

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Pariwisata

1. Pengertian Strategi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia strategi diartikan sebagai suatu rencana yang cermat untuk mencapai tujuan. Pada dasarnya strategi merupakan suatu rencana yang berkaitan dengan apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi demi keberlangsungan organisasi tersebut di masa depan dengan menggunakan seni kecakapan dan sumber daya organisasi yang dianggap paling efektif.¹ Para pakar juga mendefinisikan terkait strategi, yaitu Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang senantiasa meningkat dan didasarkan pada sudut pandang organisasi terkait apa yang diinginkan *customer* di masa depan. Sedangkan Minzberg mendefinisikan strategi sebagai sebuah rencana, yang berarti serangkaian aksi atau sebagai pedoman yang diniatkan untuk menghadapi situasi dan kondisi. Strategi dipandang sebagai sebuah rencana yang akan disusun secara lengkap dan terperinci sebelum aksi atau tindakan diterapkan.²

2. Pengembangan Pariwisata

Asal kata dari pengembangan yaitu kata kerja yang berbunyi “berkembang” yang diartikan terbuka mekar, menjadikan besar serta

¹ Susilo Riwayadi dan Suci Nuranisyah, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Sinar Terang, 2000), 635.

² Ayi Ahadiat, *Manajemen Strategik* (Bandar Lampung: Lembaga Penelitian Universitas Lampung, 2010), 2.

menjadikan maju. Dalam hal ini, pengembangan adalah aktivitas kodifikasi yang dilakukan secara tersusun teratur yang tertuju ke sasaran yang dikehendaki. Menurut Yoeti pengembangan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memajukan suatu tempat atau daerah tertentu yang dianggap perlu untuk ditata sedemikian rupa baik melalui pemeliharaan yang sudah berkembang maupun menciptakan yang baru.³ Sedangkan menurut Suwanto, pengembangan bertujuan untuk mengembangkan sebuah produk dan menekankan pada kualitas pelayanan yang seimbang. Di pihak lain Paturusi mengemukakan pengembangan pariwisata merupakan suatu strategi yang dilakukan untuk merombak dan meningkatkan keadaan pariwisata hingga mempunyai nilai lebih dan dapat memikat minat wisatawan untuk mengunjunginya, dimana pengelola aktivitas tersebut adalah masyarakat local, ramah lingkungan, berkelanjutan serta dapat mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan kehidupan sosial budaya.⁴

Menurut Cooper dikutip dari Sunaryo menerangkan bahwa kerangka untuk pengembangan pariwisata dapat dilihat dari empat aspek utama sebagai berikut:

a. *Attraction* atau Objek Daya Tarik Wisata (ODTW)

Atraksi merupakan bagian yang sangat berarti dalam menarik minat wisatawan. Komponen yang menjadi modal utama atraksi mencakup keunikan dan daya tarik wisatawan yang berbasis

³ Cornelia Inri Laipi, Dwight M. Rondonuwu dan Windy Mononimbar, "Strategi Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Airmadidi dan Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara", *Spasial* 7, no. 1 (2020): 145.

⁴ Amerta, *Pengembangan Pariwisata*, 14.

kebudayaan masyarakat setempat, keindahan dan keunikan alam serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan.⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 menerangkan bahwa daya tarik wisata merupakan suatu hal yang mempunyai nilai unik, indah serta nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam, budaya serta hasil buatan manusia yang menjadikan tujuan kunjungan wisata.

b. *Accessibility* (Mudah Dicapai)

Akseibilitas pariwisata merupakan segala sarana yang dapat memberikan kemudahan akses wisatawan dalam mengunjungi sebuah destinasi ataupun tujuan wisata. Adapun akseibilitas wisata biasanya meliputi petunjuk arah, transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.

c. *Amenities* (Fasilitas)

Menurut Baud Bovy dan Lawson fasilitas pariwisata merupakan segala bentuk fasilitas yang diberikan oleh pengelola sebagai bentuk pelayanan untuk pengunjung guna memenuhi kebutuhannya selama bermukim di daerah wisata.⁶ *Amenities* pariwisata adalah segenap fasilitas pariwisata untuk memenuhi akomodasi baik berupa tempat-tempat perbelanjaan, objek wisata, penyediaan tempat minuman dan makanan, tempat hiburan maupun tempat penginapan dan tempat parkir.

⁵ Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan STiPrAm, 2016), 15.

⁶ Hary Hermawan, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran)", *Media Wisata* 15, no. 1 (2021): 563-564.

Berkaitan dengan fasilitas tersebut juga perlu mengkaji dan melihat lebih mendalam mengenai situasi dan kondisi dari destinasi wisata.⁷

d. *Ancillary Service* (Organisasi Kepariwisataan)

Ancillary service mencakup berbagai organisasi untuk melengkapi segala fasilitas guna mendukung terselenggaranya pengembangan pariwisata dalam bentuk kelembagaan sebagai salah satu institusional yang meliputi perencanaan sumber daya manusia, program strategi pemasaran atau promosi, program pendidikan dan pelatihan, aturan dan peraturan pariwisata.⁸

B. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari Bahasa Sansekerta yang berarti suatu kegiatan untuk menikmati perjalanan yang berkaitan dengan rekreasi dan dilakukan secara bersama-sama dengan tujuan untuk melepaskan kepenatan dan kejenuhan dari kehidupan yang digeluti sehari-hari.⁹ Hal ini mencakup suatu proses bepergian sementara ke tempat tertentu yang bertujuan bukan mencari nafkah ataupun menetap di sana melainkan hanya ingin memenuhi rasa ingin tahu dan menghabiskan waktu senggang untuk bersenang-senang. Sedangkan menurut UU No. 10/2009 terkait Kepariwisataan, dipaparkan penjelasannya bahwa pariwisata merupakan segala hal kegiatan wisata yang

⁷ Isdarmanto, *Dasar-Dasar*, 15.

⁸ Amerta, *Pengembangan Pariwisata*, 4.

⁹ Dian Utami Sutiksno, Erika Revida dan Muhammad Munsarif, *Tourism Marketing* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 15.

dilengkapi dengan beragam fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah.¹⁰ Disamping itu para pakar juga memberikan penjelasan pariwisata, yaitu James J. Spillane mendefinisikan pariwisata sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berkunjung dari suatu lokasi beralih ke lokasi selanjutnya yang memiliki sifat sementara dan dapat menimbulkan keseimbangan dan kesenangan dengan lingkungan.¹¹ Sedangkan dalam tradisi Islam pariwisata dikenal dengan beberapa istilah, diantaranya yaitu *siyar*, *safar*, *al-ziyarah*, *al-siyahah* dan *al-rihlah*. Namun dalam Bahasa arab kontemporer lebih dominan pada istilah *al-siyahah* yang berarti pergi kemanapun dengan motif apapun. Berikut pandangan Islam tentang pariwisata:

- a. Perjalanan dipandang untuk ibadah, karena salah satu dari rukun Islam terdapat perintah untuk melaksanakan ibadah haji di bulan-bulan yang telah ditentukan dan umrah ke baitullah yang dapat dilaksanakan setiap tahun.
- b. Filosofi pengetahuan dan pembelajaran berkaitan dengan wisata. Hal tersebut real terbukti dalam sejarah Islam di saat menjari ilmu dan menstransfer ilmu dilaksanakan dengan perjalanan.

¹⁰ I Ketut Suwena dan I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Ilmu Dasar Pariwisata* (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), 17.

¹¹ I Ketut Setia Sapta dan Nengah Landra, *Bisnis Pariwisata* (Denpasar: CV. Noah Aleheia, 2018), 2.

- c. Tujuan awal diadakannya perjalanan merupakan untuk menyebarkan dan memperluas ajaran agama Islam serta memperlihatkan kebesaran dan kekuasaan Allah dan Rasul-Rasulnya.¹²

Dalam kitab suci Al-Qur'an yang berkaitan dengan wisata atau perjalanan dijelaskan dalam kitab suci Al-Qur'an surat:

- 1) Ar-Rum ayat 42

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلُ، كَانُوا أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ (٤٢)

Artinya: Katakanlah: “Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan (puncak) orang-orang yang terdahulu, kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah). (QS. Ar-Rum:42).¹³

- 2) Al-‘Ankabut ayat 20

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ، ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ، إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ

قَدِيرٌ (٢٠)

Artinya: Katakanlah: “Bertapaklah di muka bumi, lantas perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan umatnya (manusia) dari awalnya, selanjutnya Allah menciptakannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (QS. Al-‘Ankabut:20).

¹² Fahadil Amin Al Hasan, "Penyelenggaraan Parawisata Halal Di Indonesia (Analisis Fatwa Dsn-Mui Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)", *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum* 2, no.1 (Januari-Juni 2017): 62-63.

¹³ Erry Ika Rhofita, "Al-Qur'an dan Aplikasi Teknologi Mikrohidro di Indonesia", *Al-Ard: Jurnal Teknik Lingkungan* 2, no.1 (2018): 25.

Dari kedua ayat tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, ketika Allah SWT menyebut “bertapaklah di muka bumi” hal ini berarti Allah telah mengingatkan kita akan keberadaan alam ini, di alam banyak yang dijadikan objek wisata. Hal ini tanda-tanda kekuasaan Allah.¹⁴

2. Jenis dan Macam Pariwisata

Menurut Pendit, ditinjau dari segi motif wisatawan dalam mengunjungi pariwisata, hingga saat ini jenis dan macam pariwisata yang dikenal sebagai berikut:

a. Menurut pembagian objek

- 1) Wisata kebudayaan merupakan perjalanan wisata yang dilakukan atas dasar rasa ingin tahu dari seni budaya suatu tempat. Objek wisata budaya yang menjadi pusat unggulan pariwisata adalah peninggalan leluhur baik berupa benda-benda kuno maupun kegiatan budaya seperti kegiatan yang bermotif eksposisi seni.
- 2) Wisata maritim adalah kegiatan wisata yang berkaitan dengan kegiatan olahraga perairan. Missal berlayar, memancing, kompetisi berselayar dan lain sebagainya.
- 3) Wisata cagar alam yaitu wisata yang diadakan oleh biro perjalanan dengan mengkhususkan kegiatan-kegiatan yang mengarah pada daerah cagar alam. Wisata cagar alam yang telah berkembang di Bali yaitu kebun raya eka karya dan taman nasional bali.

¹⁴ Rahmi Syahriza, "Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata Sara dan Derivasinya dalam Al- Qur ' an)", *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no.2 (Juli-Desember2018): 141.

4) Wisata pertanian yaitu perjalanan wisata yang bertujuan untuk menyaksikan proyeksi pertanian, ladang pembibitan dan lainnya dimana pengorganisasian wisatawan dapat melakukan peninjauan lebih mendalam yang ditujukan untuk studi.¹⁵

b. Menurut tujuan perjalanan

- 1) Pariwisata pendidikan yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan tujuan mempelajari dan memperkaya suatu bidang ilmu pendidikan.
- 2) Pariwisata bisnis adalah suatu perjalanan yang mana wisatawan berkunjung dengan tujuan yang berhubungan dengan pekerjaannya, seperti dinas, kongres, seminar, usaha dagang dan sebagainya.
- 3) Pariwisata berlibur adalah jenis pariwisata dimana organisasi ataupun perorangan melakukan perjalanan dengan tujuan cuti, berlibur.¹⁶

C. Eksistensi

Kata Eksistensi berasal dari Bahasa Latin “*existere*” yang diartikan ada, muncul dan mempunyai keberadaan. Sedangkan arti eksistensi menurut kamus besar Bahasa Indonesia yaitu hadir, berada dan mengandung unsur bertahan dalam artian bahwa penilaian tentang ada tidanya pengaruh terhadap keberadaan seseorang tersebut. Eksistensi menjadi sebuah acuan pembuktian diri akan

¹⁵ Sapta, *Bisnis Pariwisata*, 6.

¹⁶ Suwena, *Pengetahuan Dasar*, 20.

aktivitas maupun pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mempunyai arti untuk orang lain.¹⁷ Menurut ahli filsafat yakni Karl Jaspers mendefinisikan eksistensi sebagai sebuah pemikiran manusia dengan memanfaatkan seluruh pengetahuan objektifnya. Eksistensi yang dimiliki seseorang dapat dibuktikan dengan cara berfikir dan tindakan. Pada dasarnya semua orang dapat mengerti dan sadar akan setiap orang mempunyai keunikan berbeda satu dengan lainnya.¹⁸

Dalam filsafat eksistensialisme, diperoleh penjelasan bahwa benda hanyalah sebatas ada, sedangkan manusia lebih dari apa yang dikatakan ada, namun diartikan bereksistensi. Dalam konteks inilah yang dapat menunjukkan bahwa manusia paham atau sadar akan keberadaannya di dunia. Manusia menghadapi dunia dan paham akan apa yang dihadapinya serta mengerti arti dari kehidupannya. Pada dasarnya manusia merupakan subjek, yang sadar dan menyadari akan keberadaannya. Sedangkan benda atau barang-barang yang dikelola atau disadarinya adalah subjeknya.

Manusia mencari makna keberadaan di dunia bukan hakikat pada manusia sendiri, namun pada sesuatu yang berkaitan dengan dirinya. Dalam dunianya manusia memanfaatkan benda-benda yang ada di sekelilingnya. Dari sinilah peran aktif manusia yang harus menentukan hakikat akan keberadaannya di dunia dan dapat mendorongnya untuk selalu berperan aktif dalam beraktivitas

¹⁷ Rambalangi, Sarah Sambiran dan Ventje Kasenda, "Eksistensi Lembaga Adat Dalam Pembangunan Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa (Suatu Studi di Kecamatan Tawalian Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Barat)", *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan Volume 1*, no.1 (2018): 2.

¹⁸ Lalu Abdurrahman Wahid, "Filsafat Eksistensialisme Martin Heidegger dan Pendidikan Perspektif Eksistensialisme", *Pendidikan dan Dakwah* 4, no.1 (Januari 2022): 8.

sesuai dengan apa yang dipilih dalam mengambil jalan hidupnya di dunia. Segala hal pada peristiwa kesibukannya, sehingga manusia dapat menemukan arti keberadannya.¹⁹ Selain diakui untuk diri sendiri arti keberadaan dari eksistensi juga dapat diakui untuk pihak lain. Sehingga eksistensi merupakan segala sesuatu yang akan memperoleh maknanya apabila terdapat keberlanjutan dari suatu aktivitas.²⁰ Salah satu bentuk aktualisasi atau tindakan manusia yaitu terbentuknya pariwisata. Adapun indikator eksistensi pariwisata yang menjadi bentuk aktualisasi manusia merupakan tingkat kepuasan dari pengunjung, jumlah persentase pengunjung berulang atau meningkat dan persepsi nilai uang.²¹

D. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Menurut Pearce dan Robinson analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*streangths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT adalah suatu sistematis cara untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sebagai strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik

¹⁹ Agus Hiplunudin, *Filsafat Eksistensialisme* (Yogyakarta: Cognitora, 2017), 12.

²⁰ Vinny Wasty Nanariain, Dwight M. Rondonuwu dan Octavianus A. H Rogi, " Faktor-Faktor yang Bepengaruh Terhadap Eksistensi Kegiatan Wisata Kuliner Tinutuan di Koridor Jalan Wakeke Manado", (Hasil Penelitian Mahasiswa S1 Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Sam Ratulangi Manado, Manado, 2015):113.

²¹ Yohanes Sulistyadi, Fauziah Eddyono, dan Derinta Entas, *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan* (Bandar Lampung: CV. Anugrah Utama Raharja, 2021): 173.

diantara keduanya. Analisis SWOT didasarkan pada asumsi strategi yang efektif dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman. Asumsi sederhana ini apabila diterapkan secara akurat memiliki dampak yang besar pada rancangan strategik yang berhasil.²² Menurut Rangkuti analisis SWOT adalah kegiatan yang dilakukan dengan berdasar pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, dimana dalam kondisi yang sama dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan.²³

Secara logis analisis dapat membantu dalam mempermudah melakukan proses pengambilan keputusan. Dalam proses pengambilan keputusan ini berkaitan dengan visi misi dan tujuan dari perusahaan. Pada akhirnya analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai alat dalam proses pengambilan keputusan guna penentuan strategi.

2. Faktor – Faktor dalam Analisis SWOT

Menurut Dj. Rusmawati faktor-faktor dalam analisis SWOT dapat dilihat pada faktor internal dan eksternal sebagai bagian dari analisis SWOT meliputi:

²² Pearce Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Binarupa Aksara, 2014), 229.

²³ Nazarudin, *Manajemen Strategik* cet. ke-3 (Palembang: CV Amanah, 2020), 33.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan segala potensi atau sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang membuat perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan pesaing guna mendukung pengembangan perusahaan. Kekuatan lahir dari kompetensi dan sumber daya yang ada pada perusahaan. Kekuatan perusahaan biasanya tercantum pada sumber daya keuangan, hubungan pembeli dan pemasok, citra positif dan unggul dalam kedudukan di pasar.

Faktor kekuatan yang dimiliki oleh sebuah organisasi merupakan sebuah kompetensi khusus yang dimiliki oleh organisasi yang dapat menimbulkan pada kepemilikan keunggulan kompetitif pada unit usaha di pasaran. Hal ini karena suatu bisnis mempunyai berbagai sumber keterampilan dan produk andalan yang dapat membuatnya lebih kuat atau terancang dari yang dimiliki oleh pesaing dalam memenuhi maupun memuaskan pasar yang sudah dirancang.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah kekurangan yang terjadi dalam suatu sumber daya organisasi pada kapabilitas organisasi terhadap pesaingnya dan dapat menghambat dalam hal memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Pada praktiknya kelemahan yang ada dapat terlihat pada kemampuan dalam memanajerial rendah, objek atau produk kurang diminati oleh konsumen maupun calon konsumen sehingga berakibat pada tingkat perolehan pada keuntungan kurang maksimal. Hal ini

terjadi karena sumber daya manusia kurang kreatif, kurangnya teknologi yang memadai dan kekurangan sumber dana.

Kekuatan dan kelemahan internal organisasi adalah aktivitas yang terkontrol dalam suatu organisasi yang dapat dijanjikan dengan baik maupun buruk. Hal ini terjadi dalam pengelolaan manajemen, produksi, pemasaran dan keuangan.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan keadaan eksternal yang dapat menguntungkan organisasi.²⁴ Kecenderungan utama dapat menjadi sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar, perubahan kondisi persaingan dan teknologi serta membaiknya hubungan pengelola dengan konsumen dapat menjadi peluang untuk perusahaan.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi dan kondisi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu organisasi.²⁵ Ancaman merupakan faktor eksternal yang terjadi pada organisasi dan dapat berpengaruh pada penghambatan kelancaran pengembangan bisnis. Munculnya pesain baru, pengaruh cuaca, perubahan teknologi dapat menjadi penghalang keberhasilan organisasi.²⁶

²⁴ Tuti Fitri Anggreani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia)", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 5 (Mei 2021): 623.

²⁵ Mashuri dan Dwi Nurjannah, "Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing", *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1, no.1 (April 2020): 99.

²⁶ Subaktilah, *Analisis SWOT*, 113.