

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Definisi Strategi

Umumnya setiap orang tidak dapat terlepas dari kegiatan dalam lingkungan kehidupan dimana ia berada, sehingga seseorang selalu bermimpi bagaimana ia menang atau menjadi unggul dalam lingkungannya. Oleh karena itu, setiap orang pada dasarnya adalah orang yang strategis, dimana ia harus menghadapi para pesaingnya di dalam lingkungan, dengan pemikiran untuk mencapai tujuan atau harapannya. Seseorang yang merupakan orang strategis, akan selalu menghadapi tugas atau kegiatan mengidentifikasi peluang untuk menetapkan apa yang akan dilakukan tersebut, dalam rangka pencapaian tujuannya, sering disebut sebagai “strategi”.¹

Menurut Itami, strategi adalah menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengoordinasikan aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah.

Strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak

¹ Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta : PT Rajawali Pers, 2016), hlm. 2

dijalankan.² Menurut Heizer dan Render strategi adalah rencana tindakan organisasi untuk mencapai misinya. Setiap wilayah fungsional mempunyai strategi untuk mencapai misinya dan membantu organisasi mencapai keseluruhan.

Misi perusahaan atau organisasi dapat berupa sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan. Misi juga merupakan sasaran perusahaan atau organisasi yang menyatakan latar belakang keberadaan organisasi. Misi adalah inti dari strategi apa yang ingin dicapai strategi. Visi dan misi merupakan awal proses perencanaan strategis. Visi adalah cita-cita tertinggi yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi dan merupakan invisible matter yang mengantarkan kepada sesuatu yang akan dilakukan secara berkesinambungan.³

Dengan demikian, 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. Strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama

² Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jogja : Penerbit Erlangga, 2005), hlm. 1.

³ Irmayanti, Hasan, *Manajemen Operasional: Perspektif Intregatif*, (Malang : UIN-MALIKI PRESS (Anggota IKAPI, 2011), hlm. 27

dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut.⁴

2. Jenis – Jenis Strategi

Menurut Griffin, secara umum strategi dapat dibagi menjadi dua jenis, dilihat dari tingkatannya. *Pertama* adalah strategi pada tingkat perusahaan (*corporate-level strategy*); *kedua*, strategi pada tingkat bisnis (*business-level strategy*). Strategi pada level perusahaan atau korporat dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sektor bisnis yang dijalankannya secara keseluruhan. Strategi pada level bisnis adalah alternatif strategi yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankannya pada beberapa jenis bisnis yang diperdagangkan.⁵

Dalam buku yang ditulis oleh Yolanda M. Siagian, terdapat strategi yang diperlukan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan yaitu strategi logistik/*SCM (Supply Chain Management)*. Inovasi terhadap pendekatan-pendekatan strategi *SCM* diperlukan beberapa sumber-sumber pengambilan keputusan. Suatu perspektif strategi untuk sumber dari dalam dan luar perusahaan bertujuan agar mampu bersaing berdasarkan differensial produk dan atau fokus. Unsur-unsur pembuatan strategi *SCM* menurut Seslian dan Satir (2000) terdiri dari *Faktor Primer* (keunggulan bersaing, fleksibilitas

⁴Sofjan Assauri, *Strategic Management...*, hlm. 3

⁵Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Prenada Media, 2005) hlm. 133-134

permintaan) dan *Faktor Sekunder* (kapabilitas proses, batas waktu proses, dan risiko strategi).⁶

Dalam buku manajemen strategis yang ditulis oleh Retna Sri Sedjati, jenis-jenis strategi terbagi menjadi 5 (lima) yaitu, Strategi Integrasi, Strategi Intensif, Strategi Diverensifikasi, Strategi Difensif, Strategi Umum Michael Porter.

Pertama. Strategi Integrasi, integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan/atau pesaing.

Kedua. Strategi Intensif, penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

Ketiga. Strategi Diversifikasi, terdapat tiga jenis strategi diverensifikasi, yaitu diverensifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

⁶ Yolanda M. Siagian, *Aplikasi Supply Chain Management Dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta : Grasindo, 2005), hlm. 19-20.

Keempat. Strategi Difensif, disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi atau likuidasi, atau likuidasi. Rasionalisasi Biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan asset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun, kadang disebut sebagai strategi berbalik (turnaround) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya terbatas dan menghadapi tekanan dari pemegang saham, karyawan dan media. Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Likuidasi adalah menjual semua aset perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun barangkali lebih baik berhenti beroperasi daripada terus menderita kerugian dalam jumlah besar.

Kelima. Strategi Umum Michael Porter, menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan

fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Difensasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relative tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.⁷

3. Pengembangan Ekonomi Lokal

a. Definisi Pengembangan Ekonomi Lokal

Mendefinisikan *term* PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) tidaklah mudah. Walau tidak ada definisi yang seragam mengenai PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) dalam buku ini PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) didefinisikan sebagai terjalinya kerja sama kolektif antara Pemerintah dunia usaha serta sektor non pemerintah dan masyarakat untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan secara optimal sumber daya yang dimiliki dalam upaya merangsang dan menciptakan perekonomian lokal yang kuat, mandiri, dan berkelanjutan. Dalam definisi PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) tersebut, ada dua kata kunci yang dapat diambil yaitu : (1) kerjasama antarsemua komponen dan (2) pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal.

⁷ Retina Sri Sedjati, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta : Deepublish, 2015), hlm. 65-66.

Kedua kata kunci tersebut sekaligus merupakan komponen pendekatan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal), dan tentunya keduanya sangat relevan dengan semangat desentralisasi di mana pemerintah daerah bersama-sama dengan seluruh komponen di dalamnya dituntut untuk mampu mengelola daerahnya sendiri dan mampu mengubah potensi lokal yang dimiliki menjadi kekuatan ekonomi sebagai sumber pertumbuhan dan perbaikan kualitas hidup penduduknya. Ada sejumlah prinsip utama yang mendasari konsep PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) di antaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Kemiskinan dan pengangguran merupakan tantangan utama yang dihadapi daerah sehingga strategi PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) harus memprioritaskan pada peningkatan kesempatan kerja dan pengentasan kemiskinan.
- 2) PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) harus menetapkan target pada masyarakat kurang beruntung pada area dan masyarakat yang cenderung termajinalkan pada usaha mikro dan kecil sehingga memungkinkan mereka untuk berpartisipasi nyata dalam kehidupan ekonomisetempat.
- 3) Setiap daerah perlu mengembangkan dan memilih sendiri strategi PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) yang sesuai dengan kondisidaerahnya.
- 4) PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) mendukung

kepemilikan lokal, keterlibatan masyarakat, kepemimpinan lokal, dan pengambilan keputusan bersama.

- 5) PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) menuntut terbangunnya kemitraan antara masyarakat, sektor usaha dan swasta serta pemerintah daerah untuk memecahkan masalah bersama.
- 6) PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) memaksimalkan pemanfaatan sumber daya lokal, kemampuan, ketrampilan, dan peluang bagi pencapaian berbagaitujuan.
- 7) PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) memberikan keleluasaan bagi daerah untuk merespon perubahan lingkungan yang terjadi baik ditingkat lokal, nasional, maupun internasional.⁸

Adapun langkah-langkah dalam pengembangan secara fisik yang dapat ditempuh antara lain :

- 1) Melakukan konversi rumah-rumah yang memiliki nilai budaya dan arsitektur tinggi dan mengubah fungsinya menjadi museum desa.
- 2) Melakukan konservasi desa serta menyediakan lahan baru untuk menampung perkembangan penduduk desa serta mengembangkan lahan tersebut sebagai area pariwisata dengan fasilitas-fasilitas wisata.

⁸ Hania Rahma, *Acuan Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Kota dan Kabupaten*, (Jakarta : Direktorat Jenderal Cipta Karya, Kementerian Pekerjaan Umum, 2012), hlm.18.

- 3) Mengembangkan dan mengoperasikan bentuk akomodasi di dalam wilayah desa oleh penduduk desa sebagai industri kecil.⁹

b. Sasaran dan Tujuan Pengembangan Ekonomi Lokal

Sasaran jangka panjang dari penerapan pendekatan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) adalah pengentasan kemiskinan dan perbaikan yang terus menerus dan berkelanjutan dalam kualitas kehidupan dari suatu komunitas lokal di daerah atau wilayah. Untuk mencapai sasaran tersebut PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) memiliki tujuan yaitu:

- 1) Mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan nilai tambah.
- 2) Menciptakan dan meratakan kesempatan kerja.
- 3) Meningkatkan daya saing ekonomi terhadap daerah atau Negara lain.
- 4) Membangun dan mengembangkan kerja sama yang positif antar daerah.¹⁰

c. Persiapan Pengembangan Ekonomi Lokal

Pada langkah pertama ini adalah menyampaikan dan menyebarluaskan pemahaman dan manfaat PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) dengan berbagai cara yang dianggap tepat dan

⁹Eni Anjayani, *Desaku Masa Depan*, (Klaten: Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm.28.

¹⁰Hania Rahma, *Acuan Penerapan...*, hlm. 18.

sesuai dengan kondisi di daerah. Tentunya, belum seluruh stakeholder di daerah sudah memahami pendekatan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) dan telah mengetahui bagaimana menerapkannya untuk mendorong pembangunan ekonomi di daerahnya. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi dan diseminasi perlu dilakukan untuk menanamkan pemahaman yang sama dan setara di antara para stakeholder dapat mengenai pendekatan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) serta tujuan dan kegiatan yang akan dilakukan. Tentunya sosialisasi merupakan sebuah proses yang membutuhkan waktu dan tentunya juga dana.

Memperkenalkan dan menyampaikan sesuatu yang baru kepada masyarakat perlu dilakukan secara perlahan karena hal tersebut berkaitan dengan perubahan paradigma pola pikir, sikap perilaku dan kebiasaan masyarakat. Yang penting untuk diingat adalah bahwa sosialisasi bukanlah untuk memaksakan orang lain, melainkan sebatas memberikan informasi dan penjelasan agar orang lain mau dan bisa memahami PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal), serta mempengaruhi dan meyakinkan orang lain untuk melakukan atau menerapkannya.

Tujuan : memberikan pemahaman dan kesadaran segenap stakeholder lokal mengenai pendekatan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) dan manfaat penerapan PEL, dan menumbuhkan

minat mereka untuk menerapkan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal).

Output : terlaksananya sejumlah kegiatan sosialisasi, diseminasi, dan propaganda mengenai pendekatan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) kepada segenap stakeholder lokal.

Aktor : siapa saja di antara anggota masyarakat (pemimpin atau staf pemda, pelaku usaha, aktivis LSM, tokoh penggerak pembangunan) yang memiliki visi dan komitmen kuat untuk menggerakkan perekonomian lokal melalui pendekatan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal).¹¹

d. Perencanaan Pengembangan Ekonomi Lokal

Pengelompokan kegiatan ekonomi pada satu daerah dapat menjadi cara yang sangat efektif untuk mendorong pengembangan usaha dan pertumbuhan ekonomi lokal, sepanjang pengelompokan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) yang dipilih sesuai dan tepat bagi kondisi lokal dan mampu memanfaatkan tenaga kerja setempat yang memiliki skill serta memperhitungkan besarnya peluang pasar bagi pengelompokan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) tersebut. Banyak manfaat pengelompokan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) yang dapat dirasakan baik oleh para pelaku usaha yang terkait langsung

¹¹ Ibid., hlm. 31.

dengan kluster PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) itu sendiri maupun oleh masyarakat pada umumnya:

- 1) Bagi usaha skala kecil atau industri rumah tangga, kluster PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) membantu produsen kecil untuk mencapai skala ekonomi, misalnya dalam kegiatan transportasi, pengadaan bahan baku, kontrak ekspor dan pemasaran.
- 2) Dapat melakukan kegiatan bersama misalnya dalam riset pemasaran dan promosi secara lebih efisien.
- 3) Meningkatkan kapasitas produsen melalui transfer pengetahuan dan keterampilan serta menarik tenaga kerja terampil untuk masuk dan mengembangkan kluster PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal).
- 4) Menciptakan sebuah lingkungan yang kreatif mendorong tumbuhnya inovasi dan kerja sama di antara pelaku usaha.¹²

e. Strategi dan Pendekatan Dalam melaksanakan Pengembangan Ekonomi Lokal

Dalam konteks efektifitas pencapaian tujuan PEL (Pengembangan Ekonomi Lokal) mengharuskan pemilihan strategi dan program yang akan menjadi fokus pembangunan ekonomi berbasis pada kekuatan dan juga persoalan yang ada dalam masyarakat dengan mempertimbangkan sejumlah kriteria

¹² Ibid., hlm. 43

penting. Kriteria tersebut di antaranya adalah bahwa kegiatan dan program yang dipilih mampu:

- 1) Memanfaatkan potensi dan sumber daya lokal secara optimal.
- 2) Mampu memberikan dampak berganda (*multiplier effect*) yang cukup signifikan terhadap daerah.
- 3) Potensial dalam memberikan manfaat bagi rumah tangga, kelompok miskin, dan kelompok usaha mikro kecil dan menengah.¹³

f. Pengembangan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal

Berbagai unsur sumber daya lokal masih dapat dimanfaatkan secara strategis dalam rangka mendukung pengembangan masyarakat. Pemanfaatan sumber daya lokal tersebut membutuhkan mekanisme pengelolaan yang adaptif, empati, luwes dan integratif. Menurut Dumasari setiap proses pengembangan masyarakat perlu dilakukan secara partisipatif. Ragam sumber daya lokal adalah milik kekayaan masyarakat sendiri. Menurut Effendi dalam konteks pengembangan masyarakat berbasis sumber daya lokal, keberlanjutan ide membangun usaha produktif, kreatif, dan inovatif lebih terjamin.¹⁴

¹³Ibid., hlm. 60.

¹⁴ Imam Santosa, *Pengembangan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014). Hlm. 122-123.

4. Program Kerja

a. Pengertian Program Kerja

Program kerja dapat diartikan sebagai suatu rencana kegiatan dari suatu organisasi yang terarah, terpadu dan tersistematis yang dibuat untuk rentang waktu yang telah ditentukan oleh suatu organisasi. Program kerja ini akan menjadi pegangan bagi organisasi dalam menjalankan rutinitas roda organisasi. Program kerja juga digunakan sebagai sarana untuk mewujudkan cita cita organisasi. Ada dua alasan pokok mengapa program kerja perlu disusun oleh suatu organisasi :

1) Efisiensi organisasi

Dengan telah dibuatnya suatu program kerja oleh suatu organisasi maka waktu yang dihabiskan oleh suatu organisasi untuk memikirkan bentuk kegiatan apa saja yang akan dibuat tidak begitu banyak, sehingga waktu yang lain bisa digunakan untuk mengimplementasikan program kerja yang telah dibuat.

2) Efektifitas organisasi

Keefektifitan organisasi juga dapat dilihat dari sisi ini, dimana dengan membuat program kerja oleh suatu organisasi maka selama itu telah direncanakan sinkronisasi kegiatan organisasi antara bagian kepengurusan yang satu dengan bagian kepengurusan yang lain.

b. Jenis – Jenis Program Kerja

Program kerja akan dibuat oleh suatu organisasi sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh organisasi yang bersangkutan, jenis jenis program kerja dapat dibedakan antara lain:

1) Menurut rentang waktu perencanaan

a. Program kerja untuk satu periode kepengurusan

Jenis program kerja ini biasanya dibuat oleh organisasi untuk satu periode kepengurusan, sehingga kegiatan rapat kerja (raker) organisasi hanya dilakukan sekali dalam satu periode kepengurusan dan untuk tahap selanjutnya akan diadakan evaluasi dan koordinasi dari program kerja yang telah ditetapkan.

b. Program kerja untuk waktu tertentu

Jenis program kerja seperti ini disusun untuk suatu jangka waktu tertentu biasanya triwulan, caturwulan, semester dan lain lain. Dalam pembuatan metode program kerja seperti ini maka akan ditemui bahwa suatu organisasi akan mengadakan rapat kerja (raker) organisasi lebih dari sekali dalam satu periode kepengurusan.

2) Menurut sifat program kerja

a) Program kerja yang bersifat terus menerus (continue)

Program kerja seperti ini akan dilakukan secara terus menerus (tidak hanya sekali) oleh suatu organisasi, kesulitan pengimplementasian program kerja umumnya akan dihadapi saat pertama kali melaksanakan jenis program kerja ini.

b) Program kerja yang bersifat incidental

Program kerja seperti ini umumnya hanya dilakukan pada suatu waktu tertentu oleh suatu organisasi biasanya mengambil momentum momentum waktu yang penting.

c) Program kerja yang bersifat tentative

Program kerja ini sifatnya akan dilakukan sesuai dengan kondisi yang akan datang. Alasan dibuatnya program kerja jenis ini adalah karena kurang terjaminnya faktor faktor pendukung ketika diadakannya perencanaan mengenai suatu program kerja lain.

3) Menurut targetan organisasi.

a) Program kerja jangka panjang

Program kerja jangka panjang harus sesuai dengan cita-cita/tujuan pembentukan organisasi, serta visi dan misi dari organisasi. Program kerja model ini dibuat karena kemungkinan untuk merealisasikan dalam waktu yang pendek tidak memungkinkan.

b) Program kerja jangka pendek

Program kerja jangka pendek adalah program kerja organisasi dalam suatu periode tertentu, yang jangka waktunya berkisar antara 1-3 tahun, yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan organisasi pada masa tersebut. Dalam hubungannya dengan program kerja jangka panjang, dalam program kerja jangka pendek ini, dibuat bagian-bagian program kerja yang dapat direalisasikan dalam jangka waktu dekat.¹⁵

5. Pariwisata

a. Wisata Dalam Perspektif Syariah

Definisi pariwisata syariah menurut Kemenpar adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Konsep syariah yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah berhubungan dengan konsep halal dan haram di dalam islam. Menurut Sofyan, definisi wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam.

Seperti yang dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO), konsumen wisata syariah bukan hanya umat muslim tetapi juga non muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Pemilik Hotel Sofyan itu menjelaskan, kriteria umum pariwisata syariah adalah : pertama, memiliki orientasi kepada kemaslahatan

¹⁵ Sekretariat DPRD Karawang, "Program Kerja" dalam <https://sites.google/site/sekretariatdprdkarawangcooc/program-kerja>, diakses 12 Oktober 2020.

umum. Kedua, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan. Ketiga, menghindari kemusyrikan dan khufarat. Keempat, bebas dari maksiat. Kelima, menjaga keamanan dan kenyamanan. Keenam, menjaga kelestarian lingkungan. Ketujuh, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.¹⁶

b. Wisata Alam

Wisata alam adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam. Sedangkan pariwisata alam adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata alam, termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata alam dan usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut (Departemen Kehutanan, 1996). Pengertian atau definisi tentang wisata alam sering berbeda-beda menurut beberapa ahli ataupun dan seringkali mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Namun pada hakikatnya, pengertian wisata alam adalah suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan kebutuhan budaya masyarakat setempat.

Secara konseptual, wisata alam dapat dilihat sebagai pemanfaatan dan pengembangan pariwisata yang diselenggarakan

¹⁶Dini Andriani, *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*, (Jakarta : Kementerian Pariwisata, 2015), hlm. 12-13

di wilayah yang terbentuk secara alami yang ditunjuk untuk mendukung perlindungan dan konservasi alam dan dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial kepada masyarakat setempat. Secara de facto kegiatan wisata merupakan aktifitas perjalanan, pengamatan, dan proses mendokumentasikan wilayah-wilayah yang masih alami atau daerah-daerah yang dikelola dengan mempertahankan kaidah alam dimana tujuannya tidak hanya untuk menikmati keindahan, tetapi juga terdapat unsur pendidikan lingkungan, pemahaman dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi alam serta untuk meningkatkan pendapatan masyarakat setempat sekitar daerah tujuan wisata alam.

Konsep wisata alam memiliki 2 (dua) prinsip yang harus di penuhi oleh pihak-pihak yang mengelola kawasan alam untuk kegiatan wisata, yaitu:

1) Prinsip perlindungan alam

Yaitu prinsip yang berasaskan konservasi terhadap keanekaragaman hayati dan ekosistemnya. Hal ini merupakan prinsip yang penting dalam kegiatan wisata alam, karena keberlanjutan kegiatan wisata alam sangat ditentukan kelestarian alam itu sendiri.

2) Prinsip pemberdayaan masyarakat

Yaitu prinsip mengutamakan masyarakat lokal sebagai

pelaku utama dalam pembangunan wisata alam. Pembangunan ekonomi kerakyatan dapat menjadi landasan pengembangan untuk merumuskan pemanfaatan dan pengembangan sumberdaya hayati dan ekosistemnya. Penciptaan lapangan kerja setempat, pengembangan ekonomi kerakyatan serta peningkatan pendapatan lokal maupun regional secara adil, dapat dirumuskan sebagai strategi pengembangan ekowisata yang menentukan kewilayahannya berlandaskan ekosistem dan kesatuan pengelolannya.¹⁷

c. Dampak Pariwisata terhadap Ekonomi

Pariwisata disambut sebagai industri yang membawa aliran devisa, lapangan pekerjaan dan cara hidup modern. Industry pariwisata memberikan keunikan tersendiri dibandingkan dengan sector ekonomi lain karena keempat faktor berikut ini:

Pertama, pariwisata adalah industri ekspor fana (*invisible export industry*). Segala transaksi yang terjadi di industri pariwisata berupa pengalaman yang dapat diceritakan kepada orang lain, tetapi dapat dibawa pulang sebagai cinderamata.

Kedua, setiap kali wisatawan mengunjungi destinasi, ia selalu membutuhkan barang dan jasa tambahan harus diciptakan dan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan wisata.

Ketiga, pariwisata sebagai produk yang terpisah-pisah

¹⁷ Adib Munawar dan Nawir, *Potensi Wisata Alam Dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan dan Pengembangannya*, (Makassar : INTI MEDIATAMA, 2019), hlm. 9-10.

(*fragmented*), tetapi terintegrasi dan langsung mempengaruhi sektor ekonomi lain. UU nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata jelas menyatakan, pariwisata berkaitan dengan banyak sektor atau multisektor. Koordinasi strategis lintas sektor terkait dengan pariwisata di antaranya dengan bidang pelayanan ke pelayanan kepabeanan, keimigrasian, dan karantina; bidang keamanan dan ketertiban; bidang prasarana umum yang mencakup jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan kesehatan lingkungan; bidang transportasi darat, laut, dan udara; dan bidang promosi pariwisata dan kerja sama luar negeri. Kerjasama antar sektor harus diatur dengan tata kerja, mekanisme dan hubungan yang baik untuk manfaat bersama.

Keempat, pariwisata merupakan ekspor yang sangat tidak stabil. Sifat kepariwisataan yang dinamis dan musiman membuat industri ini mengalami fluktuasi yang sangat tinggi. Industri pariwisata rentan terhadap banyak hal, seperti politik, sosial budaya, dan pertahanan keamanan.¹⁸

Pariwisata memberikan keuntungan sebagai dampak positif. Beberapa keuntungan dari pariwisata terhadap perekonomian di antaranya sebagai berikut

1) Kontribusi pariwisata dalam devisa Negara

Di Indonesia, kontribusi pariwisata terhadap neraca

¹⁸ Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, (Jakarta : PT Grasindo, 2010), hlm. 186.

penerimaan Negara dihitung melalui Neraca Pariwisata Nasional (Nesparnas). Pada umumnya, diistilahkan dengan *Tourism Satellite Account* (TSA). Nesparnas menghitung secara kuantitatif melalui standar statistic dengan mengacu pada UN System of National Accounts yang menampilkan definisi dan klasifikasi yang dipergunakan untuk survai sesuai standar internasional.

Berdasarkan data dapat diketahui bahwa sumbangan pariwisata terhadap perekonomian dan keterkaitannya dengan berbagai sektor ekonomi lain baik konsumsi yang dilakukan oleh wisatawan untuk sektor pariwisata maupun sektor lain.

Perhitungan Nesparnas terdiri atas beberapa subsector dalam ekonomi (perdagangan, hotel, restoran, transportasi dan jasa), faktor pendapatan (upah, keuntungan dan bunga) serta komposisi pengeluaran (konsumsi, pemerintah, investasi, ekspor dari sektor kepariwisataan, Nasparnas menggambarkan besaran devisa yang mengalir masuk dan mengalir keluar dari sektor kepariwisataan.

2) Menghasilkan pendapatan bagi masyarakat

Setiap kegiatan wisata menghasilkan pendapatan, khususnya bagi masyarakat setempat. Pendapatan itu dihasilkan dari transaksi antara wisatawan dan tuan rumah dalam bentuk pembelian yang dilakukan oleh wisatawan. Pengeluaran

wisatawan terdistribusi tidak hanya ke pihak-pihak yang terlibat langsung dalam industri pariwisata seperti hotel, restoran, biro perjalanan wisata, dan pemandu wisata. Distribusi pengeluaran wisatawan juga diserap ke sektor pertanian, sektor industri kerajinan, sektor angkutan, sektor komunikasi, dan sektor lain yang terkait.

3) Menghasilkan lapangan pekerjaan

Pariwisata merupakan industri yang menawarkan beragam jenis pekerjaan kreatif sehingga mampu menampung jumlah tenaga kerja yang cukup banyak. Seorang wisatawan dilayani oleh banyak orang. Sebagai contoh, wisatawan yang bersantai di pantai dapat memberikan pendapatan bagi penjual makan minum, penyewa tikar, pemijat, dan pekerja lain.

4) Meningkatkan struktur ekonomi

Peningkatan pendapatan masyarakat dari industri pariwisata membuat struktur ekonomi masyarakat menjadi lebih baik. Masyarakat bisa memperbaiki kehidupan dari bekerja di industri pariwisata.

5) Membuka peluang investasi

Keragaman usaha dalam industri pariwisata memberikan peluang bagi para investor untuk menanamkan modal. Kesempatan berinvestasi di daerah wisata berpotensi membentuk dan meningkatkan perekonomian masyarakat

setempat.

6) Mendorong aktivitas wirausaha (*interpreneurships*)

Adanya kebutuhan wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata mendorong masyarakat untuk menyediakan kebutuhannya dengan membuka usaha atau wirausaha. Pariwisata membuka peluang untuk berwirausaha dengan menjajahkan berbagai kebutuhan wisatawan, baik produk barang maupun produk jasa.¹⁹

d. Pertimbangan Realisasi Prospek Industri Pariwisata Dalam Bidang Pengembangan ekonomi Serta Pembentukan Lapangan Kerja

Untuk merealisasikan prospek industri pariwisata dalam bidang pengembangan ekonomi serta pembukaan lapangan kerja, WTTC (World Travel dan Tourism Council) mengusulkan agar pemerintah Indonesia secara nasional mempertimbangkan informasi dan rekomendasi sebagai berikut :

1) Mengakui Kontribusi Ekonomi Industri Pariwisata

Industri wisata secara khusus sangat efektif dalam mendukung pengembangan usaha kecil dan penciptaan lapangan kerja untuk kalangan muda usia serta penyebaran peluang pekerjaan secara regional. Dengan demikian, industri pariwisata bisa memainkan peran penting bagi pengembangan

¹⁹ Ibid., hlm. 188-190.

wilayah. Bagian terbesar dari prasarana yang dibutuhkan industri ini, seperti halnya jalan, bandar udara dan telekomunikasi, memberikan sumbangan langsung bagi pengembangan ekonomi pada umumnya di wilayah-wilayah di mana pengembangan ini berlangsung. Kedatangan wisatawan manca negara merupakan sumber penerimaan devisa yang sangat efektif yang juga menciptakan dampak istimewa besarnya dalam bidang lapangan kerja.

2) Membentuk Wahana Industri yang Efektif

Untuk menggali potensi industri pariwisata di Indonesiasecara efektif dianjurkan untuk sinergi menyeluruh di tingkat nasional mencakup semua pihak terkait dikembangkan tanpa penundaan lebih lanjut, meliputi semua subsektor utama dalam industri ini seperti : kalangan pengembang kawasan wisata, industri perhotelan, sistem transportasi wisata, jasa-jasa perjalanan, pemasaran dan promosi, dan pengembangan sumber daya manusia.²⁰

B. Penelitian Terdahulu

1. Nandang Hendrawan dan Erni Mulyanie²¹ dalam karya jurnal yang berjudul Analisis Potensi Pariwisata Air Terjun Di Kabupaten

²⁰ Oka A. Yoeti, *Industri Pariwisata dan Peluang Kesempatan Kerja*, (Jakarta : PT Perca, 2008), Hlm.41-43.

²¹Nandang Hendrawan dan Erni Mulyanie, *Analisis Potensi Pariwisata Air Terjun Di Kabupaten Tasikmalaya*, Jurnal Gografi, Vol. 15, Desember 2018, ISSN 1412-6982, hlm. 96-97.

Tasikmalaya. Peneliti dalam karya ini meneliti tentang Potensi Air Terjun Yang ada di Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat untuk melihat seberapa besar potensi tersebut dapat dieksploitasi semaksimal mungkin demi kesejahteraan masyarakat sekitar. Hasil dalam penelitian ini diambil dari hasil analisis SWOT yang dilakukan oleh peneliti, dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa, lokasi atau objek wisata air terjun pada penelitian ini belum memenuhi kriteria sebagai objek wisata. Namun fasilitas yang dasar untuk menunjang menjadi objek wisata sudah mulai dijalankan. Selanjutnya dapat ditentukan prioritas usaha pengembangan objek wisata dan langkah-langkah dalam menentukan usaha pengembangan berdasarkan pada kelemahan dan ancaman, serta mengoptimalkan peluang dan kekuatan untuk menarik wisatawan.

2. Desi Irnawati Susanto,²² dalam tugas akhir Diploma 3 yang berjudul Potensi dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Jumog Kabupaten Karanganyar. Peneliti dalam karya ini ingin mengetahui potensi wisata yang dapat dikembangkan pada kawasan obyek wisata air terjun Jumog, dan juga untuk mengetahui strategi masyarakat dan pemerintah dalam mengembangkan obyek wisata ini. Metode penelitian yang dipakai adalah observasi, dan analisis pembahasan secara deskriptif dengan cara kualitatif. Hasil dari penelitian ini ialah, peneliti menemukan potensi dari wisata Air Terjun Jumog berdasarkan analisis

²² Desi Irnawati Susanto, *Potensi dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Jumog Kabupaten Karang Anyar*, (Tugas Akhir Tidak Diterbitkan : Surakarta 2011), hlm. 42.

SWOT, lalu langkah-langkah pengembangan obyek wisata yang dilakukan ialah, membuat anggaran dana, menyusun konsep rencana pengembangan, dan memaksimalkan potensi yang dimiliki.

Jadi pada penelitian ini lebih berfokus pada bagaimana peran pengelola dan masyarakat dalam mengembangkan destinasi pariwisata,

3. Ian Asriandy,²³ dalam tugas akhir skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng. Peneliti dalam karya ini mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh pengelola melalui wawancara dengan pihak yang dianggap berkompeten, yang berfokus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengungkapkan informasi dan penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif. Hasil pada penelitian ini ialah, terkait dengan dimensi-dimensi strategi yakni: Tujuan, Kebijakan dan Program yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata termasuk ke dalam Strategi Rencana, implementasi strategi terkait dengan strategi yang teridentifikasi yaitu Strategi Sebagai Rencana adalah, pengembangan yang dilakukan terfokus pada satu titik agar pengembangan yang dilakukan terlihat hasilnya, melibatkan semua elemen-elemen, mengidentifikasi secara menyeluruh terhadap obyek yang akan dikembangkan, melakukan pelatihan dan koordinasi yang terus dilakukan kepada pemerintah dan warga sekitar kawasan obyek wisata.

²³ Ian Asriandy, *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng*, (Skripsi Tidak Ditebitkan : Makassar, 2016), hlm. 27-32.

4. Eko Riyani,²⁴ dalam tugas akhir skripsi yang berjudul *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Jumog dan Dampak Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat (Studi di Desa Berjo Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar Provinsi Jawa Tengah)*. Peneliti dalam karya ini menganalisa partisipasi masyarakat yang terjadi dalam hal pengembangan objek wisata alam air terjun jumog, selain itu peneliti juga mengupas dari adanya wista tersebut apakah berdampak pada perekonomian masyarakat sekitar. Metode penelitian yang dipakai adalah kualitatif ditunjang dengan data penelitian yang bersumber dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil pada penelitian ini ialah. Partisipasi masyarakat Desa Berjo Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar terhadap pengembangan obyek wisata Air Terjun Jumog sangat baik, hal itu bisa dilihat dari, partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, partisipasi dalam pelaksanaan kegiatan, partisipasi dalam pemantauan evaluasi dan partisipasi pemanfaatan hasil. Pengembangan objek wisata ini memberikan dampak terhadap peningkatan kondisi ekonomi masyarakat sekita.

²⁴ Eko Riyani, *Partisipasi Masyarakat Dalam Mengembangkan Obyek Wisata Alam Air Terjun Jumog dan Dampak Terhadap Kondisi Masyarakat*, (Skripsi Tidak Diterbitkan : Yogyakarta, 2018), hlm. 44.

5. Helln Angga Devy, R.B, Soemanto,²⁵ dalam karya jurnal yang berjudul Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar (studi kasus air terjun jumog di kawasan wisata desa Berjo, Kecamatan Ngargoyoso, Kab. Karanganyar). Peneliti dalam karya ini memberikan uraian mengenai pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam air terjun jumog. Dalam penelitian ini diuraikan secara umum mengenai potensi pariwisata yang terdapat di Desa Berjo, dan secara khusus menguraikan mengenai potensi wisata yang terdapat di Obyek Wisata Air Terjun Jumog. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, untuk teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *puposive sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan validitas data menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini ialah. Pengembangan obyek wisata Air Terjun Jumog yang dilakukan oleh BUMDes Berjo secara fisik yakni degan menambah dan memperbaiki beberapa fasilitas dan prasarana yang menunjang kegiatan kepariwisataan, sedangkan pengembangan non-fisik yang dilakukan adalah dengan membentuk beberapa unit diantaranya adalah unit loket, prasaran, kebersihan, musik, keamanan dan warung makan.

²⁵Helln Angga Devy, R.B, *Pengembanga dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karang Anyar*, Jurnal Sosiologi DILEMA, Vol. 32, Mei 2017, ISSN 0215/9653, hlm. 37.

6. Wahyu Prihanta²⁶, dalam penelitian yang berjudul Pembentukan Kawasan Ekonomi Melalui Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat bahwa hasil dari analysis dalam penelitian tersebut memberikan kesimpulan bahwa hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa (1) Para pelaku ekowisata sangat terbantuan, (2) Kegiatan telah mencapai sasaran yang diinginkan, (3) Pelaku ekowisata memiliki keterampilan pemasaran produk-produk ekowisata. Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa, sektor pariwisata di Kabupten Pacitan mempunyai peluang yang cukup prospekti untuk dikembangkan menjadi industry pariwisata yang mampu bersaing dengan daerah lain bahkan menca Negara, hal ini cukup beralsan karea obyek wisata yang cukup beragam dan mempunyai ciri khusus dan nilai lebih dibanding dengan daerah lainnya. Pengembangan pariwisata tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan asli daerah, hal yang lebih penting adalah kepariwisataan di Kab. Pacitan mampu memberdayakan masyarakatnya sendiri sehingga mereka mersa memiliki, melaksanakan, melestarikan, dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan cara memberikan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha.

Berikut persamaan dan perbedaan penelitian saya dengan penelitian sebelumnya :

²⁶ Wahyu Prihanta, Pembentukan Kawasan Ekonomi Melalui Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat, Jurnal Dedikasi, Vol. 14, Mai 2017, ISSN 1693-3214, hlm. 78-79.

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	<p>Nandang Hendrawan dan Erni Mulyanie</p> <p>Analisis Potensi Pariwisata Air Terjun Di Kabupaten Tasikmalaya</p>	<p>Terletak pada peningkatan perekonomian masyarakat atau kesejahteraan masyarakat melalui bidang pariwisata</p>	<p>Peneliti berfokus pada analisis SWOT guna menemukan kelayakan, kekuatan, kelemahan, ancaman yang nantinya menjadi perhitungan dalam pengembangan objek pariwisata</p>
2	<p>Desi Irnawati Susanto</p> <p>Potensi dan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Jumog</p>	<p>Terletak pada bagaimana peran pengelola dan masyarakat dalam mengembangkan destinasi pariwisata, dan langkah-langkah yang dilakukan oleh pengelola.</p>	<p>Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT yang dimana digunakan untuk mengetahui potensi, dan pada penelitian ini berfokus pada langkah-langkah pengelola dalam pengembangan obyek wisata, sedangkan pada penelitian saya berfokus pada langkah-langkah pengelola dalam mengembangkan perekonomian masyarakat.</p>
3	<p>Ian Asriandy</p> <p>Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Banten.</p>	<p>Terletak pada mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh pengelola dalam upaya pengembangan wisata.</p>	<p>Pada penelitian ini peneliti hanya mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh pengelola namun tidak menjabarkan pengaruhnya terhadap ekonomi, sedangkan pada penelitian saya mengidentifikasi</p>

			strategi yang digunakan pengelola dalam upaya meningkatkan perekonomian perekonomian.
4	Eko Riyani Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Jumog dan Dampak Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat	Terletak pada partisipasi masyarakat yang berpengaruh pada pengembangan pariwisata	Pada penelitian ini tidak menerangkan strategi yang digunakan oleh pengelola wisata air terjun jumog, dan hanya berfokus pada seberapa besarkah partisipasi masyarakat, sedangkan pada penelitian saya terdapat strategi yang digunakan oleh pengelola dan didalamnya terdapat partisipasi masyarakat, namun berfungsi sebagai pelaku ekonomi.
5	Helln Angga Devy, R.B, Soemanto Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar	Peran pengelola dengan strategi yang telah direncanakan dalam upaya pengembangan pariwisata yang nantinya berdampak pada perekonomian masyarakat sekitar,	Pada penelitian ini menguraikan perkembangan yang telah terealisasikan dan potensi yang terdapat pada destinasi wisata tersebut tanpa mengangkat dampak terhadap perekonomian masyarakat lokal. namun tidak memaparkan secara detail langkah yang

			dilakukan oleh pengelola.
6	Wahyu Prihanta	Terketak pada tujuan yang telah ditemukan ketika penelitian bahwa pengembangan kepariwisataan ini tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan asli desa (PAD) namun yang lebih penting ialah pariwisata dapat memberdayakan masyarakatnya sendiri sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.	pada penelitian dari Wahyu Prihanta ini meneliti tentang konservasi penyus wisata, sedangkan penelitian saya berfokus pada pengembangan sumber daya lokal yang difungsikan sebagai destinasi wisata alam, yang mengajak masyarakat lokalnya untuk bergabung meningkatkan perekonomian melalui pariwisata.

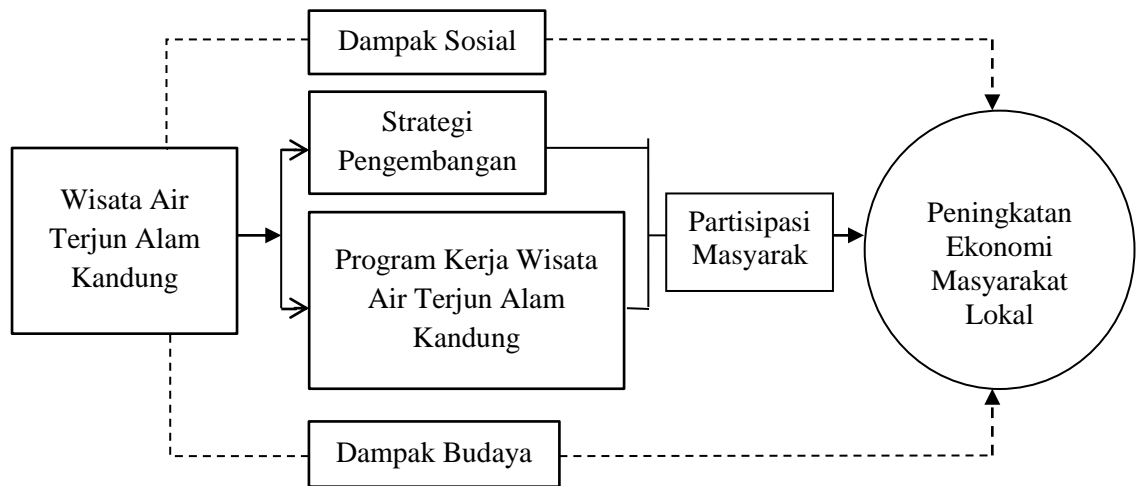
C. Kerangka Penelitian

Agar memudahkan kegiatan penelitian serta untuk memperjelas akar pemikiran dalam penelitian ini, maka perlu adanya sebuah kerangka penelitian. Hal ini dilakukan guna menghindari terjadinya perluasan masalah yang menyebabkan ketidakfokusan penulis terhadap objek penelitian oleh sebab itu disusunlah sebuah kerangka penelitian. Alur kerangka penelitian dideskripsikan sebagai berikut:

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa sedikit atau banyak pariwisata berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi dalam hal pendapatan, kesempatan kerja, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal. Untuk mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi tersebut maka

perlu adanya strategi pengembangan yang berfokus pada ekonomi masyarakat dan pengembangan objek pariwisata tersebut. Pengembangan ini tentunya membutuhkan masyarakat untuk berpartisipasi secara langsung, sehingga pada akhirnya bisa memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat sekitar.

Pada penelitian ini, penulis memfokuskan kepada Strategi dalam pengembangan ekonomi masyarakat pada wisata Air Terjun Alam Kandung, Program kerja yang ada dalam wisata air terjun alam kandang ,dan penciptaan lapangan pekerjaan atau usaha terhadap perekonomian masyarakat.



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian