

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Strategi

a. Pengertian Management Strategi

Pengertian Manajemen Strategi dalam khasanah literature ilmu Manajemen memiliki cakupan yang luas, dan tidak ada suatu pengertian yang dianggap baku. Itulah sebabnya, definisi Manajemen Strategi berkembang luas tergantung pada pemahaman ataupun penafsiran seseorang.¹ Meskipun demikian, dari berbagai pengertian atau definisi yang diberikan oleh para pakar ilmu manajemen dapat ditemukan suatu kesamaan pola pikir, bahwa Manajemen strategi merupakan ilmu yang menggabungkan fungsi-fungsi manajemen dalam rangka pembuatan keputusan-keputusan organisasi secara strategis guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Dari berbagai pengertian atau definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa Manajemen Strategi adalah *suatu seni dan ilmu dari pembuatan (formulating), penerapan (implementing) dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategis antara fungsi-fungsi*

¹ Karhi Nisjar, Winardi, *Managemen Stratrgi*, (Bandung:Mandar Maju,1997) hlm 85

yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang.

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa Manajemen Strategi pada hakekatnya mengandung 2 (dua) hal penting, yakni :

- 1) Manajemen Strategi terdiri dari tiga macam proses manajemen yaitu Pembuatan strategi, penerapan strategi dan evaluasi/kontrol terhadap strategi.

Pembuatan strategi meliputi kegiatan pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan organisasi. Pengembangan alternatif-alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi. Sedangkan penerapan strategi meliputi kegiatan penentuan sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah disusun dapat diimplementasikan dalam praktek secara berdaya guna dan berhasil guna. Adapun proses evaluasi strategi mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh hasil-hasil dari pembuatan dan penenrapan strategi termasuk mengukur kinerja individu dan organisasi, serta mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.

2) Manajemen strategi memfokuskan pada penyatuan atau penggabungan (integrasi) aspek-aspek pemasaran, riset dan pengembangan.²

b. Manfaat Manajemen Strategik³

Dengan menggunakan Manajemen Strategik sebagai instrumen untuk mengantisipasi perubahan lingkungan sekaligus sebagai kerangka kerja untuk menyelesaikan setiap masalah melalui pengambilan keputusan perusahaan, maka penerapan manajemen strategik dalam suatu organisasi atau perusahaan diharapkan akan membawa manfaat-manfaat atau keuntungan sebagai berikut :

1. Memberikan arahan jangka panjang yang akan dituju
2. Membantu organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi.
3. Membuat suatu organisasi menjadi lebih efektif
4. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif suatu organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko
5. Aktifitas pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya masalah dimasa yang akan datang

² Karhi Nisjar, Winardi, *Managemen strategik...*, hlm 86

³ Ibid. hlm 89

6. Keterlibatan karyawan dalam pembuatan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya
7. Aktifitas yang tumpang tindih akan dikurangi
8. Keenganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi.

Managemen strategik semakin penting arti dan manfaatnya apabila diingat bahwa lingkungan perusahaan mengalami perubahan-perubahan yang semakin cepat dan kompleks, sehingga keberhasilan management strategik pun sangat ditentukan oleh para manajer atau pemimpinya.

c. Pengertian Strategi

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 untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi ini digunakan sebagai proses untuk menentukan rencana yang paling baik yang dipilih oleh para pemimpin puncak untuk mencapai tujuan tertentu.⁴

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi

⁴ Husein Umar, *Managemen Strategi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm 16

sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.⁵

2. Pengembangan

Menurut sudjana istilah pengembangan diambil dari bahasa inggris yaitu *development*, yaitu berarti proses, cara dan perbuatan mengembangkan.⁶ Menurut Marihot T. Efendi H., pengembangan didefinisikan sebagai usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai.⁷ Pengembangan ini menekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan di masa yang akan datang yang dilakukan melalui pengintegrasian dengan kegiatan lain.

Menurut Ismail Solihin, di dalam melakukan pengembangan usaha (*business development*), seorang wirausahawan pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut :⁸

⁵ Husein Umar, *Managemen Strategi...*, hlm 31

⁶ Sudjana, *Manajemen Program Pendidikan untuk Pendidikan Luar Sekolah dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Falah Production, 2000), hlm 353

⁷ Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia (pengadaan, pengembangan, pengkompensasian dan Peningkatan Produktivitas Pegawai)*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2002), hlm. 168

⁸ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus Edisi 1 Cet. ke-1*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 123-126

1. Memiliki ide usaha

Usaha apa pun yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan, pada mulanya berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausahawan.

2. Penyaringan ide/konsep usaha Ide usaha

Ide usaha masih merupakan gambaran yang kasar mengenai bisnis yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan. Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menerjemahkan ide usaha tersebut ke dalam konsep usaha yang merupakan penerjemahan lebih lanjut ide usaha ke dalam mitra-mitra bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha tersebut dapat dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun informal.

3. Pengembangan rencana usaha (*Business Plan*) Wirausahawan

adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi (orang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba

(*proforma income statement*) dari bisnis yang akan dijalankan. *Proforma income statement* merupakan *income statement* yang disusun berdasarkan perkiraan asumsi usaha yang akan terjadi di masa yang akan datang dan disusun berdasarkan data-data historis. Wirausahawan akan tergerak untuk menginvestasikan waktu, uang, dan sumber daya lain yang bisa ia peroleh apabila bisnis yang akan dia jalankan akan memberikan keuntungan.⁹

4. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.¹⁰ Berdasarkan proses evaluasi dengan membandingkan hasil pelaksanaan usaha dengan target usaha yang telah dibuat dalam perencanaan usaha, seorang wirausahawan dapat mengetahui apakah bisnis yang dia jalankan dapat mencapai target yang diinginkan atau

⁹ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis : Pengenalan Praktis dan Studi Kasus...*, hlm1 124

¹⁰ Ibid, hlm 126

tidak. Melalui pelaksanaan kegiatan usaha, seorang pengusaha juga akan memperoleh umpan balik (*feedback*) yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan usaha, penetapan tujuan-tujuan dan strategi-strategi usaha yang baru atau melakukan berbagai tindakan koreksi (*correction action*).

3. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata (*Tourism*)

Seseorang dapat melakukan perjalanan dengan berbagai cara karena alasan yang berbeda-beda pula. Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu harus bersifat sementara, harus bersifat sukarela, tidak bekerja yang sifatnya upah ataupun bayaran. Namun, sebelum kita mencoba memberikan batasan pengertian pada kata pariwisata, perlu dikemukakan bahwa kata tersebut tidak selalu memberikan arti maupun ruang lingkup yang sama. Misalnya, seseorang dapat melakukan pelancongan atau perjalanan sesuai dengan persyaratan-persyaratan tersebut diatas, baik didalam negeri (*domestic tourism*) atau pariwisata nasional (*national tourism*), sedangkan yang kedua adalah pariwisata internasional (*International tourism*).¹¹

¹¹ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata* (Yogyakarta: Kanisius, 1987) hlm. 22

b. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut.¹² Daerah tujuan wisata akan selalu memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Apabila daerah tersebut pariwisatanya berkembang dengan baik, dengan sendirinya akan memberikan dampak positif bagi daerah itu, dan dapat memberikan lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat.

Selain itu, dengan adanya pengembangan wisata menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata tersebut. Wisatawan pasti berkeinginan untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam maupun segala hal yang ada didalamnya, seperti cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah, perkebunan dan sebagainya. Untuk itu di suatu daerah wisata harus menyajikan atau membangun beberapa obyek dan atraksi wisata yang menarik, agar wisatawan selalu berminat untuk mengunjungi daerah wisata tersebut. Tidak hanya obyek dan atraksi wisata yang menarik melainkan juga harus mengembangkan produk-produk baru. Pengembangan suatu produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki

¹² Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hal. 77

produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk yang dihasilkan ataupun yang akan dipasarkan.¹³ Hendaknya suatu produk baru sesuai dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, produk baru tidak mungkin dihasilkan secara kebetulan, tetapi harus melalui riset dan analisa pasar. Untuk menghasilkan suatu produk baru ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :¹⁴

1. Perkembangan potensial dari pasar produk baru yang akan diproduksi.
2. Struktur pasar dan keahlian dalam *marketing* untuk memasarkan produk baru tersebut.
3. Fasilitas keuangan, apakah cukup tersedia dana untuk mengembangkan produk baru tersebut.
4. Situasi persaingan perlu ditinjau apakah posisi produk baru itu cukup kuat bersaing dengan produk pesaing.
5. Produk baru yang dikembangkan tidak akan merusak produk yang telah ada dan tidak akan merugikan perusahaan secara keseluruhan. Dalam kepariwisataan, pengembangan produk baru perlu menjadi pemikiran ahli-ahli pariwisata, khususnya para pengelola yang langsung menangani sektor kepariwisataan tersebut.¹⁵

¹³ Oka A. Yoeti, *Perencanaan...*, hlm. 96

¹⁴ Ibid hlm 97

¹⁵ Ibid hlm 97

c. Perencanaan Pariwisata¹⁶

Merencanakan sesuatu bila dilakukan dengan baik tentu akan memberikan manfaat yang sebesar-besarnya dan dapat pula memperkecil semua efek sampingan yang tidak menguntungkan. Karena itu pentingnya perencana dalam pengembangan pariwisata sebagai suatu industry tidak lain ialah agar perkembangan industri pariwisata sesuai dengan apa yang telah dirumuskan dan berhasil mencapai sasaran yang di kehendaki, baik itu ditinjau dari segi ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup.

Pertumbuhan kepariwisataan yang tidak terkendali sebagai akibat dari perencanaan yang tidak baik, pasti akan menimbulkan dampak yang tidak baik dan tentunya akan tidak menguntungkan semua pihak. Dengan kata lain, pengembangan pariwisata yang tidak direncanakan, akan dapat menimbulkan masalah-masalah sosial dan budaya, terutama didaerah atau tempat dimana terdapat perbedaan tingkat sosialisasinya antara pendatang dan penduduk setempat.

Adapun aspek-aspek yang perlu diketahui dalam perencanaan pariwisata adalah :

1. Wisatawan (tourist)

Kita harus tahu lebih dahulu (melalui penelitian) karakteristik wisatawan yang diharapkan datang. Dari negara

¹⁶ Yoeti, Okta, *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*(Jakarta:Pradaya pratama,2008)hlm 47

mana saja mereka datang, anak muda atau orang tua, pengusaha atau pegawai biasa, apa kesukaannya dan pada musim apa saja mereka melakukan perjalanan.

2. Pengangkutan (transportations)

Kita harus melakukan penelitian lebih dahulu, bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia atau yang akan dapat di gunakan, baik untuk membawa wisatawan dari negara ke DTW Yang akan dituju. Selain bagaimana pula transportasi local kalau melakukan perjalanan wisata di DTW yang dikunjungi.

3. Atraksi / objek wisata (attractions)

Bagaimana objek atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat seperti dibawah ini :

- Apa yang dapat dilihat (something see)
- Apa yang dapat dilakukan (something to do)
- Apa yang dapat dibeli (something to buy)

4. Fasilitas pelayanan (service facilities)

Fasilitas apa saja yang tersedia di DTW tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restoran, pelayanan umum seperti bank/ money changers, kantor pos, telepon/teleks/faksimili di DTW yang akan dikunjungi wisatawan.

5. Informasi dan promosi (informations)

Calon wisatawan perlu memperoleh informasi tentang DTW yang akan dikunjunginya. Untuk itu perlu dipikirkan cara-cara publikasi atau promosi yang akan dilakukan. Kapan iklan harus dipasang, kemana *leaflets/brochures* harus disebar, sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisatawanyang kita jumlah semuanya ini perlu agar calon wisatawan mudah cepat mengambil keputusan, berangkat atau tidak ke DTW yang ditawarkan.

Pada dasarnya perencanaan bermaksud untuk member batasan tentang tujuan yang hendak dicapai dan menentukan cara-cara mencapai tujuan yang dimaksudkan. Jadi perencanaan merupakan predeterminasi dari tujuan-tujuan yang bersifat produktif secara sistematis dengan menggunakan alat-alat, metode dan prosedur yang perlu untuk mencapai tujuan yang dianggap paling ekonomis. Bila kita rinci pengertian perencanaan tersebut diatas, maka dalam perencanaan terdapat unsur.

1. Suatu pandangan jauh kedepan
2. Merumuskan secara konkret apa yang hendak dicapai dengan menggunakan alat-alat secara efektif dan ekonomis.
3. Menggunakan koordinasi dalam pelaksanaanya

4. Dampak Ekonomi

Pengertian dampak ekonomi menurut kamus lengkap bahasa Indonesia adalah pengaruh sesuatu yang menimbulkan akibat, benturan, benturan yang cukup hebat sehingga menimbulkan perubahan.¹⁷ Secara etimologis dampak berarti pelanggaran. Peneliti menyimpulkan bahwa dampak adalah segala sesuatu yang timbul akibat adanya suatu kejadian atau pembangunan yang ada di dalam masyarakat dan menghasilkan perubahan yang berpengaruh positif maupun negatif terhadap kelangsungan hidup. Pengaruh positif berarti menunjukkan perubahan kearah yang lebih baik, sedangkan pengaruh negatif berarti menunjukkan perubahan kearah yang lebih buruk dari sebelum adanya pembangunan yang dilakukan.¹⁸

Aktivitas pariwisata menggerakkan pelaku pariwisata di bidang ekonomi karena adanya *supply* (pasokan) dan *demand* (permintaan) terhadap produk barang dan jasa. Wisatawan meningkatkan permintaan barang dan jasa, masyarakat pelaku bisnis memasok produknya untuk menangkap apa yang di butuhkan wisatawan. Peredaran uang, barang dan jasa sirkulasinya luas dan cepat sehingga ekonomi menjadi sangat berkembang. Wisatawan mancanegara menimbulkan dampak ekonomi yang sangat besar karena terkait dengan devisa. Pariwisata menimbulkan *multiplier effect* (efek

¹⁷ Kamus lengkap bahasa Indonesia, 2003, hal 234

¹⁸ Ita ariona, Dampak sosial ekonomi pendirian pabrik rokok sampoerna di desa Giripeni kecamatan Wates kabupaten Kulonprogo di akses pada 03 januari 2019 pukul 13.30

berganda) dapat menggerakkan industri dan menstimulasi investor untuk menanamkan modal pada sektor yang mendukung pariwisata. Secara umum produk dan jasa melibatkan pelaku bisnis pariwisata adalah jasa transportasi jasa akomodasi, jasa kuliner, jasa penjual makanan dan minuman, jasa telekomunikasi, jasa penyedia hiburan, jasa keamanan, jasa kesehatan, jasa iklan, jasa kerajinan, jasa angkutan lokal (delman, ojek, becak dan lain-lain).

Secara umum dampak pariwisata terhadap perekonomian adalah :

- a. Dampak terhadap penerimaan devisa
- b. Dampak terhadap pendapatan masyarakat
- c. Dampak kesempatan kerja
- d. Dampak terhadap harga dan tariff
- e. Dampak terhadap distribusi manfaat dan keuntungan
- f. Dampak terhadap kepemilikan dan pengendalian
- g. Dampak terhadap pajak untuk pemerintah.¹⁹

5. Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian

1. Pertukaran valuta asing

Pengeluaran sektor pariwisata akan menyebabkan perekonomian masyarakat lokal menggeliat dan menjadi stimulus berinvestasi dan menyebabkan sektor keuangan bertumbuh seiring bertumbuhnya sektor ekonomi lainnya.

¹⁹ I gusti Bagus Arjana, *geografi pariwisata dan ekonomi kreatif*,(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm 156-157

Pengalaman diberbagai negara bahwa kedatangan wisatawan ke sebuah destinasi wisata juga menyebabkan bertumbuhnya bisnis valuta asing untuk memberikan pelayanan dan kemudahan bagi wisatawan selama mereka berwisata.

2. Pendapatan pemerintah

Kontribusi pariwisata terhadap pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni kontribusi langsung dan kontribusi tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada kawasan wisata yang diterima langsung oleh dinas pendapatan suatu destinasi. Sedangkan kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap pendapatan pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang yang di import dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang bekunjung.

3. Peningkatan perekonomian masyarakat

Pendapatan sektor pariwisata acap kali digunakan untuk mengukur nilai ekonomi pada suatu kawasan wisata. Sementara ada beberapa pendapatan lokal sangat sulit untuk dihitung karena tidak semua pendapatan pengeluaran wisatawan dapat di ketahui dengan jelas seperti, misalnya penghasilan para pekerja informal seperti sopir taksi tidak resmi, pramuwisata tidak resmi, dan lain sebagainya.²⁰

²⁰ I gusti, *Pemasaran pariwisata* (Yogyakarta: CV A ndi offst, 2017), hlm 15

6. Kesejahteraan Masyarakat

1. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat

Menurut Badrudin, kesejahteraan masyarakat adalah kondisi yang memperlihatkan mengenai keadaan kehidupan masyarakat yang bisa dilihat dari standar kehidupan masyarakat.²¹

Kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan dasar yang layak, tercukupinya kebutuhan sandang dan pangan, biaya pendidikan dan kesehatan yang murah dan berkualitas atau kondisi dimana setiap individu mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani.

2. Indikator Kesejahteraan

Pada sisi lain, indikator kesejahteraan yang ditetapkan oleh BPS meliputi :

a. Kependudukan

Kependudukan adalah hal yang berkaitan dengan jumlah, pertumbuhan, persebaran, mobilitas, penyebaran, kualitas, kondisi kesejahteraan, yang menyangkut politik, ekonomi, sosial, agama, serta lingkungan. Pengetahuan tentang kependudukan adalah penting untuk lembaga-lembaga swasta maupun pemerintah baik di tingkat nasional maupun daerah, dimana masalah kependudukan

²¹ Rudy Bahrudin, *Ekonomika Otonomi Daerah*, (Yogyakarta:UPP STIM YKPN, 2012) hal 56

saat ini telah memegang peranan penting dalam menentukan kebijakan pemerintah.

Penduduk usia produktif adalah penduduk pada kelompok usia 15-64 tahun (disebut juga angkatan kerja) yang dapat memperoleh penghasilan untuk mencukupi kebutuhan hidupnya.²²

b. Kesehatan dan Gizi

Menurut Supriasa, Gizi adalah suatu proses organisme menggunakan makanan yang di konsumsi secara normal melalui proses pencernaan, absorpsi, transportasi, penyimpanan, metabolisme dan pengeluaran zat-zat yang tidak digunakan untuk mempertahankan kehidupan, pertumbuhan dan fungsi normal dari organ-organ, serta menghasilkan energi.

c. Pendidikan

Pendidikan dan aktivitas dan usaha manusia untuk meningkatkan kepribadiannya dengan jalan membina potensi-potensi pribadinya, yaitu rohani (pikir, karsa, rasa, cipta, dan budi nurani). Pendidikan juga berarti lembaga yang bertanggungjawab menetapkan cita-cita (tujuan) pendidikan, isi, sistem, dan organisasi pendidikan. Lembaga-lembaga ini meliputi keluarga, sekolah, dan masyarakat

d. Ketenagakerjaan

Sebagai bagian dari pembangunan nasional, bidang ketenagakerjaan merupakan bagian dari upaya pengembangan

²² Badan Pusat Statistik, *Indikator Kesejahteraan Rumah Tangga*, (Jakarta : BPS, 2011)

sumber daya manusia yang memegang peranan penting dalam mewujudkan pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan masyarakat Indonesia seluruhnya. Oleh karena itu, pembangunan di bidang ketenagakerjaan diarahkan untuk memberikan kontribusi nyata dan terukur dalam rangka peningkatan kesejahteraan tenaga kerja.²³

B. Penelitian Terdahulu

Pembahasan dalam penelitian ini adalah tentang strategi pengembangan wisata dan dampak ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat di waduk kalibening. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan ini, antara lain :

Ian Asriandy, “Strategi pengembangan obyek wisata air terjun bissapu dikapupaten banteng”, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan dan implementasi strategi pengembangan yang teridentifikasi yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten banteng yang terdiri dari beberapa dimensi-dimensi, yakni Tujuan, Kebijakan, dan Program yang akan menghasilkan suatu strategi dari beberapa definisi strategi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder berasal dari dokumen laporan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan

²³ Titiek Kurniawati, “Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Bambu di Desa Sendari, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta”, (Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan, 2015), hal 13-14

masalah yang akan diteliti, tulisan sertahasil penelitian mengenai strategi pengembangan obyek wisata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Bantaeng adalah strategi sebagai rencana. Adapun beberapa implementasinya strategi pengembangan yang teridentifikasi yang dilakukan yakni : (1) Pengembangan yang dilakukan harus terfokus pada satu titik, (2) keterlibatan semua elemen-elemen yang terkait,(3) mengidentifikasi secara menyeluruh terhadap obyek yang akan dikembangkan, (4) melakukan penelitian-penelitian baik pemandu wisata, pelaku wisata, dan pengelola wisata, dan pengelola wisata, (5) koordinasi yang terus dilakukan kepada pemerintah dan warga sekitar kawasan obyek wisata.²⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada fokus pembahasannya, pada pembahasannya ini berfokus pada strategi pengembangan wisata sedangkan pada penelitian yang akan diteliti juga melibatkan bagaimana dampak adanya pengembangan tersebut bagi masyarakat sekitar wisata tersebut. Sedangkan persamaanya yaitu kedua penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Asrina Dewi Narullah, “Strategi pengembangan objek wisata pemandian air panas lejja dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan”, penelitian ini bertujuan untuk : (1)

²⁴ Ian Asriandy, “Strategi pengembangan obyek wisata air terjun bissapu di kabupaten Banten”, *Jurnal Agrise*, Vol.VII No.2,2016,hlm 132

memperoleh data perihal faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan objek wisata pemandian air panas lejja, dan (2) mengkaji strategi pengembangan apa saja yang harus dilakukan pemerintah kabupaten soppeng dalam pengembangan objek wisata pemandian air panas lejjadalam meningkatkan kunjungan wisata. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif kemudian untuk memperoleh strategi pengembangan dilakukan pula analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendorong pengembangan wisata pemandian air panas lejja yaitu panorama alam, tersedia sumber air panas, kondisi keamanan, keramahan masyarakat, sarana dan prasarana, keanekaragaman atraksi wisata dan suasana yang kenyamanan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan dana, kurangnya tenaga kerja profesional, promosi yang kurang, jalan yang kurang baik, lokasi jauh dari pusat kota, program pengembagngan yang masih sederhana. Jaringan telekomunikasi, termasuk dalam kawasan hutan konservasi/lindung.²⁵ Perbedaan penelitian ini dengan peneliltian yang penulis teliti yaitu penelitian ini berfokus pada peningkatan kunjungan wisatanya sedangkan penelitian yang penulis lakukan terfokus pada strategi pengembangan beserta dampak bagi masyarakat sekitar. Persamaanya yaitu kedua penelitian sama sama mengkaji tentang srategi pengembangan yang dilakukan pengelola guna meningkatkan kunjungan wisatawan.

²⁵Asrina Dewi Nasrullah, “Strategi pengembangan objek wisata pemandian air panas lejja dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kabupaten Soppeng Sulawesi Selatan”, dalam *jurnal Barista* Vol.2 No. 2, Desember 2015

Hugo Itamar “Strategi pengembangan pariwisata dikabupaten tana roja”, penelitian ini menggambarkan tentang strategi pengembangan pariwisata yang direncanakan dan dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata yaitu strategi dasar yang bersifat multiplier effect, strategi terkait dengan pengelolaan interest pariwisata, strategi keterkaitan dan pengembangan produk, strategi pematapan pemasaran, strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi. Dimana dar 7 strategi ini telah dilaksanakan dalam waktu 2011-2016. Akan tetapi ada strategi yang belum berjalan maksimal sehingga hasil yang diinginkan belum tercapai dengan baik.²⁶Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti yaitu, penelitian ini hanya memfokuskan pada strategi pengembangannya saja. Sedangkan pada penelitian yang penulis teliti juga membahas bagaimana dampak akibat adanya pengembangan pariwisata wisata bagi masyarakat sekitar wisata. Selain itu pada penelitian ini juga belum berjalan secara maksimal sehingga hasil yang di inginkan penulis terdahulu belum tercapai. Sedangkan persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pengembangan wisata.

Rosni, “Analisis tingkat kesejahteraan masyarakat nelayan di desa Selebar kecamatan Talawi kabupaten Batubara”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan masyarakat nelayan yang ada di desa Daari Selebar kecamatan Talawi kabupaten Batubara yang berjumlah 443 KK. Teknik pengumpulan data yag digunakan adalah daftar

²⁶ Hugo Itamar, “Strategi pengembangan pariwisata di kabupaten Tana Roja”, *Jurnal pemerintahan* Vol. 7, No 2, juli 2014 hlm 102

wawancara. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu analisis deskriptif kualitatif . Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat nelayan yaitu 42 responden (63,63%) tergolong dalam prasejahtera, 21 responden (31,18%) tergolong dalam sejahtera I, dan 3 responden (4,56%) tergolong dalam sejahtera II. Jika dikaitkan dengan upah minimum kabupaten Baubara tahun 2016 yaitu sebesar Rp.2.313.625 maka seluruh responden masuk dalam kategori miskin, masyarakat prasejahtera pendapatannya Rp 897.000, masyarakat sejahtera I Rp 1.149.000, dan masyarakat sejahtera II Rp 1.470.000.²⁷ persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti yaitu adanya fokus bagi kesejahteraan masyarakatnya selain itu populasi data penelitian ini melibatkan nelayan dan teknik pengumpulan data yang digunakan sama. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu penelitian ini tidak terfokus pada strategi pengembangannya, melainkan juga terfokus pada dampak adanya pengembangan bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.

Sefira, Mardoyo “Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah” (study kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah kabupaten Nganjuk). Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang berpotensi untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya. Di dalam memajukan sektor pariwisata di tingkat daerah peran pemerintah daerah kabupaten Nganjuk dalam menentukan strategi-strategi

²⁷ Rosni, “Analisis tingkat kesejahteraan masyarakat nelayan di desa Dahari Selebar kecamatan Batubara”, Universitas Negeri Medan diakses pada 03 januari 2019 pukul 13.00.

pembangunan kepariwisataan. Di sini penulis ingin mengetahui sejauh mana strategi yang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk dalam mengembangkan potensi pariwisata daerahnya, sehingga muncul dua permasalahan, yaitu pertama bagaimana strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk dalam mengembangkan potensi pariwisata daerah, kedua faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata daerah di Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi. Wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data dengan Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.²⁸ Perbedaan penelitian ini terletak pada inti pembahasannya, dipenelitian ini tidak membahas dampak dari adanya pariwisata tersebut sedangkan pada penelitian yang penulis kaji membahas tentang dampak adanya pengembangan pariwisata tersebut. Persamaan dari penelitian ini adalah kedua penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan , teknik pengumpulan datanya juga sama dan metode data yang digunakan juga sama yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

²⁸ Sefira, Mardiyanto “Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah”, *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol 1, No 4, Hal 135-143

Sujarwo dkk, “Perencanaan Strategis Pengembangan Unit Sapi perah KUD Turen dengan metode *Balanced Score Card*” tahun 2010.²⁹ Penelitian ini bertujuan untuk : (1) menganalisis faktor internal dan eksternal unit sapi perah KUD Turen, (2) menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi unit sapi perah KUD Turen dan (3) merumuskan perencanaan strategis untuk pengembangan unit sapi perah KUD Turen. Metode lain dalam penelitian ini adalah *Balanced Score Card*. Hasil dari penelitian ini yaitu faktor internalnya dilihat dari segi kekuatan adalah tingkat penambahan unit sapi perah, pendidikan karyawan mayoritas SMA dan jumlah karyawan pelaksana SOP seberapa 85%, peralatan operasional sesuai SOP, kualitas produk susu segar pada grade A dan harga beli di tingkat peternak yang tinggi dibandingkan pengepul. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu terletak pada metode penelitian. Penelitian disini menggunakan metode *balanced Score Card* sedangkan yang penulis telti itu menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti strategi pengembangannya.

Desi Nugraheni, “Kajian Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen Ditinjau dari segi Pengelolaan dan Pemasarannya” tahun 2013.³⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

²⁹Sujarwo dkk, “Perencanaan Strategis Pengembangan Unit Sapi Perah KUD Turen dengan Metode *Balanced Score Card*”, *Jurnal Agrise*, Vol. X No. 2, 2010, hal. 139

³⁰Desi Nugraheni, “Kajian Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen Ditinjau dari Segi Pengelolaan dan Pemasarannya”, *Jurnal Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 2 No. 1, 2013, hlm. 110

strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Kebumen di kawasan Wisata Pantai Suwuk sebagai daya tarik wisatawan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Temuan studi yang didapat dari penelitian ini adalah mengenai penelolan dan pemasaran Pantai Suwuk. Dari hasil kuesioner, 61% responden mengatakan bahwa pengelolaan Pantai Suwuk sudah baik, namun 7% diantaranya mengatakan masih ada kekurangan. Untuk keterlibatan pemerintah, 59% responden mengatakan pemerintah sudah melakukan pengelolaan dengan baik, sedangkan 37% lainnya mengatakan pemerintah belum melakukan pengelolaan dengan baik. Kurangnya pengelolaan tertuju pada penyediaan sarana prasarana yang belum maksimal terutama masalah persampahan. Konsep pemasaran Pantai Suwuk masih kurang maksimal karena dari hasil kuesioner, 53% responden menyatakan bahwa Pantai Suwuk belum dipromosikan dengan baik. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang penulis kaji yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada konsep pemasarannya.

Marceilla Hidayat, “Strategi perencanaan dan pengembangan obyek wisata (Study Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)” tahun 2011.³¹ Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui kondisi actual aspek pengembangan wisata bahari di objek wisata pantai

³¹ Marceila Hidayat, “Strategi Perencanaan dan Pengembangan Obyek wisata (Studi kasus pantai pangandaran Kabupaten ciamis Jawa Barat)”. *Tourismn and Hospitally Exsentials (THE) journal*”, Vol. 1, No. 1, 2011, hlm 33

pangandaran. (2) menganalisis kebijakan pengembangan wisata pantai pangandaran sebagai strategi perencanaan pengembangan wisata bahari, (3) mengetahui aktifitas wisata pantai Pangandaran sebagai daya tarik pengunjung yang mempengaruhi kepuasan wisatawan Pantai Pangandaran serta menganalisis paras produk wisata, dan (4) mengetahui strategi perencanaan dan pengembangan pariwisata berkelanjutan dari objek wisata tersebut. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif dan menggunakan teknis analisis SWOT. Hasil penelitian ini yaitu bahwa berdasarkan hasil evaluasi terhadap kondisi produk wisata dan pasar actual, wisata Pantai Pangandran dalam hal kerusakan sarana prasarana, kesemrawutan pantai cukup kompleks, pantai Pangandaran telah mencapai fase stagnasi dalam daur siklus hidup objek wisata, dimana fase stagnasi harus diperbaiki sehingga tidak terjerembab dalam waktu singkat dalam fase kemunduran. Strategi yang harus dilakukan untuk mengembangkan pantai Pangandaran adalah mengoptimalkan sub variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas dari perencanaan wisata yang lebih efektif terhadap keberhasilan pengembangan wisata bahari termasuk segala tema event kegiatan yang dilaksanakan. Persamaan penelitian-penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang stratei pengembangan pariwisata, khususnya dalam hal yang diterapkan di tempat wisata. Perbedaanya dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah terletak pada obyek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian yang dilakukan penulis ini membahas tentang konsep strategi

pengembangan wisata dan dampaknya bagi kesejahteraan masyarakat dan juga kendala yang dihadapi pihak pengelola. Sedangkan dalam penelitian-penelitian diatas belum ada yang membahas terkait hal tersebut.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas, penulis menuangkan kerangka pemikiranya dalam bentuk skema kerangka konseptual sebagai berikut :

Gambar 1.1

Paradigma Konseptual Penelitian



Berdasarkan skema diatas dapat dijelaskan bahwa Strategi pengembangan sangat berpengaruh besar terhadap inovasi pengembangan wisata bagi pengembangan yang dilakukan pengelola serta dengan adanya stretagi pengembangan wisata juga akan berpengaruh terhadap dampak ekonomi masyarakat sekitar wisata.

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan wisata dan dampak ekonomi bagi kesejahteraan masyarakat di sekitar waduk widas kalibening Saradan Madiun.