

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam sub bab ini peneliti akan memaparkan tinjauan peneliti atas beberapa penelitian serta kajian ilmiah terdahulu serta beberapa konsep yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Perlu dijelaskan bahwa hasil penelitian terdahulu digunakan buat dikaji dan ditelaah secara akurat. Penelitian tersebut antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Syaifullah (2021), dengan judul “Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Gowa” Pada penelitiannya menerangkan bahwa strategi pengembangan pariwisata di kabupaten gowa di tuangkan dalam Rencana Strategis Keputusan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gowa: 556.1/IX/BUDPAR/2016 Tentang Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gowa Tahun 2016-2021. Dalam rencana strategis itu upaya yang dilakukan dinas pariwisata kabupaten gowa seperti mengadakan event, menyediakan fasilitas-fasilitas di destinasi wisata, perbaikan infrastruktur agar wisatawan tertarik untuk datang ke destinasi tersebut. Upaya-upaya yang dilakukan dinas pariwisata dalam peningkatan wisatawan sudah efektif.

Adapun hal yang harus diperhatikan pemerintah ialah dengan memperhatikannya wisata lama agar tetap eksis di kabupaten gowa dan menarik perhatian wisatawan. Ada tiga wisata yang menarik perhatian

wisatawan yaitu wisata alam, wisata buatan dan wisata sejarah. Pembangunan kepariwisataan mempunyai peranan penting dalam menyediakan fasilitas-fasilitas, mendorong pemerataan pembangunan dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa yang dihasilkan dari jumlah pengunjung, serta berperan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi Setiawan (2020) dengan judul “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Agal Desa Merente Kecamatan Alas Kabupaten Sumbawa”, Pada penelitiannya menerangkan bahwa setelah memasuki gerbang obyek wisata air terjun Agal, akses jalan yang ada pada kawasan wisata tersebut cukup membahayakan nyawa seorang pengunjung karena akses jalan setapak yang dilalui tidak mempunyai pembatas jalan yang dapat mencegah seorang pengunjung terjatuh pada jurang yang berada disamping kiri akses jalan setapak tersebut, dan setelah melewati akses jalan setapak kita harus melewati bebatuan besar yang cukup licin sehingga pengunjung harus berhati-hati melewati bebatuan tersebut. Keindahan alam yang juga tidak terawat pada kawasan tersebut seperti prasarana bangunan yang sudah tidak terawat dan sampah yang bertebaran dimana-mana membuat pemandangan yang berada dikawasan air terjun Agal sangat tidak elok dipandang, tidak adanya tempat peristirahatan dan warung warung yang disediakan bagi seorang pengunjung untuk menikmati keindahan air terjun Agal ini, melihat permasalahan yang ada membuat seorang pengunjung sangat kurang untuk berwisata di air terjun Agal karena keamanan dan kenyamanan bagi seorang pengunjung.

Uraian diatas perlu disadari oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata mengingat bahwa obyek wisata air terjun. Strategi terkait dengan pengembangan objek wisata air terjun Agal agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata dengan menggunakan dimensi-dimensi strategi yang menciptakan strategi yang sesuai dengan pengembangan kawasan obyek wisata air terjun Agal ini. Sehingga dengan demikian pemerintah dalam hal ini Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata dapat mengambil langkah yang strategis dari pilihan yang ada. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Kanzul Fikri Majid (2020), dengan judul “Strategi Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Di Desa Sembalun Lawang Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur” Pada penelitiannya menerangkan bahwa, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa saat ini Pemerintah desa Sembaluni sedang berupaya menyusun strategi untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa Sembalun setelah terjadinya bencana gempa bumi yang banyak mengakibatkan kerusakan di destinasi wisata Sembalun, seperti jalur pendakian Taman Nasional Gunung Rinjani yang mengalami kerusakan, sehingga mengurangi minat wisatawan untuk pergi ke wisata tersebut, hal ini sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat Desa

Semalun, dikarenakan salah satu pendapatan terbesarnya yaitu berasal dari destinasi wisata Taman Nasional Rinjani. Bale adat Semalun yang berada di bawah bukit selong ini mengalami rusak parah, bangunan bale adat ini hancur akibat gempa yang terjadi setahun yang lalu, pasca gempa obyek wisata budaya ini nyaris tak pernah terurus. Kondisinya kini sangat memperhatikan, bangunan tua berupa rumah adat dan lumbung ini ambruk dan belum diperbaiki. Wisata ini sayang sekali jika pemerintah Desa Semalun tidak berusaha untuk membangun atau mengembangkan bale adat tersebut, karena menjadi ikon wisata budaya di Semalun yang cukup menarik perhatian para wisatawan asing maupun lokal.

Dari uraian penelitian terdahulu diatas, terdapat sebuah persamaan dan perbedaan dalam perbandingan penelitian terdahulu, dimana dalam persamaan penelitian diatas sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan membahas tentang pengembangan pariwisata di setiap daerah yang menjadi locus pada skripsi peneliti, serta dalam persamaan diatas membahas terkait strategi pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata. Adapun perbedaan dalam perbandingan penelitian terdahulu seperti objek penelitiannya yang berbeda seperti pada penelitian Syaifullah (2021) locus penelitiannya pada Kabupaten Gowa, lalu penelitian kedua oleh Wahyudi Setiawan (2020) locus penelitiannya pada Kabupaten Sumbawa dan yang ketiga oleh Kanzul Fikri Majid locus penelitiannya dilakukan di Kabupaten Lombok Timur dan berbeda juga pada locus peneliti yang dilakukan di kabupaten Manggarai Barat,

teori yang digunakan juga menggunakan teori para ahli yang berbeda setiap penelitian, dan yang terakhir permasalahannya berbeda.

Tabel 2.1
“Perbandingan Penelitian Terdahulu”

NO.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Syaifullah (2021)	Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Gowa	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan penelitian kualitatif. - Membahas tentang Pengembangan Pariwisata 	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitiannya berbeda. - Teori yang digunakan. - Permasalahannya berbeda.
2.	Wahyudi Setiawan (2020)	Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Agal Desa Merente Kecamatan Alas Kabupaten Sumbawa	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat persamaan yaitu Membahas tentang strategi pemerintah daerah - Metode yang dipakai kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini mendeskripsikan tentang suatu obyek wisata, teori yang digunakan juga berbeda dan letak permasalahannya juga berbeda.
3.	Kanzul Fikri Majid (2020)	Strategi Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata di Desa	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat persamaan yaitu membahas tentang daya Tarik pariwisata 	Terdapat perbedaan pada objek penelitian yang dilakukan.

		Semalun Lawang Kecamatan Semalun Kabupaten Lombok Timur	- Metode yang dipakai yaitu kualitatif	
--	--	--	--	--

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yang mengambil istilah dari militer dimana hal ini adalah tentang tujuan dari pada kemenangan perang, seperti pada “taktik” perlawanan, tujuan tingkat rendah dari fakta perjuangan untuk kemenangan.⁸

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia Strategi adalah proses kegiatan yang direncanakan secara matang untuk mencapai sasaran yang tepat.⁹ Strategi sangat penting bagi organisasi. Bahwa tanggung jawab pimpinan/manajer puncak organisasi adalah berpikir kearah strategi. Jadi pada dasarnya strategi menggambarkan tindakan atau kegiatan yang dipilih sebagai pedoman untuk alokasi sumber daya dan upaya organisasi yang didefinisikan secara umum sebagai rencana yang disusun oleh organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

⁸ Nurjaman, Asep dan Krisno Hadi, “Organisasi dan Manajemen Pemerintahan”, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2003), hlm 101.

⁹ Departemen Pendidikan Nasional, “Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Edisi 4”, (Jakarta: PT Gramedia Pusat Utama, 2008), hlm 1340.

Menurut Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses dalam menentukan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dan mempersiapkan penyusunan suatu cara untuk upaya mencapai tujuan tersebut.¹⁰

Sedangkan menurut Makmur (2009:128) strategi adalah suatu tindakan yang mempengaruhi dan menentukan keberhasilan suatu rencana terhadap program atau kegiatan, baik program atau kegiatan yang akan dilakukan, maupun yang telah direncanakan oleh pihak manajemen. Selanjutnya bagi Wheelen dan Huger (2012) “Strategi adalah tempat sekumpulan dari keputusan manajerial dan merupakan aksi pengambilan keputusan jangka panjang disuatu perusahaan”.¹¹ Berikut ini meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal, perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi dan kontrol. Untuk memastikan bahwa strategi ini dapat dikatakan berhasil dengan baik, yaitu dengan meyakinkan atau memastikan bahwa itu tidak hanya mendapat kepercayaan orang lain tetapi juga dapat diterapkan, Goldworthy dan Ashley dalam Lusi (2012:12) mengusulkan tujuh aturan dasar dalam merumuskan suatu strategi sebagai berikut :

1. Harus menjelaskan dan menginterpretasikan masa depan, tidak hanya masa sekarang.

¹⁰ K. Marrus. “Desain Penelitian Manajemen Strategi”,(Jakarta: Rajawali press: 2002), hlm 31.

¹¹ Wheelen, T. And Hungger, D. “Strategic Management and Business Policy, 13th”, (Prentice Hall, 2012), Hlm. 53.

2. Arah strategi harus bisa menentukan rencana dan bukan sebaliknya.
3. Strategi harus berfokus pada keunggulan kompetitif, tidak semata-mata pada pertimbangan keuangan.
4. Harus diaplikasikan dari atas ke bawah, bukan dari bawah ke atas.
5. Strategi harus mempunyai orientasi eksternal.
6. Fleksibilitas adalah sangat esensial. Strategi harus berpusat pada hasil jangka panjang.

Selanjutnya, ada teori lain yang dikatakan Henry Mintzberg bahwa strategi adalah sebuah model proses untuk pengambilan keputusan atau tindakan. Henry Mintzberg mendefinisikan strategi sebagai 5P, yaitu: *Plan* (Rencana dan Tujuan Program), *Ploy* (Rancangan Tindakan), *Pattern* (Tindakan Yang Dilakukan Berulang), *Position* (Adaptasi Terhadap Lingkungan), *Perspective* (Cara Pandang), dan berikut penjelasannya, antara lain¹²:

1. Strategi Plan (Rencana dan Tujuan Program)

Yaitu keputusan yang direncanakan secara terbuka dalam wujud perencanaan (planning) untuk memperjelas iktikad serta tujuan yang mau dicapai organisasi. Strategi berarti perencanaan yang diseleksi serta diresmikan oleh organisasi buat menggapai tujuan dimasa yang akan datang. Perihal ini diketahui selaku renstra.

¹² Didit Setiabudi. Essay : Tentang Strategi : 2017

2. Strategi *Ploy* (Rancangan Tindakan)

Yaitu suatu aksi ataupun keputusan yang dicoba untuk mengecoh organisasi lain ataupun pihak kompetitor. Rancangan tindakannya bertabiat tertutup/tersembunyi/tersamar sehingga pihak lain tidak menatap jelas sebab yang dimaksudkan agar tujuan organisasi bisa tercapai atau mencapai tujuan akhir. Strategi ini berakar dari gaya militer yang mempunyai ciri semacam tipuan atau siasat buat mengecoh musuh.

3. Strategi *Pattern* (Tindakan Yang Dilakukan Berulang)

Yaitu tindakan atau keputusan yang dicoba terus menerus ataupun berulang-ulang sehingga membentuk pola aktivitas/ aksi sikap di dalam organisasi ataupun metode dalam mengalami area luar. Ini berarti strategi ialah pola yang dibangun organisasi usaha menggapai sesuatu tujuan.

4. Strategi *Position* (Adaptasi Terhadap Lingkungan)

Yaitu tindakan atau keputusan yang dicoba buat menyelaraskan/ mencocokkan organisasi dengan lingkungannya, semacam merancang struktur organisasi yang terdeferensiasi guna menangani kawasan yang berubah-ubah serta tidak terduga ataupun usaha untuk mengamankan keunggulan kompetitif organisasi sebab mempunyai posisi yang unik serta solid di publik ataupun pasar (market). Perihal ini strategi digunakan buat mempertahankan letaknya supaya senantiasa eksis di warga/pasar dikala area berganti.

5. Strategi *Perspective* (Cara Pandang)

Yaitu selaku strategi yang mewakili kiat industri memandang dirinya sendiri. Bukan cuman sebatas posisi yang di seleksi, namun tentang pemikiran yang lebih besar kedepannya. Elemen ini merupakan tentang bagaimana industri/organisasi membangun budaya serta nilai-nilai yang selaras dengan tujuan industri/organisasi.

Dari beberapa pembahasan diatas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan teori strategi Henry Mintzberg untuk menjawab rumusan masalah dan terdapat lima indikator dalam merumuskan sebuah strategi, yaitu strategi *Plan* (Rencana dan tujuan program), strategi *Ploy* (Rancangan tindakan), strategi *Pattern* (Tindakan yang dilakukan berulang kali), strategi *Position* (Adaptasi terhadap lingkungan), dan strategi *Perspective* (Cara pandang).

2.2.2 Fungsi Strategi

Menurut Assauri dalam Umar (2010:17) fungsi dari startegi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat ddi implementasikan ssecara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin di capai kepada orang lain.
2. Menghubungkan dengan mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.

3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

2.2.3 Tipe-Tipe Strategi

Setiap organisasi pasti memiliki strategi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Tipe strategi yang digunakan dalam suatu organisasi tidaklah sama. Ada beberapa strategi yang digunakan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Menurut Kooten dalam Salusu (2006:104-105), tipe-tipe strategi meliputi :

1. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai, dan inisiatif-inisiatif strategi yang baru. Pembatasan-pembatasan diperlukan, yaitu mengenai apa yang dilakukan dan untuk siapa.

2. *Program strategy* (Strategi Program)

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari suatu program tertentu. Kira-kira apa dampaknya apabila

suatu program tertentu dilancarkan atau diperkenalkan (apa dampaknya bagi sasaran organisasi).

3. *Resource Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya)

Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Adapun aspek-aspek yang dapat di lihat dari strategi sumber daya ini adalah sarana dan prasarana, dan sumber daya manusia.

4. *Institusional Strategy* (Strategi Kelembagaan)

Fokus dari strategi institusional ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif startegik. Strategi kelembagaan merupakan suatu strategi yang menyangkut masalah aturan, Standar Operasional Prosedur (SOP), tanggung jawab serta kewenangan yang dimiliki oleh suatu organisasi.

2.2.4 Faktor-Faktor Strategi Pengembangan Pariwisata

(Itamar, 2016:26), Faktor-faktor strategi pengembangan wisata super prioritas adalah sebagai berikut:

1. Faktor pendukung, yaitu faktor yang dapat memberikan keuntungan terhadap strategi pengembangan pariwisata.

- 1) Partisipasi Masyarakat, merupakan salah satu faktor pendukung dalam keberhasilan pengembangan pariwisata, karena kesadaran masyarakat atas potensi wisata yang dimiliki oleh daerahnya itu

sangat penting bagi masyarakat untuk ikut serta berpartisipasi dalam mengembangkan potensi-potensi pariwisata daerahnya.

- 2) Kondisi Objek Wisata, merupakan suatu kelebihan atau keunikan yang dimiliki oleh objek wisata yang mampu memberikan ketertarikan para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

2. Faktor penghambat, yaitu faktor yang menjadi penghambat dalam pengembangan pariwisata tersebut.

- 1) Sarana dan prasarana ialah yang menjadi kendala dalam pengembangan pariwisata jika sarana dan prasarana di daerah pariwisata tersebut belum memadai.
- 2) Aksesibilitas adalah angkutan menuju obyek wisata dan kondisi jalan sangat erat kaitannya dengan keterjangkauan atau kemudahan para wisatawan untuk mencapai lokasi objek wisata.

2.2.5 Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata (tourism) baru muncul di masyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya sesudah revolusi industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (tour), yaitu suatu kegiatan perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan

kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji.¹³ Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata "pari" berarti penuh, penuh, seluruh atau semua dan kata "wisata" yang bermakna perjalanan.¹⁴

Menurut Undang-undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, "pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha terkait di bidang lain".

Sedangkan pengertian pariwisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah.

Sementara menurut Spillane, pariwisata adalah suatu jasa dan pelayanan. Berdasarkan Undang-Undang No. 9 tahun 1990, usaha pariwisata dibagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu usaha jasa pariwisata, pengusahaan objek dan daya tarik wisata dan usaha sarana pariwisata. Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain terkait di bidang tersebut.¹⁵

¹³ A.J. Muljadi, *Kepariwisataaan dan Perjalanan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 7

¹⁴ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), h. 1.

¹⁵ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, h. 2.

2.2.5.1 Jenis Pariwisata

Berdasarkan motifnya, pariwisata dibagi enam macam sebagai berikut:¹⁶

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)
2. Pariwisata untuk berkreasi (*Recreation Tourism*)
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)
4. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)
5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)
6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*).¹⁷

Sedangkan berdasarkan jenisnya pariwisata dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Wisata Alam, yang terdiri dari:
 1. Wisata Pantai (*Marine Tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum. Di kota Labuan Bajo memiliki pantai serta pulau yang tak kalah indah dari pantai dan pulau kota lain.
 2. Wisata Etnik (*Etnic Tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup

¹⁶ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991) h. 28.

¹⁷ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, h. 28-31.

masyarakat yang dianggap menarik, Di kota Labuan Bajo ada Kampung Melo atau desa adat Melo.

3. Kampung Melo Labuan Bajo berada di lokasi yang tinggi. Apabila telah tiba di Kampung ini mata Anda akan dimanjakan dengan pemandangan keren dari ketinggian 624

meter di atas permukaan laut. Sejauh mata memandang akan terlihat hamparan layaknya permadani hijau. Banyak dedaunan hijau ditambah lagi dengan langit biru cerah menambah indah panoramanya. Jadi siapkan kamera saat berada disana. Wisata alam yang eksotis tersebut, daerahnya bersuhu mencapai 10 hingga 20 derajat celsius.

4. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara dipegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat ditempat-tempat lain. Pada kota Labuan bajo terdapat juga bukit-bukit yang menjadi favorite wisatawan yang sangat indah, seperti Bukit Cinta, Bukit Sylvia dan bukit Amelia Sea. Tidak hanya djadikan objek untuk melihat keindahan Taman Nasional Komodo dari ketinggian, di lokasi wisata ini pengunjung dapat menghabiskan waktu sambil menunggu matahari terbenam. Dengan melakukan trekking pada sore hari, setelahnya

wisatawan dapat hanya sekedar duduk-duduk menunggu sekitar pukul 5 sore hingga petang menjelang.

5. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.

6. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan dimana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi maupun menikmati segarnya tanaman disekitarnya.

2) Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

1. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monument, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, Gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (battle fields) yang merupakan daya tarik wisata utama dibanyak negara.

2. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan disuatu Kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi,

sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.¹⁸

2.2.5.2 Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Rangkuti dalam Nainggolan dan Kampana (2015:46) bahwa strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar.

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2016:4) 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 yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun.

Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Distinctive Competence* (Kompetensi yang Khas) : tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

¹⁸ M. Liga Suryadana dan Vanny Octavia, Pengantar Pemasaran Pariwisata, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 32.

2. *Competitive Advantage* (Keunggulan Kompetitif) : kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

2.2.5.3 Pengembangan Destinasi Pariwisata

Pengembangan pariwisata menurut Swarbrooke dalam Soeda dkk (2017:6) 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 pengembangan pariwisata.

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.¹⁹

Berikut komponen-komponen Pengembangan Pariwisata :

Menurut M. Liga Suryadana dalam Putra (2019:18) ada beberapa komponen dasar pariwisata yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata. Komponen tersebut antara lain:

¹⁹ Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan

1. Daya Tarik (*Attraction*)

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

- 1) *Something to See* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata.
- 2) *Something to Do* adalah agar wisatawan bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, dan relax.
- 3) *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 (*Accessibilities*)

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 adalah:

- 1) Jalan raya

- 2) Sistem telekomunikasi
- 3) Transportasi
- 4) Pelayanan (pos penjaga objek wisata, pusat informasi)

3. Fasilitas (*Amenities*)

Fasilitas yang tersedia di daerah objek wisata seperti akomodasi dan restoran. Fasilitas menjadi salah satu syarat Daerah Tujuan Wisata (DTW). Dengan adanya fasilitas, maka wisatawan dapat tinggal lebih lama di daerah tersebut.

Indikatornya adalah:

- 1) Fasilitas penginapan (hotel, villa, pondok, restoran)
- 2) Fasilitas kamar mandi umum
- 3) Fasilitas parkir yang aman

4. Lembaga Pengelola (*Institutions*)

Aspek berikut ini mengacu kepada adanya lembaga atau organisasi yang mengolah objek wisata tersebut. Wisatawan akan semakin sering mengunjungi apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan kenyamanan (*Protection of Tourism*) dan terlindungi baik melaporkan maupun mengajukan suatu kritik dan saran mengenai keberadaan mereka selaku pengunjung atau orang yang bepergian.

Indikatornya adalah:

- 1) Pihak pemerintah
- 2) Pihak swasta

3) Investor

2.2.5.4 Pengertian dan Tujuan Dinas Pariwisata

Menurut Amalia (2017:4), Dinas Pariwisata merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah yang mempunyai tugas untuk membantu Bupati dalam melaksanakan urusan Pemerintah Daerah berdasarkan asas otonomi daerah dan tugas sebagai pembantu. Kedudukan, tugas dan fungsi Dinas Pariwisata ialah sebagai berikut:

1. Dinas Pariwisata merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan di bidang pariwisata yang menjadi kewenangan daerah.
2. Dinas Pariwisata sebagaimana yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.
3. Dinas Pariwisata sebagaimana mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan dibidang pariwisata yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantu yang diberikan kepada Kabupaten.
4. Dinas Pariwisata dalam melaksanakan tugas sebagaimana menyelenggarakan fungsi:
 - 1) perumusan teknis dibidang pariwisata
 - 2) pelaksanaan kebijakan teknis di bidang pariwisata
 - 3) pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pariwisata

- 4) pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

Amalia (2017:5), adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dibidang kepariwisataan

2. Melestarikan, membina, dan mengembangkan peninggalan sejarah dan purbakala, nilai-nilai budaya, seni dan perfilman

3. Meningkatkan sarana dan prasarana dibidang kepariwisataan

4. Mengembangkan dan meningkatkan kepariwisataan yang berbasis masyarakat

5. Menggali potensi lokal untuk pengembangan destinasi wisata

6. Meningkatkan kerjasama antara bidang kebudayaan dan pariwisata antar pelaku, antar sektoral, dan antar wilayah

7. Meningkatkan nilai-nilai luhur budaya

8. Mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah di bidang Kepariwisataan.

2.2.6. Destinasi Pariwisata Super Prioritas

Pengembangan destinasi prioritas merupakan bentuk perwujudan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 yang diatur dalam Peraturan Peemerintah (PP) No. 50 tahun 2011, PP inilah yang menjadi dasar dalam pembangunan pariwisata guna meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi serta

mewujudkan industri pariwisata yang mampu menjadi penggerak ekonomi nasional. Dalam arahan di tahun 2019, Presiden Joko Widodo menegaskan dengan detail enam poin penting untuk dibenahi di masing-masing DSP, di antaranya:

1. Pengaturan dan pengendalian tata ruang;
2. Pembangunan akses dan konektivitas menuju tujuan wisata;
3. Pembangunan fasilitas di lokasi wisata termasuk penataan pedagang kaki lima hingga peningkatan kualitas dan kebersihan toilet (fasilitas sanitasi) di tempat wisata;
4. Peningkatan kualitas SDM;
5. Pemasaran produk lokal;
6. Promosi besar-besaran.

Pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan sejumlah kementerian dan lembaga lainnya, akan memastikan bahwa pembangunan pariwisata di lima DSP wajib menjunjung prinsip pariwisata berkualitas, berkelanjutan dan menjunjung pemberdayaan masyarakat lokal di masing-masing kawasan destinasi super prioritas. Lima DPSP tersebut adalah Danau Toba di Sumatra Utara, Borobudur di Jawa Tengah, Mandalika di Nusa Tenggara Barat (NTB), Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (NTT), serta Likupang di Sulawesi Utara.

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, untuk memudahkan pemahaman dibuatlah kerangka pemikiran agar lebih memudahkan pembaca dalam memahami

penelitian ini, yaitu fokus yang menjadi penelitian ini adalah “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Super Prioritas Pada Tahun 2019-2022 Di Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat”.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

