

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan serta agar terhindar dari adanya kesamaan atau plagiarisme dengan penelitian ini. Maka dalam hal ini, peneliti memaparkan beberapa penelitian yang sebelumnya dilakukan sebagai penelitian terdahulu yang relevan, sebagai berikut:

Tabel 2. 1Kajian Penelitian Terdahulu

Nama (<i>name</i>)	Mario Barreto, G.A.Ketut Giantari	Vina Wahyuni	Sri Wahyuningsih, Mahmud Nuhung, Ismail Rasulong
Jenis luaran laporan penelitian	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana	Skripsi	Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Tahun	2015	2016	2019
Universitas (<i>university</i>)	Universitas Udayana	Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (Stkip) Pgri Sumatera Barat Padang	Univesitas Muhammadiyah Makassar
Judul (<i>Title</i>)	Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste	Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis Di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan Kota Padang	Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba
Latar Belakang (<i>Historical Background</i>)	Kabupaten Bobonaro merupakan sebuah kabupaten yang memiliki kekayaan alam yang luar biasa yang sangat berpotensi untuk pengembangan pariwisata dengan banyaknya potensi wisata dan potensi	Pariwisata yang diyakini banyak kalangan sebagai sumber penggerak ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, media dalam meciptakan keharmonisan sosial menjadi prioritas	Pantai Apparalang yang terletak di Desa Ara, Kecamatan Bonto Bahari sekitar 41 km dari kota Bulukumba dapat ditempuh menggunakan kendaraan dengan waktu 60 menit dan melewati jalan yang curam, berbatu, dan berlubang,

	<p>budaya yang dimiliki. Sumber daya alam yang dimiliki berupa hutan dengan segala isinya, daratan dengan segala bentuknya, serta lautan dengan segala potensinya yang akan dimanfaatkan secara terus-menerus untuk kepentingan pembangunan. Potensi tersebut merupakan aset yang harus dimanfaatkan secara optimal melalui kepariwisataan.</p>	<p>pembangunan di banyak negara. Untuk mewujudkan keyakinan tersebut pariwisata harus dibangun dan dikembangkan secara terencana, terpadu dan terintegrasi serta berkelanjutan.</p>	<p>kurangnya tempat peristirahatan dan warung-warung yang disediakan bagi pengunjung. Potensi yang dimiliki objek wisata pantai Apparalang masih perlu dikembangkan lagi agar menjadi daerah tujuan wisata utama yang paling diminati di kota Bulukumba. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan objek wisata yang benar-benar disusun secara matang disertai dengan penangan yang baik oleh pihak pengelola objek wisata pantai Apparalang itu sendiri maupun masyarakat. Selain itu peran masyarakat juga sangat diperlukan agar pengembangan objek wisata pantai Apparalang tersebut dapat terealisasi dengan baik</p>
<p>Konteks Kekinian terkait dengan Topik (Current Context)</p>	<p>Salah satu obyek wisata yang menarik perhatian para wisatawan domestik dan wisatawan asing adalah sumber air panas dan tias-Nya di Marobo. Marobo ini akan memegang peranan penting dalam pembangunan sektor wisata. Antropolog perancis Brigitte Clamagirand pernah menetap dalam waktu lama ditengah masyarakat pada tahun 1966 sampai 1970 yang tertarik mempelajari budaya dan</p>	<p>objek wisata yang sudah populer keberadaannya beberapa tahun terakhir ini mengalami masalah yang cukup serius. Berdasarkan observasi awal, penulis melihat sepinya pengunjung yang berwisata di Pantai Air Manis pada hari libur dan kurangnya pemeliharaan dan pengembangan potensi yang telah ada. Hal ini terlihat dari memburuk dan kurang terawatnya</p>	<p>Dinas Kebudayaan dan Parawisata yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata khususnya pantai Apparalang agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka mencapai</p>

	<p>kepariwisataan Timor Leste. Ia membuat dokumentasi tentang budaya dan obyek wisata air panas. Brigitte Clamagirand mengemukakan bahwa Marobo adalah salah satu obyek wisata yang strategis untuk perekonomian suatu daerah dimasa yang akan datang, berdasarkan hasil sensus penduduk Fo Fila Fali Tahun 2010.</p>	<p>batu Malin Kundang sebagai daya tarik utama objek wisata dan ketersediaan fasilitas penunjang objek wisata Pantai Air Manis di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan.</p>	<p>tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Analisa dalam pengembangan strategi berdasarkan dimensi-dimensi strategi yang digunakan yaitu Tujuan, Kebijakan, dan Program (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal :2003).</p>
<p>Teori-teori yang telah dan sedang dipergunakan peneliti lain (Theories Underpinning)</p>	<p>koordinasi melalui sebuah komitmen dan tindakan yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi inti dan mencapai keunggulan bersaing. Sedangkan menurut Dirgantoro (2004) dalam Mulyadi et al. (2012) strategi adalah bagaimana suatu organisasi mengidentifikasi suatu kondisi yang dapat berpeluang memberikan keuntungan terbaik dan membantu mencapai tujuan yang diharapkan serta mengarahkan seluruh sumber daya kearah manajerial. Suatu strategi yang baik terdapat suatu koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan</p>	<p>Menurut Naldi Hendra (2012: 12) strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat.</p>	<p>Manajemen strategi didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategis ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau sustainable termasuk dari segi profit yang stabil. Strategi merupakan suatu cara untuk bersaing dengan menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi melebihi perusahaan lain untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan rencana yang dirancang dengan memastikan tujuan utama organisasi.</p>

	secara efektif		
Mendudukan terminologi-terminologi yang relevan yang dipergunakan dalam berbagai penelitian sejenis (Terminology) Metode Penelitian	Pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Menurut Simamora (2004) analisis deskriptif merupakan upaya penelusuran dan pengungkapan informasi yang relevan yang terkandung dalam data penyajian yang lebih ringkas dan sederhana yang pada akhirnya mengarah pada keperluan adanya penjelasan dan penafsiran. Analisa tersebut didapat dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan kemudian dihimpun beberapa variabel internal dan eksternal untuk dijadikan bahan pembahasan dengan pihak manajemen mengenai faktor-faktor kunci internal dan eksternal perusahaan, mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menggunakan metode Delphi. Kelompok variabel tersebut kemudian dijabarkan dalam matrik Internal Factor Evaluation (IFE) dan analisa lingkungan eksternal perusahaan yang dijabarkan dalam matrik External Factor dari itu pihak pemerintah maupun swasta perlu menentukan strategi usaha dalam upaya menghadapi	Berdasarkan judul penelitian dan masalah serta sesuai dengan tujuan sifat masalah yang diteliti maka penelitian ini termasuk kedalam penelitian dekriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel dan fenomena-fenomena yang terjadi ketika penelitian berlangsung dan menyajikan apa adanya.	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yaitu analisis yang dimaksud untuk melihat sejauh mana penerapan strategi pengembangan objek wisata dalam meningkatkan wisatawan yang berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, tanggapan-tanggapan serta tafsiran yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi kepustakaan untuk memperjelas gambaran hasil penelitian, dalam hal ini "Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba".

	persaingan.		
Penjelasan bukti-bukti terkait pentingnya topik riset ini (Significant) Hasil Penelitian	<p>Dari hasil evaluasi dan uraian yang dilakukan pada objek wisata air panas marobo pada bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan: Variabel lingkungan internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan objek wisata air panas Marobo pada masa sekarang yaitu: Keberadaan kualitas objek wisata, keberadaan Memiliki objek wisata yang unik, promosi, keberadaan Kualitas air panas, keberadaan Pengembangan objek wisata, kualitas SDM, Ketrampilan tenaga kerja, akses ke modal usaha, dukungan pihak terkait, inovasi objek wisata, kelemahannya adalah infrastruktur pada objek wisata itu sendiri belum memadai. Variabel kekuatan objek wisata air panas Marobo pada masa mendatang adalah: infrastruktur jalan raya, tempat wisata yang perlu dibangun dan ditata dengan baik, promosi, perhotelan dan restaurant. Sehingga kelemahan obyek wisata air psanas Marobo di masa yang akan datang sudah teratasi dan diantisipasi pada masa sekarang. Variabel lingkungan eksternal yang merupakan peluang dan ancaman</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pemahaman dalam penelitian mengenai Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis di Kelurahan Air Manis Kecamatan Padang Selatan Kota Padang dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Kondisi sapta pesona pantai Air Manis secara kasat mata sudah baik, hal ini dapat dilihat dari tampilan alam yang sangat indah, namun ada beberapa masalah yang timbul dan dikhawatirkan dapat mengurangi nilai jual objek wisata ini antara lain yaitu kurang terawatnya batu Malin Kundang yang menjadi icon utama dari Pantai Air Manis itu sendiri, belum tersedianya beberapa sarana dan prasarana yang cukup untuk mendukung perkembangan objek wisata ini, masalah sampah yang masih belum terselesaikan di beberapa titik lokasi Pantai Air Manis, pantai yang terlihat becek dikarenakan kendaraan yang bebas berlalu lalang disepanjang pantai. 2. Pengelolaan objek wisata Pantai Air Manis ini sebagian dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota</p>	<p>Berdasarkan hasil wawancara penelitian maka dapat dijelaskan bahwa Dinas Parawisata Kabupaten Bulukumba masih menghadapi masalah dalam hal pengadaan fasilitas pemeliharaan dan penataan wisata pantai Apparalang. Dalam hal fasilitas wisata pantai Apparalang masih banyak membutuhkan pembangunan seperti penginapan, toilet, dan penyewaan alat-alat selam. Dinas parawisata Kabupaten Bulukumba masih membutuhkan banyak dukungan pemerintah begitupun halnya dalam hal penataan.(Wahyuningsih et al., 2019)</p>

	<p>objek wisata air panas Marobo pada masa sekarang dan masa mendatang. Variabel lingkungan eksternal yang merupakan peluang untuk objek wisata pada masa sekarang ditunjukkan oleh indikator kondisi perekonomian nasional, Tingkat Inflasi di Kabupaten Bobonaro, Tingkat pendapatan yang semakin baik, Peraturan Pemerintah, bantuan pemerintah, Perubahan Minat wisata, Infrastruktur komunikasi dan informasi yang mudah di jangkau, pesaing, Kekuatan untuk peningkatan pariwisata, dan kekuatan untuk pengunjung. Variabel lingkungan eksternal ini yang merupakan peluang untuk objek wisata merupakan ancaman di tahun 2015.(Barreto & Giantari, 2015)</p>	<p>Padang dan sebagian lagi dikelola oleh masyarakat setempat. Hal ini mengakibatkan beberapa masalah karena rendahnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata seperti banyaknya pungutan liar yang dilakukan oleh masyarakat sebagai tuan rumah sekaligus pengelola, dan tingginya harga tiket masuk yang dijual oleh masyarakat. 3. Strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Air Manis yaitu antara lain dengan meningkatkan promosi objek wisata Pantai Air Manis, merawat hal-hal yang menjadi nilai jual Pantai Air Manis, memperbaiki dan melengkapi sarana dan prasarana di objek wisata Pantai Air Manis, memberikan penyuluhan dalam bentuk pengetahuan kepada masyarakat mengenai pariwisata agar seluruh komponen dapat bekerja sama dalam upaya pengembangan objek wisata Pantai Air Manis.(Vina Wahyuni, 2016)</p>	
--	---	--	--

2.1.2. Teori Administrasi

Menurut Sondang P. Siagian administrasi adalah: "Keseluruhan proses kerja sama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya".(Mufiz, 2015)

Sedangkan menurut Munawardi Reksohadiprawiro, administrasi adalah: "Dalam arti sempit, administrasi berarti tata usaha yang mencakup setiap pengaturan yang rapi dan sistematis serta penentuan faktafakta secara tertulis, dengan tujuan memperoleh pandangan yang menyeluruh serta hubungan timbal balik antara satu fakta dengan fakta lainnya". Maka administrasi adalah rangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan cara kerja sama.(Mufiz, 2015)

Adapun cabang-cabang Administrasi Publik, Pemilahan cabang-cabang administrasi publik dilakukan berdasarkan pendekatan yang dilakukan, yang pada umumnya memilih salah satu dari lima alternatif pendekatan yang terdiri dari sistem, teori, perilaku, normatif dan sumber daya. Sebagian dari hasilnya adalah sebagai berikut.

1. Prinsip-prinsip Administrasi Publik.
2. Perencanaan Pembangunan.
3. Kebijakan Publik.
4. Reformasi Administrasi.
5. Hukum Administrasi Negara.
6. Administrasi Pemerintahan Daerah.
7. Organisasi dan Manajemen Publik.

8. Manajemen Strategis.
9. Teori Administrasi.
10. Teori Organisasi.
11. Perilaku Organisasi.
12. Kepemimpinan.
13. Manajemen Sumber Daya Manusia. (Mufiz, 2015)

2.1.2.1 Prinsip-prinsip Administrasi

Prinsip Hirarki

Prinsip hirarki melukiskan mengenai penataan yang tepat terhadap keterampilan pegawai, pemberian penghargaan terhadap pegawai dan penempatan kewenangan dalam organisasi. Pegawai Negeri Sipil, Tenaga Kontrak, dan Tenaga Honorer dalam lingkungan organisasi pemerintah memiliki keterampilan yang beragam. Dalam pendekatan klasik dikemukakan bahwa penempatan personil organisasi hendaknya memperhatikan aspek keterampilan pegawai tersebut.

Prinsip Spesialisasi Fungsional

Pekerjaan utama pemerintah adalah menyediakan pelayanan publik dan barang publik yang berkualitas bagi masyarakat. Pekerjaan besar ini tentunya memiliki tingkat kompleksitas yang cukup besar. Oleh karenanya, perlu dilakukan pembagian kerja dalam organisasi pemerintah berdasarkan jenis kerja yang spesifik.

Dalam konteks organisasi pemerintah yang melakukan pembagian kerja tersebut adalah Badan Perencanaan Nasional atau Badan Perencanaan Daerah. Kedua lembaga pada level pemerintahan yang berbeda tersebut diharapkan dapat

menelaah dan menderivasi pekerjaan utama pemerintah menjadi jenis-jenis kerja yang spesifik.

Prinsip Kesatuan Komando

Prinsip kesatuan komando merupakan penekanan terhadap pentingnya mengefektifkan komunikasi dan mereduksi distorsi instruksi yang disampaikan atasan kepada bawahannya. Sehingga sebaiknya pada setiap level organisasi hanya ada satu pejabat yang menyampaikan perintah kepada bawahan. Sebab jika seorang pegawai melayani lebih dari satu atasan maka pegawai tersebut akan kebingungan sehingga tidak efisien dalam melaksanakan tugas-tugas yang diembannya.

Prinsip Rentang Kendali

Hampir senada dengan prinsip kesatuan komando, prinsip rentang kendali menekankan bahwa sebaiknya seorang atasan memiliki jumlah bawahan yang tidak terlalu banyak sehingga kontrol terhadap bawahan dapat berjalan efektif.

Prinsip Desain Organisasi Rasional

Prinsip desain organisasi rasional merupakan cara yang ditempuh dalam menyusun organisasi, yakni berdasarkan pada pertimbangan rasional seperti tujuan, klien yang dilayani, tempat, proses dan tujuan pelayanan. Organisasi yang didesain berdasarkan tujuan misalnya Pengadilan untuk melaksanakan sidang-sidang terkait dengan perkara kriminal..(Telaah et al., 2013)

2.1.3. Definisi Strategi

Definisi strategi menurut Greek wrfter Xenophone (Cummings : 1993 134) dalam buku manajemen strategi yaitu. strategi adalah mengetahui bisnis apa yang Anda usulkan untuk dilakukan. Definisi ini menekankan bahwa strategi

memerlukan pengetahuan tentang bisnis, niat untuk masa depan, dan orientasi terhadap tindakan. Definisi ini juga menekankan hubungan antara formulasi kepemimpinan dan strategi. (Diat & Prasajo, 2018)

2.1.3.1 Aspek-Aspek Strategi

Strategi memiliki banyak aspek, Beberapa aspek yang paling penting akan dijelaskan di bawah ini:

- a) Strategi sebagai statement pernyataan tntjian dan maksud Tujuan atau maksud harus bertindak sebagai penggerak (pengemudi) masa depan. Peran strategi adalah menentukan, mengklarifikasi atau menyempurnakan tujuan.
- b) Strategi sebagai suatu rencana tingkat panggi Strategi juga memperhatikan cara bagaimana agar tujuan atau maksud dapat dicapai. Secara umum, strategi cenderung berada pada pangkat yang lebih tinggi dan mengambil keseluruhan pandangan rencana cenderung lebih rinci, lebih kuantitatif, dan lebih spesifik tentang waktu dan tanggung jawab.
- c) Strategi sebagai sarana untuk mengalahkan kompetisi Salah satu tujuan strategi adalah menang/ keberhasilan dalam arti dapat mengalah kan pesaing dalam suatu permainan/persaingan. Untuk itu, strategi dibutuhkan agar tetap berada di depan pesaing sebagai suatu kelompok kekuatan.
- d) Strategi sebagai suatu unsur kepemimpinan. Strategi memiliki hubungan erat dengan kepemimpinan dan penetapan pengaturan merupakan salah satu tanggung jawab para pemimpin. Saat pemimpin berubah, strategi

cenderung berubah sebaliknya jika strategi perlu diubah mungkin perlu menunjuk pemimpin baru,

- e) Strategi sebagai menem patkan posisi untuk masa depan Oleh karena itu, satu tujuan strategi untuk memn posisikan perusahaan untuk masa depan sehingga siap menghadapi kepada kepastian. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan membuat perusahaan lebih bisa untuk beradaptasi.
- f) Strategi sebagai kemampuan membangun Strategi sebagai pola perilaku yang dihasilkan dari budaya yang tertanam. Setiap perusahaan memn iliki budaya yang sendiri. Budaya sangat mudah diamati akan tetapi sulit untuk dirubah, Oleh karena itu startegi yang dapat diadopsi oleh perusahaan sebagian ditentuka n oleh budaya internal.(Diat & Prasajo, 2018)

2.1.4. Pengembangan Kawasan Wisata

Menurut Sastrawati (2003), definisi prinsip pengembangan kawasan wisata adalah merupakan dasar-dasar penataan kawasan yang memasukkan aspek yang perlu dipertimbangkan dan komponen penataan kawasan wisata. Beberapa aspek yang terkait dalam penataan kawasan wisata adalah:

1. Citra (image), yaitu pandangan secara fisik (viewer exposure) atau dengan merasakan (viewer sensitivity). Pandangan secara fisik berkaitan dengan jarak, elevasi dan pergerakan pandangan. Sedangkan pandangan yang melibatkan kepekaan perasaan tergantung pada sudut pandang, seperti karakter manusia, pendapat, pengalaman dan kesan yang ditimbulkan pada kawasan. Serta memiliki tema pengembangan, yaitu membentuk tema

kawasan wisata yang mempunyai kekhasan yang membedakan dengan kawasan wisata lainnya. Tema dapat berkaitan dengan kekhasan ekologi, iklim, sejarah atau sosial budaya setempat.

2. Keteraturan, yaitu penataan kawasan yang baik dan teratur didukung desain interior dan eksterior yang menarik dengan pembagian fungsi yang jelas.
3. Bangunan, yaitu orientasi bangunan yang sebaiknya ke arah pemandangan pegunungan. Ketinggian bangunan tidak menghalangi pandangan ke pemandangan pegunungan sehingga memberikan kesempatan bagi penduduk untuk menikmati pemandangan alam atau tidak mengacaukan garis langit (skyline).
4. Keselamatan (safety), yaitu bertujuan untuk melindungi penduduk dari kemungkinan-kemungkinan terjadinya musibah, seperti penataan yang dapat menimbulkan kecelakaan dan konflik.
5. Keamanan (security), yaitu bertujuan untuk memberikan rasa aman bagi penduduk dalam beraktivitas di kawasan atau kota seperti penataan kota yang mencegah terjadinya gangguan kejahatan/kriminal.
6. Pedestrian Ways yaitu bertujuan memberikan kemudahan berjalan mencapai dan menyusuri kawasan wisata sehingga tidak melelahkan, menghubungkan ruang-ruang publik, dan memberikan rasa senang untuk berjalan.
7. Atribut-atribut pengembangan di atas akan masuk dalam bagian aspek prasarana dan sarana produk wisata. Sehingga dalam aspek prasarana dan sarana terbagi dalam 3 kriteria yaitu kriteria sarana wisata, transportasi dan

perancangan.(YOGI INDRA PRATAMA, 2016)

2.1.4.1. Konsep Pengembangan Kawasan Wisata

Pengembangan kepariwisataan di suatu daerah berarti pula pengembangan potensi fisik di daerah tersebut. Di setiap obyek atau lokasi obyek mempunyai aspek-aspek yang saling ketergantungan satu sama lain, hal ini yang diperlukan agar wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan dan diharapkan wisatawan dapat berkunjung kembali. Spillane (1991) menjelaskan aspek-aspek yang mempengaruhi wisata dapat dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu :

1. Atraksi/Daya Tarik (Attraction) Menurut pengertiannya atraksi adalah dapat menarik wisatawan atau pengunjung dengan sesuatu yang dapat ditampilkan atau wisatawan tertarik pada ciri-ciri khas tertentu dari obyek wisata.
2. Fasilitas Fasilitas dalam hal ini lebih cenderung berorientasi pada atraksi disuatu lokasi karena fasilitas harus terletak dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah attraction berkembang, atraksi juga dapat merupakan fasilitas.
3. Prasarana Yang dimaksud dengan prasarana adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhinya.
4. Transportasi Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi karena faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan orang untuk

melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian transportasi dapat memudahkan wisatawan mengunjungi suatu daerah tertentu. (YOGI INDRA PRATAMA, 2016)

2.1.4.2. Komponen produk pariwisata

1. Daya Tarik wisata (*attractions*)

Dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata, merupakan Kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta dengan demikian, faktor daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang membentuk dan menentukan suatu daerah menjadi destinasi wisata.

2. Fasilitas dan pelayanan (*amenities*)

Disamping daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan Kembali ke tempat semula.

3. Kemudahan untuk mencapai destinasi (*accessibilities*)

Dalam suatu perjalanan wisata, terdapat pula faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai

destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi budget perjalanan tersebut. (afriza.lia, 2018)

2.1.5. Analisis SWOT

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis SWOT. Rangkuti (2006) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

Analisis SWOT bersifat deskriptif dan terkadang akan sangat subyektif, karena bisa jadi dua orang yang menganalisis sebuah organisasi akan memandang berbeda keempat bagian SWOT yakni kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Hal ini wajar terjadi karena analisis SWOT adalah sebuah analisis yang akan memberikan output berupa arahan dan

tidak memberikan solusi “ajaib” dalam sebuah perusahaan. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT.(nur, 2016)

2.1.5.1. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Sebagaimana yang di kemukakan oleh (Fajar Nur'aini 2016:13) dalam bukunya yang berjudul “**Teknik Analisis SWOT**” mengemukakan bahwa factor-faktor analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- 1) *Strengths* (kekuatan) merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Factor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri.
- 2) *Weaknesses* (kelemahan) 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 sebagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada.
- 3) *Opportunities* (peluang) Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/ organisasi.
- 4) *Threats* (ancaman) ini merupakan kebalikan dari peluang atau *opportunities*. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat

mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan.
(nur, 2016)

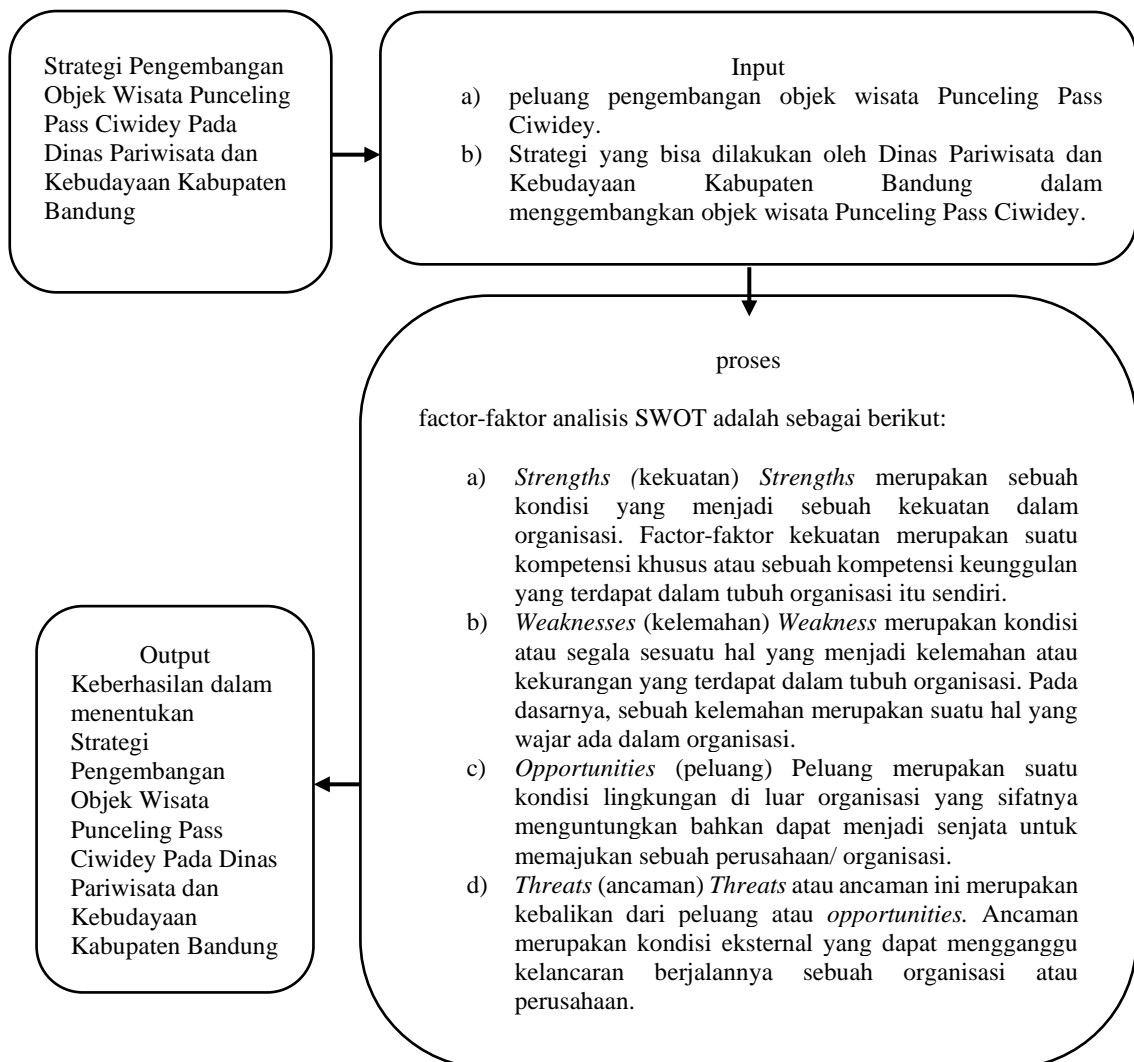
2.2. Kerangka Berpikir

Definisi strategi menurut Greek wrfter Xenophone (Cummings : 1993 134) dalam buku manajemen strategi yaitu. strategi adalah mengetahui bisnis apa yang Anda usulkan untuk dilakukan. Definisi ini menekankan bahwa strategi memerlukan pengetahuan tentang bisnis, niat untuk masa depan, dan orientasi terhadap tindakan. Definisi ini juga menekankan hubungan antara formulasi kepemimpinan dan strategi.(Diat & Prasajo, 2018)

Strategi memiliki banyak aspek, Beberapa aspek yang paling penting akan dijelaskan di bawah ini:

- a) Strategi sebagai statement pernyataan tntjian dan maksud Tujuan atau maksud harus bertindak sebagai penggerak (pengemudi) masa depan. Peran strategi adalah menentukan, mengklarifikasi atau menyempurnakan tujuan.
- b) Strategi sebagai suatu rencana tingkat panggi Strategi juga memperhatikan cara bagaimana agar tujuan atau maksud dapat dicapai. Secara umum, strategi cenderung berada pada pangkat yang lebih tinggi dan mengambil keseluruhan pandangan rencana cenderung lebih rinci, lebih kuantitatif, dan lebih spesifik tentang waktu dan tanggung jawab.
- c) Strategi sebagai sarana untuk mengalahkan kompetisi Salah satu tujuan strategi adalah menang/ keberhasilan dalam arti dapat mengalah kan pesaing dalam suatu permainan/persaingan. Untuk itu, strategi dibutuh kan agar tetap berada di depan pesaing sebagai suatu kelompok kekuatan.

- d) Strategi sebagai suatu unsur kepemimpinan. Strategi memiliki hubungan erat dengan kepemimpinan dan penetapan pengaturan merupakan salah satu tanggung jawab para pemimpin. Saat pemimpin berubah, strategi cenderung berubah sebaliknya jika strategi perlu diubah mungkin perlu menunjuk pemimpin baru,
- e) Strategi sebagai menem patkan posisi untuk masa depan Oleh karena itu, satu tujuan strategi untuk mern posisikan perusahaan untuk masa depan sehingga siap menghadapi kepada kepastian..(Diat & Prasajo, 2018)



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

