sementara istilah potensi mengacu pada karakteristik atau atribut pembeda yang memiliki satu kapasitas, daya, atau kekuatan yang dicakup untuk masa depan dengan cara tertentu.

(Arianti, 2019) Mariotti mendefinisikan potensi pariwisata sebagai segala sesuatu yang ada di suatu lokasi destinasi wisata yang dapat menarik minat pengunjung (Hadi, 2021).

Berdasarkan pemaparan tersebut kesimpulannya potensi wisata adalah kemampuan dasar yang terpendam dalam suatu daerah yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata, berfungsi menarik pengunjung, dan mendukung pengembangan industri pariwisata secara ekonomi, sosial, dan budaya.





#### **2.1.4 The Kaldera Toba**

Kaldera Toba merupakan destinasi wisata di Danau Toba, Sumatera Utara yang masuk dalam jajaran sepuluh destinasi wisata terbaik di Indonesia. Kaldera Toba Nomadic Escape merupakan destinasi wisata baru yang menawarkan fasilitas dan atraksi wisata baru. Kaldera Toba Nomadic Escape terletak di Desa Sibisa, Kecamatan Ajibata, Kabupaten Toba. Kaldera Toba menyediakan fasilitas berupa 15 Bell Talent, 2 Cabin, 2 Bubble Tent, dan area parkir untuk campervan atau karavan. Kaldera Toba juga memiliki Kaldera Amphitheater yang berkapasitas 250 orang, serta Kaldera Plaza, Kaldera Stage, dan Kaldera Hill.

The Kaldera Toba saat ini dikelola oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba (BPODT). Selain membangun fasilitas-fasilitas yang menjadi potensi wisata di The Kaldera Toba, lembaga BPODT juga sering mengadakan event yang bersifat Internasional. Hal tersebut membuktikan bahwa The Kaldera Toba tidak hanya eksis sebagai destinasi Nasional, melainkan hingga Internasional.

#### **2.2 Penelitian Relevan**

Penelitian yang relevan merupakan penelitian yang telah pernah dilakukan sebelumnya dan dianggap relevan dengan topik atau judul penelitian yang akan dilakukan, serta berguna untuk menghindari penelitian yang berulang-ulang terhadap pokok bahasan yang sama. Dalam kajian ini, penelitian yang relevan digunakan sebagai pedoman pendukung.

1. **“Strategi Pengembangan Wisata Di Kawasan Gunung Andong Magelang”** Oleh : M Ryan Saputra & Rodhiyah (2016)

Berdasarkan analisis SWOT, beberapa strategi pengembangan kawasan wisata tersebut antara lain adalah pengembangan wisata baru seperti agrowisata, pembentukan kelompok pemandu wisata, penyewaan porter, dan peningkatan layanan penyewaan peralatan outdoor.

2. **“Strategi Pengembangan Pantai Nimtuka Sebagai Potensi Wisata Berbasis Masyarakat Di Desa Bone, Kabupaten Kupang”** Oleh : Martarida Bagaihing, Christina Mariana Mantolas, Yudha Eka Nugraha (2022)

Mengetahui strategi pengembangan Pantai Nimtuka yang berbasis masyarakat di Desa Bone, Kecamatan Nekamese, Kabupaten





Kupang. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan informan dipilih menggunakan strategi purposive sampling. Wawancara, dokumentasi, telaah pustaka, dan observasi digunakan sebagai strategi pengumpulan data.

Persamaannya terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengambilan informan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data pada penelitian ini juga menggunakan analisis data matriks SWOT.

3. **“Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Gunungkidul”** Oleh : Aditya Pramono, Ida Hayu Dwimawanti (2017)

Penelitian ini berfokus pada strategi untuk meningkatkan sektor pariwisata, khususnya wisata pesisir. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan analisis SWOT sebagai instrumen utama. Penelitian ini menyimpulkan bahwa, meskipun Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul telah melakukan strategi pengembangan wisata pesisir, beberapa indikator belum berhasil, terbukti dari belum meratanya pembangunan di beberapa destinasi unggulan dan masih rendahnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

4. **“Strategi Pengembangan Desa Pangsan Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Petang Kabupaten Badung”** Oleh : Putu Agus Wikanatha Sagita (2019)

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi potensi sebagai daya tarik wisata; (2) menganalisis lingkungan internal dan eksternal, serta (3) merumuskan strategi dan program yang digunakan untuk mengembangkan Desa Pangsan sebagai destinasi wisata.

Jenis penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa potensi daya tarik wisata di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Bandung terbagi menjadi dua kategori, yaitu potensi alam dan potensi budaya. Hasil kajian lingkungan internal dan eksternal menunjukkan bahwa Desa Pangsan masuk dalam kategori cukup baik (pada sel V) karena menggunakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk secara umum yang dapat diterapkan dengan mengembangkan fasilitas dasar dan pendukung, memperkuat kolaborasi, dan promosi; serta strategi WT (*Weaknesses Threats*) yang dapat diterapkan dengan mengembangkan sumber daya manusia dan kelompok sadar wisata "Kelompok Sadar Wisata".

Penelitian tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif deskriptif. Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian tersebut dibantu dengan matriks IFAS-EFAS dan analisis SWOT. Sedangkan pada penelitian ini teknik analisis data hanya menggunakan analisis matriks SWOT.

5. **“Strategi Pengembangan Wisata Religi Pura Giri Sutra Mandala”** Oleh : Iis Purniawati, Neli Aida, Arivina Ratih, Asih Murwiati (2022)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggunakan analisis SWOT guna menetapkan strategi pengembangan pariwisata terbaik bagi Pura Giri Sutra Mandala. Berdasarkan hasil penelitian ini, strategi pengembangan pariwisata di Pura Giri Sutra Mandala adalah dengan memaksimalkan potensi pura, yang meliputi optimalisasi bangunan pura dan keindahan alam di sekitarnya, peningkatan berbagai kegiatan keagamaan, optimalisasi fasilitas dan aksesibilitas, serta penambahan anggota Pecalang dan BHABINKAMTIBMAS.

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian tersebut dibantu dengan matriks IFAS-EFAS dan analisis SWOT. Sedangkan pada penelitian ini teknik analisis data hanya menggunakan analisis matriks SWOT. Penelitian tersebut dilakukan di Dusun Banjarejo, Desa Mataram, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung.

6. **“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Tangga Seribu Delleng Sindeka Sebagai Daya Tarik Wisata Kabupaten Pakpak Bharat Sumatera Utara”** Oleh : Feronika Berutu (2023)

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Sumber data primer dan sekunder berupa data penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan studi kepustakaan, serta prosedur analisis data triangulasi yaitu membandingkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik, Amenities, Aksesibilitas dan Ancillary Service yang dimiliki oleh destinasi wisata banyak bisa dikembangkan melihat potensi, keunikan dan kebudayaan yang dimiliki.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya terletak pada jenis penelitian yaitu kualitatif deskriptif. Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian tersebut adalah deskriptif kualitatif dengan Triangulasi metode. Sedangkan pada penelitian ini teknik analisis data hanya menggunakan analisis matriks SWOT.

7. **“Strategi Pengembangan Objek Wisata Tangkahan Taman Nasional**

**Gunung Leuser Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Langkat”**

Oleh : Yesy Beby Emelya (2022)

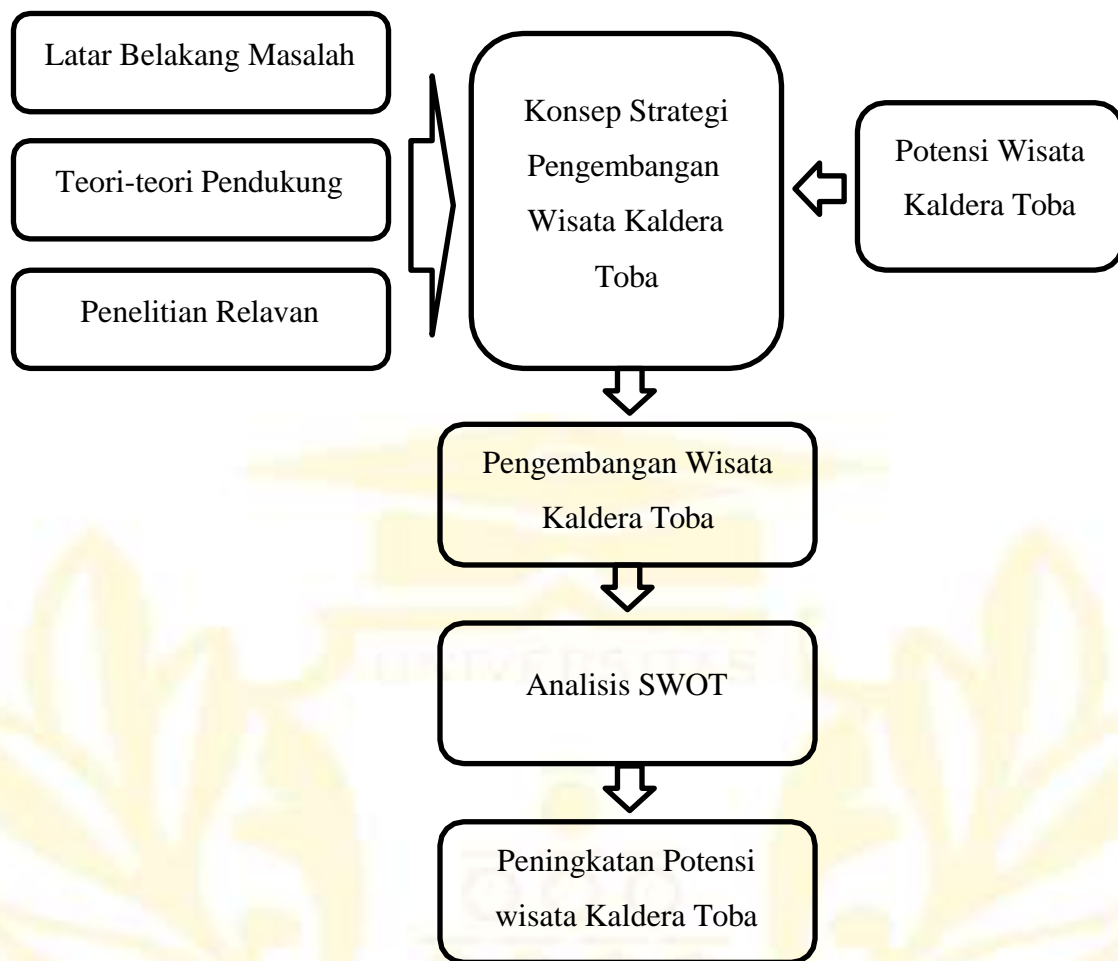
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengembangan objek wisata Tangkahan Taman Nasional Gunung Leuser sebagai daerah tujuan wisata Kabupaten Langkat dengan menggunakan analisis SWOT. Teknik analisis data dengan melakukan reduksi data (reduction data), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan (concluting drawing). Hasil penelitian diperoleh Strategi SO: (1) Mempromosikan Potensi alamm dan berbagai flora dan fauna eksotik Langkat dengan menggunakan Perkembangan Teknologi informasi dan media sosial; (2) Meningkatkan kualitas Taman Nasional Gunung Leuser sebagai Sekolah alam bagi pengenalan ekosistem/ ekowisata guna



meningkatkan minat dan apresiasi masyarakat terhadap lingkungan hidup dan pariwisata. Strategi WO: (1) membenahi sarana dan prasarana serta jalan yang rusak guna memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Tangkahan; (2) Meningkatkan kualitas SDM, serta melakukan pemetaan pelestarian sejarah dan kepurbakalaan di Kabupaten Langkat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi; (3) Mengedukasi masyarakat dalam hal melestarikan peninggalan sejarah dan tentang adat budaya daerah, serta pelestarian lingkungan dalam mempertahankan dan meningkatkan minat dan apresiasi masyarakat terhadap lingkungan hidup dan pariwisata. Strategi ST: (1) Memanfaatkan dan mengembangkan Potensi alam yang masih besar dan asri, mempermudah akses menuju lokasi-lokasi pariwisata, serta mengembangkan dan mempertahankan potensi flora dan fauna autentik yang dimiliki dalam menghadapi tantangan persaingan pariwisata; (2) Memberikan edukasi dan pelatihan DARWIS (Sadar Wisata) dan pelatihan SAR, serta pentingnya budaya setempat bagi masyarakat sekitar objek wisata. Strategi WT: (1) Melakukan mediasi dan negosiasi antar stakeholder pariwisata dengan pihak PTPN dalam hal pembebasan lahan guna pembangunan dan pengembangan sarana dan prasarana; (2) Menyusun pemetaan pelestarian sejarah dan kepurbakalaan di Kabupaten Langkat, serta melakukan sosialisasi terhadap masyarakat tentang adat budaya daerah guna mempertahankan budaya yang menjadi penciri di Langkat.

### 2.3 Kerangka Berfikir

Berdasarkan pemaparan teori-teori pada kerangka teoritis, kerangka berpikir sebagai berikut ;



**Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berfikir**

Provinsi Sumatera Utara merupakan destinasi wisata selain Bali, NTT, Jawa, dan destinasi wisata lainnya di Indonesia. Provinsi ini memiliki sejumlah objek wisata yang menarik, termasuk Danau Toba, dan menjadi alasan utama wisatawan untuk mengunjungi objek wisata dalam waktu singkat.

Salah satu destinasi wisata Danau Toba terbaik adalah *The Kaldera Toba Nomadic Escape* (Kaldera Toba) juga sering menyelenggarakan acara bertaraf internasional yang menarik minat wisatawan dari seluruh mancanegara. Tren ini menunjukkan bahwa The Kaldera Toba berpotensi menjadi destinasi wisata populer jika strategi yang tepat diterapkan untuk mengatasi tantangan yang ada.

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, Kaldera Toba : *The Kaldera Toba Nomadic Escape*, masih menghadapi sejumlah permasalahan yang menghambat pengembangannya sebagai destinasi wisata unggulan. Berdasarkan informasi data dari bulan Mei hingga Agustus 2024 mengalami penurunan ditiap bulannya. Dalam konteks ini, penting untuk menyusun strategi pengembangan

wisata yang dapat memaksimalkan potensi Kaldera Toba di Pardamean Sibisa.

Peningkatan potensi wisata dapat dilakukan dengan melakukan pembenahan dan pengembangan berupa pembangunan pariwisata yang bersifat berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan menekankan pada keseimbangan antara kepentingan ekonomi, pelestarian budaya, dan konservasi lingkungan, sehingga manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan oleh generasi berikutnya





Oleh karena itu, pengembangan pariwisata harus direncanakan dan dikelola secara strategis agar dapat mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Tiga elemen penting yang harus dimiliki oleh suatu destinasi wisata agar dapat berkembang dan menarik wisatawan adalah aksesibilitas, atraksi, dan amenities. Hasil penelitian Feronika Berutu (2023) menunjukkan bahwa daya tarik, amenities, aksesibilitas, dan layanan pendukung destinasi wisata Seribu Delleng Sindeka sangat penting dan perlu dikembangkan sebaik-baiknya dengan tetap memperhatikan potensi, kekhasan, dan budaya yang dimilikinya guna meningkatkan daya tarik destinasi.

Untuk menilai data dalam menyusun strategi pengembangan pariwisata, pendekatan SWOT sering digunakan. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara berkala guna merancang strategi pengembangan menjadi alasan di balik analisis ini.

Peneliti mencoba untuk mendeskripsikan strategi pengembangan The Kaldera Toba yang telah dilaksanakan oleh masyarakat ataupun pengelola di Desa Pardamean Sibisa, untuk mengembangkan Kaldera Toba menjadi objek yang lebih dikenal oleh wisatawan dan dalam rangka pengembangan wisata Kaldera Toba.

## 2.4 Defenisi Konsep

Pada bagian ini akan dijelaskan defenisi konsep terkait kerangka teoritis yang sudah dipaparkan

- a. Strategi adalah rencana cermat dan terstruktur yang memanfaatkan sumber daya dan kemampuan secara efektif untuk mencapai tujuan tertentu, sambil beradaptasi dengan berbagai situasi guna memperoleh hasil yang diinginkan.
- b. Pengembangan pariwisata adalah upaya terpadu yang melibatkan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas objek wisata, infrastruktur, dan pelayanan melalui pemanfaatan sumber daya secara optimal guna menciptakan destinasi yang menarik, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi.
- c. Potensi wisata adalah kemampuan dasar yang terpendam dalam suatu daerah yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata, berfungsi menarik pengunjung, dan mendukung pengembangan industri pariwisata secara ekonomi, sosial, dan budaya.