

BAB II

LANDASAN TEORI

A. PARIWISATA

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah istilah yang diberikan kepada seorang wisatawan yang melakukan suatu perjalanan. Hal ini mencakup segala hal mulai dari perencanaan perjalanan, perjalanan ke tempat tertentu, tinggal ditempat tertentu, serta kembali dari suatu tempat. Selain itu juga meliputi aktivitas perjalanan yang dilakukan sebagai bagian dari perjalanan yang dilakukan, pembelian-pembelian saat melakukan perjalanan serta interaksi yang terjadi saat perjalanan. Lengkapnya pariwisata adalah semua aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang melakukan sebuah perjalanan.¹

Sedangkan, dalam UU RI No.10 Tahun 2009 tentang Pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh pemerintah, pemerintah daerah, pengusaha, dan masyarakat.²

Disamping itu para ahli pariwisata memberikan pengertian pariwisata, antara lain Hunziker dan Kraff menyatakan pariwisata adalah sejumlah hubungan-hubungan dan gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka ini tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha

¹ Robert Christie Mill; Terj. Tri Budi Sastrio, *Tourism The International Business*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000), hlm 25-26

² Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*, Bab 1 Pasal 1 dalam www.kemenpar.go.id, diakses pada tanggal 1 Juli 2020

yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari kerja penuh. Menurut Spillane pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara dilakukan secara perorangan maupun kelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, juga alam dan ilmu.³

Dengan demikian dapat disimpulkan pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang melibatkan seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu yang baru dalam kurun waktu tertentu dan bukan dengan tujuan mencari nafkah atau menimbulkan dampak ekonomi untuk masyarakat.⁴

2. Komponen Pariwisata

Sistem pariwisata terdiri dari tujuh komponen besar, dimana komponen tersebut merupakan sektor utama dalam kepariwisataan yang memerlukan keterkaitan, ketergantungan, dan keterpaduan, yaitu:

a) Sektor pemasaran (*The Marketing Sector*)

Mencakup semua unit pemasaran dalam industri pariwisata, misalnya, kantor biro perjalanan dengan jaringan cabangnya, kantor pemasaran maskapai penerbangan (*air lines*), kantor promosi daerah tujuan wisata tertentu, dan sebagainya.

b) Sektor perhubungan (*The Carrier Sector*)

³ Hassek Nogi S. Tangkilisan, *Kebijakan dan Manajemen Otonomi Daerah*, (Yogyakarta: Lukman OFFSET, 2004), HLM. 209-210

⁴ Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung:: Angkasa, 1996), hlm 133-134

Mencakup semua bentuk dan macam transportasi publik, khususnya yang beroperasi sepanjang jalur transit yang menghubungkan tempat asal wisatawan (*traveller generating region*) dengan tempat tujuan wisatawan (*tourist destination region*). Misalnya, perusahaan penerbangan (*airlines*), bus (*coachline*), penyewaan mobil, kereta api dan sebagainya.

c) Sektor Akomodasi (*The Accommodation Sector*)

Sebagai penyedia tempat tinggal sementara (penginapan) dan pelayanan yang berhubungan dengan hal itu, seperti penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*). Sektor ini umumnya berada di daerah tujuan wisata dan tempat transit.

d) Sektor daya tarik/atraksi wisata (*The Attraction Sector*)

Sektor ini terfokus pada penyediaan daya tarik atau atraksi wisata bagi wisatawan. Lokasi utamanya terutama pada daerah tujuan wisata tetapi dalam beberapa kasus juga terletak pada daerah transit. Misalnya, taman budaya, hiburan, *event* olah raga dan budaya, tempat dan daya tarik wisata alam, peninggalan budaya, dan sebagainya. Jika suatu daerah tujuan wisata tidak memiliki sumber daya atau daya tarik wisata alam yang menarik, biasanya akan dikompensasi dengan memaksimalkan daya tarik atraksi wisata lain.

e) Sektor *tour operator* (*The Tour Operation Sector*)

Mencakup perusahaan penyelenggara dan penyedia paket wisata. Perusahaan ini membuat dan mendesain paket perjalanan dengan memilih dua atau lebih komponen (baik tempat, paket, atraksi wisata) dan memasarkannya sebagai sebuah unit dalam tingkat harga tertentu yang menyembunyikan harga dan biaya masing-masing komponen dalam paketnya.

f) Sektor pendukung/rupa-rupa (*The Miscellaneous Sector*)

Sektor ini mencakup pendukung terselenggaranya kegiatan wisata baik di Negara/tempat asal wisatawan, sepanjang rute transit, maupun di Negara/tempat tujuan wisata. Misalnya, toko oleh-oleh (*souvenir*) atau toko bebas bea (*duty free shops*), restoran, asuransi perjalanan wisata, travel cek (*traveller cheque*), bank dengan kartu kredit, dan sebagainya.

g) Sektor pengkoordinasi/ regulator (*The Coordinating Sector*)

Mencakup peran pemerintah selaku regulator dan asosiasi di bidang pariwisata selaku penyelenggara pariwisata, baik di tingkat lokal, regional, maupun internasional. Sektor ini biasanya menangani perencanaan dan fungsi manajerial untuk membuat sistem koordinasi antara seluruh sektor dalam industri pariwisata. Misalnya, di tingkat lokal dan nasional seperti Departemen Pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi 10 (Disparda), Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI), dan sebagainya. Ditingkat regional dan internasional seperti *World*

*Tourism Organization (WTO), Pacific Asia Travel Association (PATA), dan sebagainya.*⁵

3. Jenis dan Macam Pariwisata

Ditinjau dari segi ekonomi, sampai saat ini jenis dan macam pariwisata yang dikenal antara lain: ⁶

a. Menurut letak geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang

- 1) Pariwisata Lokal, yaitu pariwisata setempat yang mempunyai ruang lingkup yang sempit dan terbatas dalam suatu tempat tertentu saja. Misal kepariwisataan Kabupaten Trenggalek atau Kepariwisataan kota Surabaya.
- 2) Pariwisata Regional, yaitu kepariwisataan yang berkembang disuatu tempat atau daerah yang ruang lingkungannya lebih luas bila dibandingkan dengan pariwisata lokal maupun lebih sempit dari pariwisata nasional. Misal kepariwisataan Jawa Timur, Sumatera Utara.
- 3) Pariwisata Nasional, yaitu kepariwisataan yang berkembang di wilayah suatu Negara, dimana wisatawan yang ada merupakan warga Negara lokal atau warga asing yang bertempat tinggal di Negara tersebut.

⁵ I Gde Pitana, dan I Ketut Surya Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm 63

⁶ Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata ...*, hlm 119-124

- 4) *Regional-International tourism*, yaitu kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas namun melewati dua atau tiga Negara dalam wilayah tersebut. Missal ASEAB, Eropa Barat.
 - 5) *International Tourism*, yaitu kepariwisataan yang berkembang diseluruh dunia.
- b. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran
- 1) Pariwisata aktif, yaitu kegiatan pariwisata yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu Negara tertentu, sehingga wisatawan asing tersebut dapat memasukkan devisa bagi Negara yang dikunjungi.
 - 2) Wisatawan pasif, yaitu kegiatan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga Negara sendiri bepergian keluar negeri sebagai wisatawan. Kegiatan ini merugikan Negara asal wisatawan karena uang yang seharusnya dibelanjakan di dalam negeri dibawa ke luar negeri dan tidak ada arti ekonominya untuk Negara sendiri.
- c. Menurut tujuan perjalanan
- 1) Pariwisata bisnis, merupakan jenis pariwisata yang pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau segala sesuatu yang berhubungan dengan pekerjaan.

- 2) Pariwisata berlibur, yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan pariwisata adalah orang-orang yang sedang berlibur, cuti atau pakansi.
 - 3) Pariwisata pendidikan, merupakan jenis kegiatan pariwisata yang dimana pengunjungnya bertujuan untuk studi atau mempelajari bidang ilmu pengetahuan.
- d. Menurut waktu berkunjung
- 1) *Seasonal Tourism*, yaitu kegiatan pariwisata yang berlangsung pada musin-musim tertentu. Misal *summer tourism* atau *winter tourism*
 - 2) *Occasional Tourism*, yaitu kegiatan pariwisata dimana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) maupun suatu *event*. Misal sekaten di Yogya, *Cherry Blossom Festival* di Tokyo.
- e. Menurut pembagian objek
- 1) Wisata budaya yaitu perjalanan wisata yang disebabkan karena daya daya tarik dari seni budaya suatu tempat atau daerah. Jadi objek wisatanya berupa peninggalan nenek moyang benda-benda kuno.
 - 2) Wisata kesehatan yaitu perjalanan wisata yang bertujuan untuk menyembuhkan suatu penyakit seperti mandi di sumber air panas.

- 3) Wisata perdagangan, merupakan wisata yang dilakukan bersamaan dengan perdagangan nasional atau internasional.
- 4) Wisata olah raga yaitu wisata yang bertujuan untuk menyaksikan suatu pesta olah raga disuatu tempat atau Negara tertentu.
- 5) Wisata politik yaitu perjalanan wisata yang bertujuan untuk menyaksikan peristiwa yang berhubungan dengan kegiatan suatu Negara misalnya peringatan hari tertentu.
- 6) Wisata sosial perjalanan wisata yang dalam penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, misalnya *study tour*.
- 7) Wisata religi merupakan perjalanan wisata yang bertujuan untuk menyaksikan upacara keagamaan seperti ikut umroh bagi orang islam.

4. Dampak Pariwisata

Dampak pariwisata adalah perubahan-perubahan yang terjadi terhadap lingkungan hidup sebelum adanya kegiatan pariwisata dan setelah adanya kegiatan pariwisata baik langsung maupun tidak langsung yang berupa dampak fisik dan non fisik.⁷ Menurut

⁷ Rani Puspita Anggraeni, *Dampak Pengembangan Industri Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat Sekitar (Studi di Pantai Embe Desa Merak Belatung Kalianda Lampung Selatan)* dalam <http://digilib.unila.ac.id/> diakses 1 Juli 2020

Leiper, adapun dampak yang ditimbulkan akibat adanya pariwisata adalah:⁸

a. Dampak positif

1) Pendapatan dari penukaran valuta asing

Hal ini terjadi pada wisata asing. Walaupun di beberapa negara pendapatan dari penukaran valuta asing tidak begitu besar, akan tetapi beberapa negara seperti Australia, pendapatan dari penukaran valuta asing ini sangat bernilai besar dan berperan secara signifikan.

2) Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri

Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing menyebabkan neraca perdagangan menjadi sangat sehat, sehingga mendorong suatu negara mampu mengimpor beragam barang, pelayanan dan modal untuk meningkatkan taraf hidup serta kesejahteraan masyarakatnya.

3) Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata.

Pengeluaran yang dilakukan para wisatawan secara tidak langsung merupakan sumber pendapatan bagi beberapa pedagang disekitar tempat wisata.

4) Pendapatan pemerintah

Pemerintah memperoleh pendapatan dari sektor pariwisata dari beberapa acara. Oleh karena itu pemerintah menaruh perhatian besar dalam menarik sebanyak-

⁸ I gde Pitana & I Ketut Surya Diarta..*Pengantar Ilmu Pariwisata...*,hlm. 185 - 192

banyaknya wisatawan untuk berlibur. Salah satu pendapatan terbesar dari pariwisata bersumber dari pengenaan pajak.

5) Penyerapan tenaga kerja

Banyak masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata, karena pariwisata sendiri juga tidak akan bisa berdiri tanpa dukungan sektor lain. Baik sektor pariwisata maupun sektor-sektor lain yang berhubungan dengan sektor pariwisata tidak dapat dipungkiri merupakan lapangan kerja yang menyerap begitu banyak tenaga kerja.

6) *Multiplier effects*

Efek multiplier merupakan efek ekonomi yang ditimbulkan oleh kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan ekonomi secara keseluruhan suatu wilayah atau daerah tertentu.

7) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal

Wisatawan dan masyarakat lokal sering berbagi fasilitas untuk berbagai kepentingan. Banyaknya wisatawan mendatangkan keuntungan yang cukup besar sehingga suatu fasilitas dapat digratiskan pemanfaatannya bagi masyarakat lokal.

b. Dampak negatif

1) Ketergantungan pada pariwisata

Beberapa daerah tujuan wisata sangat menggantungkan

pendapatan mereka dari adanya kegiatan wisata. Hal ini menyebabkan pendapatan ekonomi mereka hanya bergantung kepada pengunjung yang datang ke tempat wisata.

2) Meningkatnya angka inflasi dan meroketnya harga tanah

Perputaran uang dalam kegiatan ekonomi sangat besar. Permintaan barang konsumsi juga akan meningkat yang pada akhirnya memicu laju inflasi. Disisi lain adanya tempat wisata akan segera memicu harga tanah disekitar lokasi akan naik menjadi harga sangat mahal.

3) Meningkatnya kecenderungan mengimpor barang

Hal ini dapat terjadi apabila konsumen datang dari belahan geografis dengan pola makan dan menu yang jauh berbeda dengan masyarakat lokal. Meskipun daerah tujuan wisata mampu memproduksi produk-produk tertentu dengan kualitas yang cukup baik namun bila tidak sesuai dengan selera dan kebutuhan wisatawan maka tidak akan mendapatkan manfaat dan keberadaan pariwisata.

4) Sifat pariwisata yang musiman

Suatu daerah wisata tidak dapat diprediksi dengan tepat menyebabkan pengembalian modal investasi juga tidak pasti waktunya karena keadaan wisata yang musiman.

5) Timbulnya biaya – biaya tambahan bagi perekonomian setempat

Hal ini berhubungan dengan degradasi alam, munculnya limbah yang besar, polusi, transportasi, dan sebagainya yang memerlukan biaya untuk perbaikan.

5. Dampak Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi

Pariwisata ialah salah satu jenis industri baru yang mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat dalam ketersediaan lapangan pekerjaan, standar hidup, adanya keterkaitan dengan sektor-sektor produktivitas lainnya serta peningkatan penghasilan penduduk. Pariwisata juga bisa berpengaruh bagi pendapatan pemerintah melalui penarikan pajak Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada pengelolaan pariwisata itu sendiri, sebagai akibat dari pengembangannya dimana pajak diperoleh akan mampu memberikan manfaat pada pembangunan kedepan, guna menjadi sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan bagi pemerintah dan masyarakat.

Saifullah menyatakan dampak ekonomi pariwisata terhadap masyarakat dan daerah tujuan wisata antara lain:

- a. Dapat meningkatkan kesempatan kerja dan berusaha, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- b. Meningkatkan devisa, mempunyai peluang besar untuk mendapatlan devisa dan dapat mendukung kelanjutan pembangunan di sektor lain.
- c. Meningkatkan dan pemeratakan pendapatan rakyat, dengan belanja wisatawan akan meningkatkan pendapatan dan

pemerataan pada masyarakat setempat baik secara langsung maupun tidak langsung.

- d. Meningkatkan penjualan barang-barang lokal keluar.
- e. Menunjang pembangunan daerah, karena kunjungan wisatawan cenderung tidak terpusat di kota melainkan pesisir, dengan demikian amat berperan dalam menunjang pembangunan daerah.

Sedangkan menurut Cohen dampak Pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok besar, yaitu:

- a. Dampak terhadap penerimaan devisa.
- b. Dampak terhadap pendapatan masyarakat.
- c. Dampak terhadap kesempatan kerja.
- d. Dampak terhadap harga-harga.
- e. Dampak terhadap distribusi manfaat/keuntungan.
- f. Dampak terhadap kepemilikan dan kontrol
- g. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya.
- h. Dampak terhadap pendapatan pemerintah.

Pariwisata memberikan kontribusi di sektor akomodasi seperti hotel, rumah makan, dan perdagangan produk daerah seperti cinderamata atau oleh-oleh berupa panganan khas tradisional. Dari kegiatan wisata terutama untuk tempat tinggal yang relatif jauh, para wisatawan tentu saja memerlukan tempat penginapan

sementara seperti hotel, losmen, atau *homestay* yang memanfaatkan rumah penduduk sekitar.

Selain itu, para wisatawan juga membutuhkan konsumsi selama melakukan kegiatan wisata, hal ini bisa menjadi sarana dalam mengenalkan jenis makanan khas pada daerah masing-masing. Dibukanya rumah makan atau tempat-tempat yang menyediakan kuliner bagi wisatawan, dapat membuka peluang lapangan pekerjaan yang menyerap tenaga kerja yang berasal dari penduduk sekitar.

B. Strategi

1. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti “seni berperang”, suatu strategi memiliki dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju.⁹ Strategi adalah rencana jangka panjang, diikuti dengan tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya merupakan kemenangan.¹⁰

Istilah strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut

⁹ Husaen Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm 31

¹⁰ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hlm 2

belum tentu dapat menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pimpinan atau eksekutif. Sehingga strategi merupakan suatu peralatan komunikasi, dimana orang yang strategis harus berupaya untuk dapat meyakinkan bahwa orang tepatlah yang dapat mengetahui apa maksud dan tujuan dari organisasinya, serta bagaimana hal tersebut ditempatkan dalam pelaksanaan aksinya, atau direalisasikannya. Dengan demikian strategi diarahkan untuk bagaimana organisasi itu berupaya memanfaatkan atau mengusahakan agar dapat mempengaruhi lingkungannya.¹¹

Strategi pengembangan pariwisata tidak terlepas dari adanya daya tarik wisata sampai adanya jenis pengembangan yang ditunjang oleh penyediaan fasilitas dan aksesibilitas. Strategi pengembangan pariwisata harus dilengkapi dengan perencanaan yang baik dalam skala kecil maupun besar. Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan, membuat strategi untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja dalam mencapai tujuan.¹²

Strategi pengembangan pariwisata berupa rencana pengembangan pariwisata yang terdiri dari :¹³

1) Strategi Industri

¹¹ Sofjan Assauri, *Strategic Manajement* ,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm 3

¹² I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 98

¹³ Pemerintah Kabupaten Blitar, *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Blitar*, (Blitar: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, 2017), hlm 12

Industri pariwisata mengacu pada pelayanan baik barang dan jasa yang akan diberikan kepada wisatawan. Pariwisata sebagai suatu industri produk wisata. Produk pariwisata merupakan bukti bahwa dalam kepariwisataan para pengusaha dan menjualnya dalam satu paket. Strategi pengembangan industri pariwisata mencakup:

a) Penguatan struktur industri pariwisata

Meningkatkan keadilan distribusi antar mata rantai pembentuk industri pariwisata, menguatkan fungsi dan hubungan antar usaha pariwisata dalam meningkatkan daya saing, serta menguatkan mata rantai pencipta nilai tambah antara pelaku usaha pariwisata dan sektor terkait.

b) Peningkatan daya saing produk pariwisata

Melalui daya saing dan daya tarik wisata yang ditawarkan, daya saing fasilitas pariwisata seperti tersedianya kamar mandi, daya saing aksesibilitas, meningkatkan kualitas produk wisata, dan mengangkat keunikan serta kekhasan lokal.

c) Pengembangan kemitraan usaha pariwisata

Menguatkan kerjasama yang baik antara pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat serta mengevaluasi kerja dari kerjasama tersebut.

d) Penciptaan kredibilitas bisnis

Diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen dan pelayanan usaha pariwisata yang tanggap dan berkualitas dengan memanfaatkan potensi yang ada.

- e) Pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan
Mendorong tumbuhnya ekonomi yang hijau di sepanjang mata rantai usaha pariwisata dan mengembangkan manajemen usaha pariwisata yang peduli terhadap pelestarian lingkungan dan budaya.

2) Strategi destinasi

Destinasi pariwisata adalah suatu wilayah yang secara khusus ditetapkan dan dipromosikan sebagai tempat berkunjung bagi wisatawan dan di dalamnya seluruh produk pariwisata yang dikoordinasi oleh suatu organisasi tertentu. Tantangan destinasi pariwisata kedepan yaitu bagaimana suatu destinasi pariwisata memberikan manfaat yang optimal bagi semua pemangku kepentingan dalam jangka panjang.

a) Sistem kewilayahan

Dengan memperhatikan kawasan yang geografis dalam pengembangan wisata, memiliki daya tarik wisata yang berkualitas yang dapat dikenal oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan

infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan wisata, berpotensi kecenderungan produk wisata masa depan, citra yang sudah dikenal secara luas, dan memiliki keunggulan daya saing.

b) Fungsional kawasan

Jumlah dan daya tarik wisata yang bermacam-macam memiliki keunikan sendiri, kualitas jalan menuju kawasan wisata, kemudahan dalam pencapaian, kondisi sarana dan prasarana dengan tetap menjaga kebersihan.

c) Pengembangan destinasi

Dalam upaya mengembangkan destinasi wisata harus menekankan aspek untuk diimplementasikan dalam rangka pengembangan produk wisata yaitu pertama, organisasi yang artinya membentuk struktur organisasi berdasarkan kebutuhan dalam upaya pengembangan daya tarik wisata. Kedua, jaminan mutu pelayanan dan pengalaman wisata yang berupa penciptaan pengalaman berdasarkan tingkat kepuasan wisatawan, keunikan dalam pelayanan destinasi dan penawaran yang baik terhadap keberadaan sumber daya pariwisata yang ada. Seperti penawaran produk wisata yang bermutu melalui inovasi dan kreativitas, penyusunan paket wisata yang dapat memberikan nilai

tambah. Ketiga, pengelolaan pengunjung yaitu meminimalisasi dampak potensial yang ditimbulkan oleh arus pengunjung. Dengan melakukan upaya pembatasan jumlah pengunjung, penambahan fasilitas di destinasi. Kelima, pengembangan sumber daya manusia dengan menyiapkan sumber daya manusia yang terampil dan memiliki kompetensi yang cukup dalam bidang pelayanan wisata.

3) Strategi pemasaran

Pengembangan pemasaran wisata perlu memperhatikan segmen pasar dan karakteristik wisatawan. Kegiatan pengembangan pemasaran meliputi:

a) Penelitian tentang target pasar dan persaingan pasar

Pangsa pasar produk wisata lebih mengarah pada wisatawan dengan kategori anak-anak, remaja, maupun orangtua. Sehingga dengan menentukan target pasar dapat mengalahkan persaingan.

b) Perencanaan produk wisata

Produk wisata yang akan dikembangkan yaitu wisata alam, wisata budaya, dan lain-lain dengan keunikan yang pada karakteristik lokasi, pengemasan terhadap produk wisata seperti pengadaan *event-event*.

c) Pengembangan kebijakan harga

Penetapan harga didasarkan atas biaya operasional pengelolaan dan pelayanan wisata, mengembangkan harga dasar produk wisata dan harga penjualan yang akan digunakan oleh wisatawan.

d) Distribusi produk pariwisata

Produk pariwisata akan dikembangkan mengacu pada potensi wilayah yang ada di setiap kawasan wisata dan produk pelayanan akan ditetapkan standar pelayanan minimal.

e) Promosi

Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan komunikasi dan *advertising*. Komunikasi yang dilakukan menyebarluaskan informasi mengenai produk wisata, harga dan penjualan jasa wisata kepada wisatawan, melakukan komunikasi secara berkala baik dalam bentuk langsung maupun tidak langsung seperti bentuk brosur. Sedangkan *advertising* merupakan kegiatan penyebarluasan informasi wisata melalui media sosial.

4) Strategi kelembagaan

Pengembangan kelembagaan lebih berorientasi pada bagaimana pemerintah kabupaten dapat meningkatkan partisipasi semua pihak dalam rangka pengembangan

pariwisata. Konsep organisasi mencakup hal-hal yang terkait dengan proses berkelanjutan seperti wewenang, sumber daya anggota, dan hubungan antar anggota sehingga dapat tercapai tujuan yang diinginkan.

a) Penguatan organisasi kelembagaan

Dalam pengembangan pariwisata, diperlukan kesesuaian pada tahap mana atau fase dalam siklus sebuah destinasi pariwisata. Pihak pemerintah perlu memberikan otoritas lebih kepada dinas yang khusus membidangi pariwisata dalam mengelola daya tarik wisata yang ada. Selain itu, dalam menumbuhkan inovasi dan kreativitas masyarakat perlu melibatkan secara aktif dalam pengelolaan pariwisata. Sehingga penguatan organisasi akan diarahkan pada kemandirian organisasi yang baik secara kegiatan, program kerja, dukungan teknis atau pengembangan jaringan kerjasama.

b) Pembangunan sumber daya manusia pariwisata

Sumber daya manusia sebagai salah satu sumber daya yang memiliki peran pelaksana dalam pembangunan pariwisata. Pembangunan sumber daya manusia dengan meningkatkan kemampuan dan profesionalitas pegawai, meningkatkan kualitas pegawai di bidang kepariwisataan, serta

meningkatkan kualitas sumber daya manusia pengelola pendidikan dan latihan dibidang kepariwisataan.

c) Pengembangan peran serta multipihak

Manfaat-manfaat yang didapatkan dari industri pariwisata dirasakan oleh para pemangku kepentingan yang terdiri atas pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, serta masyarakat sebagai wisatawan dan sebagai tuan rumah. Masing-masing pihak memiliki peran-peran dalam menjalankan roda industri. Pemerintah daerah berperan menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi menyediakan informasi kepariwisataan, keamanan, dan keselamatan kepada wisatawan; terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha; mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas.

Setiap pengusaha memiliki peran untuk menjaga dan menghormati norma agama, dan nilai-nilai dalam masyarakat; memberikan informasi yang akurat dan bertanggungjawab; mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat,

mengembangkan kerjasama dengan UKM (Usaha Kecil Menengah), serta berperan aktif dalam upaya pengembangan sarana dan prasarana. Sedangkan masyarakat yang menjadi wisatawan berperan untuk menjaga dan melestarikan daya tarik wisata, dan membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, dan berperilaku santun.

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu:¹⁴

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, mengenai keuangan dan sebagainya.

b. Strategi Investasi

Strategi ini adalah strategi yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

c. Strategi Bisnis

¹⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka, 2008), Hlm 7

Strategi ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

C. Pengembangan Pariwisata

1. Pengertian Pengembangan Pariwisata

Pada hakekatnya pengembangan adalah suatu proses untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang ada. Pengembangan pariwisata adalah usaha yang secara sadar dan terencana dilaksanakan untuk memperbaiki daerah tujuan wisata yang sedang atau akan dipasarkan. Menurut Malayu S.P dan Hasibuan, pengembangan merupakan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan modal karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan.¹⁵ Menurut Yoeti, pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Menurut Pitana, pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru.

¹⁵ Susilawati I.H. Mappamiring, Alimuddin Said, *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Bira Sebagai Sumber Unggulan Pendapatan Asli di Daerah Kabupaten Bulukumba*, Jurnal Administrasi Publik, Vol. 2 No. 3, Unismuh Makasar, dalam <http://journal.unismuh.ac.id>, diakses pada 30 Juni 2020

Menurut Oka A. Yoeti, berkembangnya suatu objek wisata tergantung pada produksi pariwisata yang meliputi daya tarik wisata, kemudahan perjalanan, sarana dan fasilitas serta promosi.

Menurut Cooper dkk., menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut:

1. Obyek dan daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/*artificial*.
2. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
3. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
4. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata.
5. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

Dalam pengembangan wisata terdapat empat aspek, yaitu:¹⁶

1. *Attraction*

Menurut Suwena, atraksi atau obyek daya tarik wisata (ODTW) merupakan komponen yang signifikan dalam

¹⁶ Khusnul Khotimah, Wilopo, dan Luchman Hakim, *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 41 No. 1, Universitas Brawijaya Malang, 2017

menarik kedatangan wisatawan. Hal yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut dengan modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga, yaitu: (1) *Natural Resources* (alami) seperti gunung, danau, pantai dan bukit, (2) atraksi wisata budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, keramahtamahan, makanan, dan (3) atraksi buatan seperti acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi dan lain-lain.

2. *Accessibility*

Menurut Sunaryo, aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait”. Menurut French, menyebutkan faktor-faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.

3. *Amenities*

Sugiama, menjelaskan bahwa amenities meliputi “serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan

akomodasi (tempat penginapan), penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan (*entertainment*), tempat-tempat perbelanjaan (*retailing*) dan layanan lainnya”. French memberikan batasan bahwa amenities bukan merupakan daya tarik bagi wisatawan, namun dengan kurangnya amenities akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.

4. *Ancillary Service*

Sunaryo, menjelaskan *ancillary service* lebih kepada ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan yang juga mendukung terselenggaranya kegiatan wisata seperti bank, ATM, telekomunikasi, rumah sakit dan sebagainya. Sedangkan Sugiyama, menjelaskan bahwa *ancillary service* mencakup keberadaan berbagai organisasi untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan destinasi bersangkutan.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata harus memperhatikan beberapa aspek yaitu apakah objek wisata yang akan dituju itu mempunyai daya tarik, bagaimana akses menuju objek wisata tersebut apakah sudah layak atau belum, bagaimanakah fasilitas yang ada seperti rumah makan, akomodasi, biro perjalanan disekitar tempat wisata apakah sudah tersedia, bagaimana dengan fasilitas penunjang seperti

rumah sakit, ATM apakah sudah tersedia atau belum, dan tentunya dipengaruhi oleh keadaan masyarakat sekitar. Apabila hal tersebut sudah tersedia dan dikembangkan dengan baik maka dapat dipastikan manfaat pariwisata dibidang ekonomi, sosial budaya serta lingkungan hidup dapat tercapai dengan baik.

2. Kendala Pengembangan Wisata

Dalam pengembangan wisata tidak terlepas dari kondisi maupun pihak yang dapat menghambat keberlangsungan pengembangan pariwisata yang ada disuatu daerah maupun Negara. Faktor penghambat adalah hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menggagalkan suatu kegiatan, usaha atau produksi. Menurut Heri pengembangan daya tarik wisata pasti tidak terlepas dari faktor-faktor berikut ini:

- a. Kurangnya peran serta masyarakat dalam sektor pariwisata.
- b. Kurangnya prioritas pembangunan pemerintah kabupaten terhadap sektor pariwisata.
- c. Kurangnya kuantitas dan spesialisasi daya manusia pada dinas terkait.
- d. Kurangnya kerja sama dengan investor.
- e. Belum terdapat sistem promosi yang menarik.
- f. Keterbatasan sarana dan prasarana kerja pada dinas terkait dan objek wisata.

- g. Keterbatasan dan kurangnya perawatan fasilitas penunjang objek wisata.¹⁷

Faktor penghambat pengembangan wisata juga berdasarkan pada letak geografis suatu daya tarik wisata seperti wisata alam kadang mengalami permasalahan dengan bencana alam juga mengenai status kepemilikan lahan yang akan menghambat program-program pengembangan daya tarik wisata, kurangnya kerja sama dengan investor (pihak ketiga) yang menawarkan kerja sama dengan pemerintah daerah dalam mengembangkan pariwisata di daerah. Hal ini menjadi kendala karena jika adanya kerja sama maka akan membantu dalam masalah dana karena dana merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam melakukan program-program yang telah dirumuskan bersama.

D. Ekonomi Masyarakat

1. Pengertian Ekonomi Masyarakat

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu kata Oikos atau Oiku da Nomos yang artinya peraturan rumah tangga. Pengertian ekonomi adalah semua yang menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan rumah tangga tertentu saja yang dimaksud dan mengenai perkembangannya kata rumah tangga bukan hanya menuju pada sebuah keluarga di dalamnya terdapat suami, istri dan anak-anak, tetapi yang dimaksud rumah tangga yang lebih luas

¹⁷ Marlin Rosanti Mellu, Juita L. D Bessie, Tobias Tokan Bunga, *Analisis Faktor Penunjang dan Penghambat Pengembangan Obyek Wisata (Studi pada Obyek Wisata Alam Bola Palelo, Kecamatan Mollo Tengah Kabupaten Timor Tengah Selatan)*, Journal Of Management (SME's), Vol. 7 No. 2, Universitas Nusa Cendana Kupang, 2018

yaitu rumah tangga bangsa, Negara, dan dunia.¹⁸ Ekonomi juga dikatakan sebagai ilmu yang menerangkan cara-cara menghasilkan, mengedarkan, membagi serta memakai barang dan jasa dalam masyarakat sehingga kebutuhan materi masyarakat dapat terpenuhi sebaik-baiknya. Kegiatan ekonomi dalam masyarakat adalah mengatur urusan harta kekayaan baik yang menyangkut kepemilikan, pengembangan maupun distribusi.¹⁹

Adapun pengertian lain dari ekonomi, yaitu Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana kita memilih untuk mengalokasikan sumber daya yang terbatas (*limited resources*), seperti tanah, tenaga kerja, dan kapital, ke dalam produksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan yang tak terbatas (*unlimited wants*).²⁰ Menurut Rosyidi, ilmu ekonomi adalah salah satu cabang ilmu pengetahuan yang berdaya upaya untuk memberikan pengetahuan dan sesuatu pengertian mengenai gejala masyarakat yang terjadi karena perbuatan manusia dalam usahanya untuk pemenuhan kebutuhannya ataupun guna mencapai kemakmurannya.²¹

Secara umum ekonomi bisa dikatakan sebuah kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat dan Negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Hal ini

¹⁸ Iskandar Putong, *Economics Pengantar Mikro dan Makro*, (Jakarta: Mitra Acana Media, 2010), hlm. 1

¹⁹ M. Sholahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 3

²⁰ Tony Hartono, *Mekanisme Ekonomi Dalam Konteks Ekonomi Indonesia*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2006), hlm. 9

²¹ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2009), hlm.7

dikarenakan ekonomi merupakan sebuah ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui kegiatan produksi, konsumsi ataupun distribusi. Sedangkan masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling berinteraksi satu sama lain.²²

Sedangkan perekonomian masyarakat adalah sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan ekonomi masyarakat, dimana masyarakat menjadi bagian dari kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan masyarakat dengan cara mengelola sumber daya ekonomi yang ada. Perekonomian masyarakat merupakan segala bentuk kegiatan ekonomi dan upaya masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasarnya dan upaya masyarakat dalam mensejahterakan hidupnya.

Dalam pengembangan ekonomi masyarakat sendiri dapat dilihat dengan membuat keadaan agar potensi yang dimiliki masyarakat dapat berkembang. Memperkuat potensi ekonomi yang sudah ada di masyarakat. Dan yang terakhir adalah melindungi dan mencegah persaingan yang tidak sehat serta mencegah eksploitasi golongan ekonomi kuat terhadap golongan ekonomi lemah. Karena dalam pengembangan ekonomi tidak hanya terus meningkatkan perekonomian saja namun harus melindungi beberapa aspek sehingga nantinya ekonomi akan

²² Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 144

berkembang dengan baik dan tidak mengalami halangan.

2. Pariwisata Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat terutama masyarakat lokal yang bertempat tinggal di sekitar lokasi wisata. Hal ini dapat terjadi karena salah satu dampak positif yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata adalah meningkatnya pendapatan masyarakat, dengan begitu perekonomian masyarakat juga ikut meningkat.

Pengembangan wisata yang dilakukan pemerintah maupun masyarakat lokal dapat membantu proses peningkatan perekonomian masyarakat. Meningkatkan ekonomi masyarakat merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang atau jasa yang diproduksi bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Jika tempat wisata berkembang semakin lengkap pula fasilitas-fasilitas dan kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi dengan begitu masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup mereka dengan membuka usaha ditempat wisata tersebut, karena merupakan daerah yang menjadi tempat kegiatan wisata sehingga selain meningkatkan perekonomian mereka, kesejahteraan pun semakin terjamin.

Pariwisata yang terjadi dalam suatu daerah pasti akan membawa pengaruh khususnya dalam bidang ekonomi, besar kecilnya pengaruh yang terjadi berbeda setiap daerah. Akan tetapi berapapun kecilnya pengaruh yang terjadi pasti akan mengubah

tingkat perekonomian, dan hal ini dapat mempengaruhi beberapa hal dalam perekonomian masyarakat, antara lain:

a. Mendapatkan mata uang asing (devisa)

Neraca pembayaran bagi sebuah Negara adalah hubungan antara pembayaran yang harus dilakukan terhadap Negara-negara lain dan uang yang diterima dari negara-negara lain. Semua Negara berusaha dalam mencapai neraca pembayaran yang positif. Karena sebagian besar dari negara lain mengalami kesulitan dalam melakukan hal tersebut maka menarik kedatangan wisatawan yang dianggap ekspor didorong sebagai cara mencapai neraca pembayaran yang positif.²³

b. Pendapatan

Setiap pariwisata yang ada di daerah kecil maupun daerah maju, tidak ada satupun yang bisa memenuhi kebutuhannya ketika melakukan kegiatan wisata. Untuk memenuhi segala kebutuhan yang tidak mampu dipenuhi diri sendiri maka mereka akan melakukan pembelian, yang artinya secara tidak langsung mereka akan menambah pendapatan masyarakat yang menyediakan kebutuhan mereka. Hal ini tentu saja meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar tempat wisata tersebut.

c. Lapangan pekerjaan

²³ Robert Christie Mill; Terj. Tri Budi Satrio, *Tourism The, ...* hlm. 171

Banyak dampak positif yang ditimbulkan dengan adanya kegiatan pariwisata, salah satunya tersedianya lapangan pekerjaan. Lapangan pekerjaan membantu mengurangi pengangguran yang ada disekitar daerah wisata. Inilah sebabnya banyak pemerintah yang mendorong pengembangan wisata karena melihat kemampuan pariwisata dalam membuka lapangan pekerjaan baru.²⁴

d. Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri

Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing yang dilakukan wisatawan akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat, hal ini mendorong suatu Negara untuk mengimpor barang beragam, pelayanan dan modal untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya.

e. Pengembangan usaha kecil

Banyak bisnis pariwisata berskala kecil, yang dimiliki oleh keluarga. Usaha ini biasanya berbentuk toko cinderamata, rumah makan kecil. Pengembangan destinasi wisata yang dilakukan dapat mempengaruhi perkembangan mata rantai ke sektor ekonomi lain dan usaha tersebut. Wisatawan yang membeli barang-barang cinderamata dan makan didaerah wisata, maka pariwisata

²⁴ Andi Mappi Sammeng, *Cakrawala Pariwisata*, (Jakart: Balai Pustaka, 2001), hlm. 204

mampu menciptakan mata rantai yang diperlukan agar bisa membantu perekonomian sebuah kawasan destinasi wisata.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu dan pernyataan pengambil kebijakan (*policy maker*) yang dianggap relevan dengan penelitian ini, diantaranya:

Penelitian Riza Arizona²⁵ “Analisis dampak pengembangan pariwisata terhadap pemberdayaan masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (Studi pada Pariwisata Pantai Sari Ringgung, Desa Sidodadi, Kecamatan Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran). Berdasarkan hasil penelitian dampak pengembangan pariwisata terhadap pemberdayaan masyarakat di Pantai Sari Ringgung yaitu ditinjau dari segi ekonomi yaitu masyarakat yang membuka kios penghasilan/pendapatannya meningkat cukup pesat dibanding dengan masyarakat yang tidak membuka kios. Adapun dampak negatif pengembangan pariwisata yaitu rusaknya lingkungan yang berasal dari jumlah dan perilaku wisatawan yang dapat mengganggu dan merusak kondisi lingkungan setempat.

²⁵ Riza Arizona, Skripsi : “*analisis dampak pengembangan pariwisata terhadap pemberdayaan masyarakat dalam perspektif ekonomi islam (studi pada pariwisata pantai sari ringgung, desa sidodadi, kecamatan teluk pandan, kabupaten pesawaran)*” (Bandar Lampung (ID): Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

Penelitian Rani Puspita Anggraeni²⁶ “Dampak Pengembangan Industri Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat Sekitar (Studi Di Pantai Embe Desa Merak Belantung Kalianda Lampung Selatan). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai dampak pengembangan wisata bahari pantai embe terhadap perekonomian masyarakat sekitar, dapat disimpulkan sebagai berikut, yaitu pengembangan objek wisata ini mampu memberikan dampak positif terhadap aktivitas perekonomian masyarakat. Selain itu, pengembangan objek wisata ini memberikan dampak pada pendapatan masyarakat sekitar, dimana sebelum pengembangan objek wisata pantai tingkat pendapatan informasi masih tergolong rendah yaitu Rp 1.000.000,-/perbulan. Sesudah adanya pengembangan objek wisata ini pendapatan informan mengalami peningkatan yakni diatas Rp 1.000.000,-/bulan.

Penelitian Irma Meriatul Hepi, Yusri Abdillah, dan Luchman Hakim²⁷ “Analisis Pengembangan Wisata Pantai Indah Popoh Sebagai Daerah Tulungagung Wisata Kabupaten Tulungagung”. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan bahwa dalam pengembangan pantai indah popoh pemerintah telah melakukan upaya pelestarian lingkungan dengan menanam pohon di area wisata, namun belum tersedia peraturan pelayanan sebagai standar baku. Keterlibatan

²⁶ Rani Puspita Anggraeni, *Dampak Pengembangan Industri Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat Sekitar (Studi di Pantai Embe Desa Merak Belantung Kalianda Lampung Selatan)* dalam <http://digilib.unila.ac.id/> diakses 1 Juli 2020

²⁷ Irma Meriatul Hepi, Yusril A., dan Luchman Hakim, *Analisis Pengembangan Wisata Pantai Indah Popoh Sebagai Daerah Tulungagung Wisata Kabupaten Tulungagung*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.26 No.2, Universitas Brawijaya Malang, 2015

masyarakat dalam sektor industri pariwisata dan pengelola dalam bentuk karyawan merupakan sebuah dorongan bahwa masyarakat pantai indah popoh mengharapkan popoh terus berkembang. Selain pemerintah dan masyarakat, pihak swasta merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan.

Penelitian Hermawan²⁸, yang bertujuan untuk menggali konsep dalam pengembangan destinasi yang berbasis alam di Kawasan Puspo Ardi, dikaji dengan pendekatan SWOT. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah melakukan strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang (*WO*). Pengembangan yang dilakukan seperti penataan taman, pembangunan sarana wisata dan aksesibilitas, pengembangan daya tarik wisata, dan pengadaan fasilitas. Persamaan dalam penelitian ini berupa bahasan mengenai pengembangan destinasi wisata, akan tetapi terdapat perbedaan yaitu penelitian tersebut hanya berfokus pada pengembangan destinasi wisata saja.

Penelitian Khusnul Khotimah, Wilopo, Hakim,²⁹ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan terkait dengan potensi daya tarik wisata, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung dan kelembagaan pariwisata dalam mengembangkan destinasi

²⁸ Hary Hermawan, *Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis SWOT*, Pariwisata, Vol IV No. 2, dalam <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>, diakses 01 Juli 2020

²⁹ Khusnul Khotimah, Wilopo, dan Luchman Hakim, *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 41 No. 1, Universitas Brawijaya Malang, 2017

pariwisata kawasan situs Trowulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis explorative. Data dalam penulisan ini diambil melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang menjadi komponen utama pengembangan destinasi wisata di Situs Trowulan sudah cukup memadai akan tetapi perlu diperbaiki lagi terutama dalam hal kerjasama antara lembaga dari unsur pemerintah, swasta dan masyarakat. Persamaan dalam penelitian ini berupa bahasan mengenai pengembangan destinasi wisata, dan terdapat perbedaan yaitu penelitian tersebut membahas strategi yang digunakan dalam pengembangan wisata.

Penelitian Prisylya E. Rawis, Johny Posumah, dan Jericho Denga Pombengi.³⁰ Penelitian ini bertujuan bukan hanya sekedar mendeskripsikan obyek yang diteliti tetapi juga mencakup proses pengeksploasian fakta dan data objek lapangan sebagaimana adanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini adalah pengembangan yang dilakukan obyek wisata Bukit Kasih adalah sarana transportasi atau jalan menuju ke tempat-tempat peristirahatan, merehabilitasi tempat ibadah, mengembangkan daya tarik wisata. Masyarakat yang mempunyai usaha di Bukit Kasih dan sekitarnya mengalami peningkatan pendapatan. Pengembangan Obyek Wisata Bukit Kasih

³⁰ Prisylya R. Rawis, Johny Posumah, dan Jericho Denga Pombengi, *Pengembangan Obyek Wisata Religius Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Suatu studi pada Objek WISATA Bukit Kasih Toar Lumimu 'ut Kanonang Kabupaten Minahasa)*, Jurnal Administrasi Publik Vol.2 No.029 Universitas Sam Ratulangi Manado 2015

juga berdampak pada peningkatan pendapatan keuangan daerah. Persamaan penelitian yaitu bahasan mengenai pengembangan obyek wisata, namun terdapat perbedaan yaitu dalam penelitian tersebut membahas peningkatan pendapatan asli daerah.

Penelitian Anisah dan Riswandi,³¹ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak obyek wisata dalam perekonomian masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah wisata pantai Lampuk memberikan dampak terhadap kesejahteraan pelaku usaha yang semakin membaik, baik diukur dalam pendapatan, pendidikan, dan kesehatan masyarakat sekitar daerah wisata. Persamaan penelitian ini yaitu terdapat pembahasan pada dampak yang ditimbulkan obyek wisata terhadap perekonomian masyarakat dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut hanya berfokus pada dampak yang ditimbulkan obyek wisata sedangkan penelitian ini terdapat bahasan tentang pengembangan pariwisatanya.

Penelitian Ismail, Mawardi, dan Iqbal,³² tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis gambaran dampak sosial ekonomi yang dialami oleh masyarakat Karangploso setelah Kota Batu mengembangkan pariwisatanya. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis kondisi *Community Based Tourism* di Kecamatan

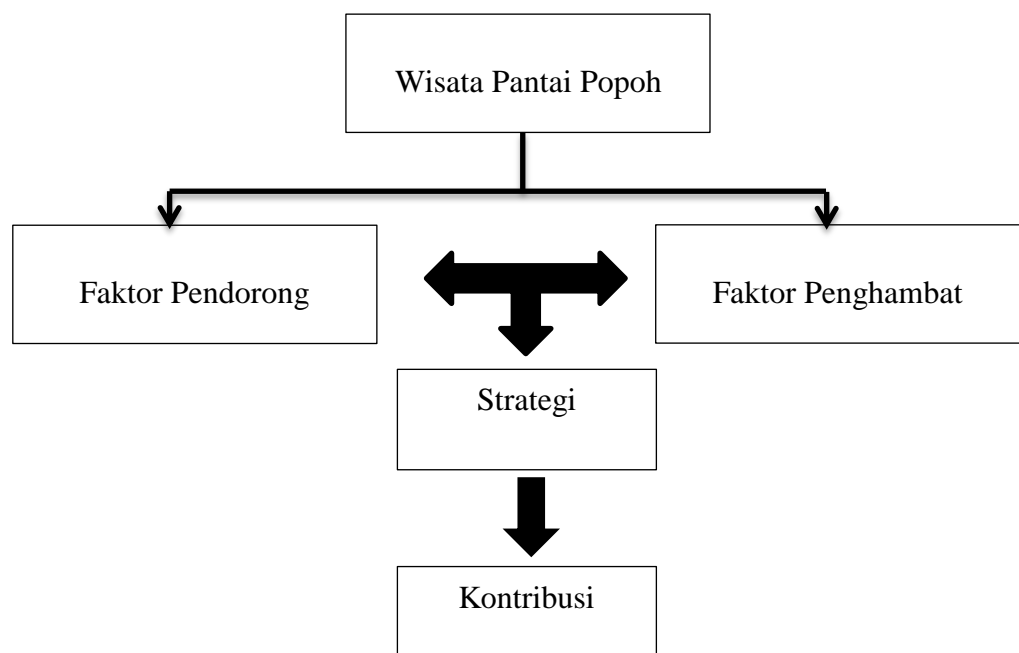
³¹ Anisah dan Riswandi, "Pantai Lampuk dan Dampaknya terhadap Perekonomian Masyarakat", *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol 2 Nomor 2, ISSN. 2442-7441, UNSYIAH Aceh 2014

³² Muhammad Kharis Ja'far Ismail, M.Kholid Mawardi, dan Muhammad Iqbal, "Analisis Dampak Ekonomi Pengembangan Pariwisata Kota Batu Bagi Kawasan Sekitar (Studi pada Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 No.1, Universitas Brawijaya Malang 2017

Karangploso. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat perubahan sosial dan perubahan ekonomi yang dialami oleh masyarakat Karangploso, partisipasi aktif banyak dilakukan oleh masyarakat yang memiliki stand di sekitar fasilitas pariwisata di Kecamatan Karangploso, sedangkan partisipasi pasif masyarakat dapat ditemukan di sebagian besar masyarakat yang tidak memiliki stand ataupun berjualan di sekitar fasilitas pariwisata Kecamatan Karangploso. Persamaan dengan penelitian ini adalah bahasan mengenai dampak pengembangan pariwisata. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini tidak hanya fokus pada dampaknya saja, namun juga pada pengembangan pariwisata.

F. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan:

Berdasarkan skema diatas dapat dijelaskan bahwa objek wisata merupakan potensi yang dimiliki setiap daerah, dengan adanya pengelolaan sektor pariwisata secara optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Untuk menentukan strategi pengembangannya harus mempertimbangkan faktor pendorong dan penghambat yang ada agar strategi yang dilakukan dapat berjalan secara optimal. Dengan strategi yang dilakukan tentunya bertujuan untuk kemajuan wisata tersebut. Dari potensi wisata tersebut terciptalah lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, dengan terbukanya peluang-peluang usaha yang dapat dilakukan sehingga berdampak terhadap perekonomian masyarakat.