

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategos* yang terdiri dari dua suku kata yaitu "*Stratos*" yang artinya Militer dan "Ag" berarti Memimpin. Pada awalnya konteks strategi banyak diartikan sebagai sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana mengalahkan musuh untuk meraih kemenangan dalam perang.¹

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan di suatu perusahaan dalam waktu jangka panjang dan untuk menentukan program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter, strategi merupakan alat yang sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Strategi ini digunakan sebagai proses untuk menentukan rencana yang paling baik yang dipilih oleh para pemimpin puncak untuk mencapai tujuan tertentu.²

Pada masa sekarang, penerapan strategi banyak digunakan di berbagai bidang selain konteks dunia militer. Contohnya dalam dunia ekonomi, strategi masih sering diasumsikan dengan bagaimana cara mengalahkan kompetitor, bagaimana bisa menguasai pasar, dan sebagainya.³ Sedangkan dalam sektor publik, strategi digunakan berupa visi

¹ Nugraha, Qudrat, *Manajemen Strategis Pemerintah* (Bnaten : Universitas Terbuka, 2014), 1.2

² Husein Umar, *Managemen Strategi* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2008), 16

³ Nugraha, Qudrat, *Manajemen Strategis...*, 1.2

dan misi suatu organisasi untuk mencapai pelayanan yang diinginkan atau tujuan yang telah ditentukan pada organisasi tersebut.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan pada pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi dari sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan tindakan yang dimiliki sifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan atas sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukanlah dimulai dari apa yang terjadi.⁴

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Istilah manajemen strategis digunakan untuk perumusan strategi, implementasi, dan evaluasi. Tujuan dari manajemen strategi adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru dn berbeda untuk masa depan.⁵

Perumusan strategi terdiri dari kegiatan mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan hambatan eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan alternatif strategi, dan menentukan strategi khusus. Masalah perumusan strategi akan menghasilkan keputusan untuk memasuki bisnis baru, keputusan melepaskan bisnis tertentu, pengalokasian sumber daya, keputusan memperluas kegiatan atau membuat suatu variasi, keputusan

⁴ Husein Umar, *Managemen Strategi...*, 31

⁵ David, Fred R, *Strategic Management : Concept and Cases* (New Jersey : Prentice Hall, 2011), 6

memasuki pasar internasional, keputusan merger perusahaan atau usaha bersama, cara untuk menghindari pengambilalihan yang buruk.⁶

Strategi pada dasarnya berkaitan dengan persoalan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan tiga hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada titik dalam melaksanakan fungsi dan perannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.⁷

B. Pengelolaan Objek Wisata

Pengelolaan dalam pariwisata harus didasarkan pada perencanaan yang matang. Perencanaan berarti melakukan perhitungan terhadap segala sesuatu sebagai perencanaan di masa yang akan datang. Dalam perencanaan pariwisata, kecenderungan pertumbuhan penduduk, ketersediaan lahan cadangan, pembangunan fasilitas, dan kemajuan teknologi serta penerapannya harus dijadikan bahan pertimbangan dalam perencanaan pariwisata. Selain itu, kualitas sumber daya manusia pengelola pariwisata tentunya menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan pariwisata tersebut. Hal ini disebabkan dalam mengelola pariwisata diperlukan keahlian dan pengalaman, serta kinerja yang baik sebagaimana yang dikemukakan oleh Azis, dkk bahwa berapapun banyaknya modal yang

⁶ David, Fred R, *Strategic Management : Concept...*, 6

⁷ Agus Suryono, *Pengantar Ilmu Pembangunan*, (Malang : Universitas Negeri Malang, 2004), 80

dimiliki, namun pembangunan tidak akan terlaksana kecuali disertai dengan sumber daya managerial yang mampu mengelola modal tersebut untuk pembangunan.⁸

Dalam pengelolaan objek wisata berdasarkan peraturan Undang-Undang Nomor 67 Tahun 1996, pengelolaan dan pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam meliputi 5 hal yaitu diantaranya :

- a. Pembangunan sarana prasarana pelengkap beserta fasilitas pelayanan lain bagi wisatawan.
- b. Pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam termasuk sarana dan prasarana yang ada.
- c. Penyediaan sarana dan fasilitas bagi masyarakat dan sekitarnya untuk berperan serta dalam kegiatan pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam yang bersangkutan.
- d. Penyelenggaraan peretujuan seni budaya yang dapat memberi nilai tambah terhadap objek wisata dan daya tarik wisata alam yang bersangkutan.
- e. Penyelenggaraan persetujuan seni budaya yang dapat memberi nilai tambah terhadap objek dan daya tarik wisata alam yang bersangkutan.

Pengelolaan dapat diartikan sebagai manajemen, manajemen adalah suatu proses yang akan diterapkan pada individu-individu atau

⁸ Iwan J. Azis, Lydia M, dkk, *Pembangunan Berkelanjutan Peran dan Kontribusi Emil Salim* (Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia, 2010), 484

kelompok dalam berupaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan. Pengertian tersebut juga dapat diartikan sebagai aktifitas yang didalamnya menertbitkan, mengatur, maupun berpikir yang dilakukan oleh individu sehingga mampu untuk mengemukakan, menata, serta merapikan segala sesuatu yang ada disekitarnya, mengetahui apa prinsipnya serta menjadikan hidup yang selaras dan serasi dengan lainnya.⁹

Manajemen merupakan proses dalam memperoleh suatu tindakan dari orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Aktivitas manajerial itu dilaksanakan oleh para manajer dalam sebuah organisasi sehingga dapat mendorong sumber daya personel bekerja yang memanfaatkan sumber daya lainnya sehingga tujuan organisasi yang disepakati bersama dapat tercapaian.¹⁰

Terry mengemukakan bahwa pengelolaan sama dengan manajemen dimana suatu proses yang membedakan antara perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan sumber daya manusia maupun sumber lainnya. Adapun fungsi manajemen menurut Terry, antara lain¹¹ :

1. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan adalah memikirkan apa saja yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi

⁹ Muhammad Munir, Wahyu Illahi *Manajemen Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2006), 9

¹⁰ Chandra Wijaya, dan M. Rifa'i, *Dasar-Dasar Manajemen* (Medan :Perdana Publishing, 2016),15

¹¹ George R. Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen* Terjemahan J. Smith (Jakarta : Bumi Aksara, 1993), 9

tujuan itu. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tidak dapat berjalan.

Batemen dan Snell berpendapat bahwa menyusun adalah merinci tujuan yang harus dicapai dan menyelesaikan diawal kegiatan yang sesuai yang diharapkan untuk mencapai tujuan tersebut. Mengatur latihan menggabungkan survei keadaan saat ini mengharap masa depan, mengajukan tujuan, memutuskan jenis latihan yang akan diselesaikan dalam organisasi, memilih metodologi perusahaan dan bisnis, dan memutuskan aset yang diharapkan untuk mencapai tujuan yang sesuai. Mengatur apa yang terjadi dalam perusahaan dan untuk pencapaian yang signifikan.¹²

2. *Organizing* (pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses pengelompokkan dan penetapan kegiatan serta memberikan wewenang yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibagi tersebut.

Organisasi adalah suatu kegiatan yang secara sistematis melibatkan sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibawah arahan orang atau kelompok tertentu. Yang mengatur sekelompok cara untuk membentuk rencana yang ada yang akan bekerja sejalan dengan tujuan bisnis.

¹² Batemen T.S, Snell, A, *Manajemen Kepemimpinan dan Kolaborasi dalam Dunia yang Kompetitif* (Jakarta : Selemba Empat Edisi 7, 2020), 21

Kegiatan yang diselenggarakan menurut Batemen dan Snell adalah sebagai berikut ¹³:

- a. Mengajak orang ke dalam bisnis.
- b. Kewajiban perusahaan yang dijamin.
- c. Mengkoordinasikan posisi kedalam unit kerja.
- d. Kumpulkan dan tetapkan aset.
- e. Memfasilitasi memungkinkan setiap orang dan segala sesuatu untuk bekerja sama untuk kesuksesan maksimal.

3. *Actuating* (pengarahan)

Pengarahan yaitu untuk menggerakkan organisasi agar berjalan sesuai pembagian kerja masing-masing serta menggerakkan seluruh sumber daya yang ada dalam organisasi agar pekerjaan yang dilakukan bisa berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan.

Menurut Umar fungsi utama advokasi atau pengarahan dalam manajemen adalah ¹⁴:

- a. Mendesak seseorang untuk berubah menjadi pendukung.
- b. Menghalangkan penghalang seseorang.
- c. Melambungkan individu atau orang untuk memainkan tugas dengan lebih baik.
- d. Memperoleh, mempertahankan dan menciptakan proyek dari organisasi tempat mereka bekerja.

¹³ Batemen T.S, Snell, A, *Manajemen Kepemimpinan dan Kolaborasi..*, 22

¹⁴ Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta : PT Grafindo Pustaka Utama, 2012), 32

e. Memberi wewenang, mengikuti dan membangun kesadaran akan harapan orang lain terhadap individu atau orang-orang terhadap pekerjaan.

4. *Controlling* (pengawasan)

Pengawasan adalah sebuah proses yang dilakukan untuk memastikan pencapaian suatu tujuan. Pengawasan ini mempunyai peran penting dalam manajemen, mengingat mempunyai fungsi untuk menguji apakah pelaksanaan kinerja teratur tertib, terarah atau tidak. Dengan demikian pengawasan memiliki fungsi untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju kepada sasarannya, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

C. Pengertian Objek Wisata

Objek wisata merupakan keseluruhan aspek yang berada di kawasan tujuan wisata yang memiliki pesona yang menarik bagi orang-orang untuk datang mengunjungi tempat tersebut. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata, Objek dan daya tarik wisata merupakan sesuatu yang memiliki keindahan, keunikan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang berpotensi menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.¹⁵

Pariwisata adalah kegiatan yang menggerakkan banyak orang serta mewujudkan berbagai bidang usaha. Sektor pariwisata merupakan salah satu bidang yang menguntungkan karena mampu mempercepat pertumbuhan

¹⁵ Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

ekonomi, peningkatan pendapatan, penyedia lapangan kerja, dan mempercepat sektor-sektor produktif lainnya. Selain itu interaksi antar wisatawan dengan masyarakat dapat mempengaruhi kondisi sosial budaya maupun ekonomi masyarakat dan berpengaruh terhadap keberadaan wisata secara berkelanjutan.¹⁶

Pada umumnya, daya tarik suatu objek wisata Menurut Fandeli, dibagi menjadi tiga yaitu ¹⁷:

1. Daya tarik alam, yaitu wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya untuk di kunjungi misalnya pantai, gunung, air terjun, lembah, mata air, dan sebagainya.
2. Daya tarik budaya, yaitu wisata yang menawarkan cipta karsa manusia dan keunikan daya tarik budayanya untuk dieksplorasi dan di kunjungi misalnya tempat dan peninggalan bersejarahm kesenian, serta wisata yang menjunjung tinggi kearifan lokal daerahnya.
3. Daya tarik minat khusus, yaitu wisata yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan wisatawan seperti olahraga, wisata rohani, wisata kuliner, wisata belanja, dan minat-minat lainnya.

D. Sapta Pesona

Sapta Pesona merupakan suatu slogan dan program dalam rangka mempromosikan kepariwisataan di Wilayah Indonesia. Dengan Sapta

¹⁶ Ismayanti, *Pengantar Pariwisata* (Jakarta : PT Gramedia Widisarana Indonesia, 2010), 55

¹⁷ Erika Revida dkk, *Inovasi Desa Wisata : Potensi, Strategi, dan Dampak Kunjungan Wisata* (Meda : Yayasan Kita Menulis, 2021), 17

Pesona diharapkan menciptakan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman sehingga wisatawan akan betah tinggal yang pada akhirnya akan menambah devisa negara. Dalam panduan sadar wisata, bahwa sapta pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu¹⁸ :

1. Aman

Wisatawan akan senang berkunjung ke suatu tempat apabila merasa aman, tentram, tidak takut, terlindung dan bebas dari tindak kejahatan, kekerasan, ancaman, gangguan oleh masyarakat dan lain sebagainya.

2. Tertib

Kondisi yang tertib merupakan sesuatu yang sangat didambakan oleh setiap orang termasuk wisatawan. Kondisi tersebut tercermin dari suasana yang teratur, rapi dan lancar serta menunjukkan disiplin yang tinggi dalam semua segi kehidupan masyarakat.

3. Bersih

Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi para pengunjung dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi tersebut salah satunya yaitu dengan tidak membuang sampah sembarangan, menjaga kebersihan objek wisata dan daya tarik serta sarana dan prasarana, dan lain sebagainya.

4. Sejuk

¹⁸ Siti Munawarh, Dkk, *Peranan Kebudayaan dalam Perwujudan Masyarakat Industri Pariwisata*, (Yogyakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan), 1999), 55-56

Suasana yang sejuk memberikan rasa damai sehingga wisatawan betah berlama-lama berada di wisata. Untuk memberikan kesejukan tersebut maka perlu penataan lingkungan, misalnya pembangunan taman dan penghijauan.

5. Indah

Indah adalah sebuah keadaan atau suasana yang menimbulkan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang. Indah dapat dilihat dari berbagai segi tata warna, tata letak, tata ruang, bentuk maupun gaya dan gerak serasi dan selaras, sehingga memberikan kesan yang enak dan cantik untuk dilihat.¹⁹

6. Ramah Tamah

Ramah tamah merupakan suatu perilaku dan sifat masyarakat yang akrab dalam pergaulan seperti suka senyum, sopan, serta hormat dalam berkomunikasi, ringan tangan, suka menyapa, suka membantu tanpa pamrih yang dilakukan dengan ketulusan dan berperasangka baik terhadap orang lain baik itu yang sudah dikenal atau pun belum dikenal.²⁰

7. Kenangan

Kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan atau perasaan seseorang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Kenangan dapat berupa keindahan dan menyenangkan, akan tetapi dapat pula yang tidak menyenangkan. Kenangan yang ingin diwujudkan dalam ingatan dan perasaan wisatawan dari pengalaman berpariwisata dengan sendirinya adalah yang indah dan menyenangkan.

¹⁹ Siti Munawarh, Dkk, *Peranan Kebudayaan dalam Perwujudan Masyarakat...*, 11

²⁰ Elly M Setiadi, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, (Jakarta : Kencana Prenanda Media Group, 2006), 221

E. Pendapatan

1. Defisini Pendapatan

Menurut Mardiasmo, pendapatan merupakan tambahan untuk kemampuan ekonomis yang didapatkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan maupun menambah kekayaan, baik yang diperoleh dari dalam negeri maupun dari luar negeri.²¹ Lebih lanjut, Sadono-Sukirno mengatakan bahwa pendapatan adalah jumlah hasil yang dicapai oleh faktor-faktor produksi untuk menghasilkan suatu barang atau jasa tertentu.²² Di sisi lain, menurut Iskandar, pendapatan dapat dijelaskan sebagai parameter yang menunjukkan integritas dan kualitas sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam masyarakat.²³ Dari sini dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang diterima oleh seseorang yang terlibat dalam suatu pekerjaan atau bisnis. Besarnya penghasilan tergantung dari jenis pekerjaan yang dilakukan.

²¹ Mardiasmo, *Perpajakan Edisi Revisi* (Yogyakarta : Andi, 2011), 159

²² Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar Cet ke-24* (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2016), 36

²³ Iskandar Putong, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Bekasi : Mitra Wacana Media, 2015), 52

2. Karakteristik Pendapatan

Jenis pendapatan yang dihasilkan setiap perusahaan berbeda-beda. Pendapatan ini mencakup kelompok pendapatan dari penjualan barang jadi hingga pendapatan dari penjualan dan memiliki karakteristik yang sama dalam hal pengakuan. Karakteristik penjualan adalah sebagai berikut.

- a. Bahwa pendapatan itu muncul dari kegiatan-kegiatan pokok perusahaan dalam mencari laba.
- b. Bahwa pendapatan itu sifatnya berulang-ulang atau berkesinambungan kegiatan-kegiatan pokok tersebut pada dasarnya berada di bawah kendali manajemen.

Pendapatan menurut bentuknya dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan berupa uang

Pendapatan berupa uang adalah segala penghasilan yang sifatnya regular, dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa, sumber utamanya berupa gaji, upah, bangunan, pendapatan bersih dari usaha sendiri dan pendapatan dari penjualan seperti : hasil sewa, jaminan sosial, premi asuransi.

- b. Pendapatan berupa barang

Pendapatan berupa barang adalah segala penghasilan yang sifatnya regular dan biasanya tidak berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang.

Sedangkan pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi :

- a. Pendapatan kotor, yaitu pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya
- b. Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi pengeluaran dan biaya-biaya.²⁴

3. Indikator Pendapatan

Menurut Theodoros M. Tuanakotta dalam buku "Teori Akuntansi", indikator pendapatan adalah jumlah uang yang diperoleh suatu perusahaan atas penciptaan barang atau jasa selama kurun waktu tertentu.²⁵

Menurut Suherman Rosyid faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pada perusahaan konstruksi diantaranya adalah sebagai berikut²⁶:

- a. Modal

Besar kecilnya modal yang dipergunakan dalam kegiatan produksi akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima perusahaan. Agar usaha produksi berjalan dengan baik dan lancar, maka modal yang cukup memadai.

²⁴ Prathama Rahardja, *Teori Ekonomi Makro* (Jakarta : LP FE UI, 2010), 293

²⁵ Theodoros M. Tuanakotta, *Teori Akuntansi*, (Universitas Syiah Kuala : Salemba Empat, 2011), 35

²⁶ Suherman Rosyidi, "Pengantar Teori Ekonomi", (Jakarta : Rajawali, 2009), 5

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang aktif untuk mengolah dan mengorganisir faktor-faktor lain. Banyak sedikitnya tenaga kerja juga berpengaruh pada pendapatan.