BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan di suatu perusahaan dalam waktu jangka panjang dan untuk menentukan program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter, strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Strategi ini digunakan sebagai proses untuk menentukan rencana yang paling baik yang dipilih oleh para pemimpin puncak untuk mencapai tujuan tertentu.[8] Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi. Menurut Jain setiap organisasi membutuhkan strategi manakala menghadapi situasi berikut:[9]

a. Sumber daya yang terbatas.
b. Ada ketidakpastian mengenai kekuatan bersaing organisasi.
c. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi.
d. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antar bagian sepanjang waktu.

---

[8] Husen Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*. Cetakan ke-2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), hal. 16.

[9] Andy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal. 3

e. Ada ketidakpastian mengenai pengendalian inisiatif.

Strategi adalah cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal. Strategi berkaitan dengan tujuan akhir sedangkan taktik berkaitan dengan tujuan menengah. Pada organisasi bisnis atau perusahaan, strategi merupakan cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sebaliknya dalam organisasi non bisnis strategi adalah untuk memuaskan anggotanya. Di dalam pemerintahan strategi merupakan cara untuk bisa memberi pelayanan maksimal untuk masyarakat.[10]

Menurut Sukristono, strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar upaya tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat *Incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.[11] Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*).[12]

---

[10] Sjafrizal, *Ekonomi Regional*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2008), hal. 209

[11] Husein Umar, *Strategic Management in Action,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 31

[12] *Ibid*., hal. 33

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses rencana yang dilakukan oleh pemimpin puncak dengan tujuan jangka panjang yang mengarah kepada perkembangan suatu strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran sebuah organisasi atau perusahaan.

a. Proses Pembuatan Strategi

Thomson dan Strickland menyatakan bahwa membuat strategi atau proses implementasi mengandung lima tugas manajerial yang saling berkaitan, yaitu:[13]

1) Mengartikulasikan Visi dan Misi

   Visi pada dasarnya adalah keinginan akan menjadi apa organisasi dimasa depan. Sedangkan Misi pada dasarnya adalah suatu pernyataan tentang tujuan umum perusahaan/organisasi.

2) Merumuskan Tujuan

   Tujuan pada dasarnya adalah konversi dari visi dan misi yang dikolaborasikan menjadi target spesifik kinerja yang ingin dicapai oleh organisasi. Tujuan ini harus dapat diukur (*measurable*) sehingga pada periode tertentu dapat dievaluasi pencapaiannya.

3) Menyusun Strategi

   Strategi harus menentukan pilihan-pilihan yang tepat dan terbaik

[13] Sampurno, *Manajemen Stratejik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan,* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2013), hal. 12-19

hasilnya bagi perusahaan. Strategi harus bisa mempertemukan (*fit and match*) antara sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan dengan tantangan eksternal dan dinamika persaingan dimasa kini dan di masa depan.

4) Implementasi dan Eksekusi Strategi

Tugas manajerial dalam implementasi dan eksekusi strategi adalah mengupayakan bagaimana organisasi mempunyai kapabilitas untuk dapat melaksanakan strategi tersebut sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dalam waktu yang telah ditentukan.

5) Evaluasi Kinerja, Monitoring Pengembangan Baru dan Inisiasi *Corrective Adjustments*

Pimpinan harus memiliki sistem dan instrumen untuk mengevaluasi perkembangan dan kemajuan internal serta memonitor perkembangan eksternal yang terkait dan berpengaruh.

b. Tingkat-tingkat Strategi

Dengan merujuk pada pandangan Dan Schendel dan Charles Hofer, Higgins menjelaskan adanya empat tingkatan strategi. Keseluruhannya disebut Master Strategy, yaitu : *enterprise strategy, corporate strategy, business strategy* dan *fungsional strategy.*[14]

[14] Retina Sri Sedjati, *Manajemen Strategis,* (Yogyakarta : Deepublish, 2015 cet 1), hal. 63

1) *Enterprise Strategy*. Strategi ini berkaitan dengan respons masyarakat. Setiap organisasi mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah kelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali itu, ada pemerintah dan berbagai kelompok lain seperti kelompok penekan, kelompok politik dan kelompok lainnya. Jadi dalam strategi enterprise terlihat relasi antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi itu akan dilakukan sehingga dapat menguntungkan organisasi. Dalam strategi ini menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha memberikan pelayanan terbaik terhadap kebutuhan masyarakat.
2) *Corporate Strategy*. Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi sehingga sering disebut Grand Strategy yang meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Dalam strategi ini memerlukan keputusan-keputusan strategik dan perencanaan strategik yang selayaknya juga disiapkan oleh setiap organisasi.
3) *Business Strategy*. Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat. Yang dimaksudkan dalam strategi ini untuk dapat memperoleh keuntungan strategik yang sekaligus mampu menunjang berkembangnya organisasi ke tingkat yang lebih baik.

4) *Fungsional Strategy*. Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis strategi fungsional yaitu :

a) Strategi fungsional ekonomi, yaitu mencakup fungsi-fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.

b) Strategi fungsional manajemen, mencakup fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning, organizing, implementing, controlling, staffing, leading, motivating, communicating, decision making, representing dan integrating.*

c) Strategi isu stratejik, fungsi utamanya adalah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.

2. Teori Pengembangan

Pengembangan menurut Poerwadarminta lebih menekankan suatu proses atau suatu cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna maupun berguna. Dengan kata lain, pengembangan berarti pembangunan yang dilakukan secara terus-menerus sampai

mendapatkan hasil yang diharapkan.[15] Paturusi memberikan definisi pengembangan pariwisata yaitu suatu strategi yang digunakan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan. Disamping itu, mampu memberikan manfaat dan keuntungan bagi wisatawan, industri pariwisata (investor), pemerintah, dan masyarakat lokal di mana daerah tujuan wisata tersebut berada.[16]

Pengembangan dalam kamus bahasa Indonesia adalah sebagai hal, cara hasil kerja. Secara umum pengembangan objek wisata diartikan sebagai usaha mendorong perubahan kepariwisataan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan manfaat yang lebih baik. GBHN 1998 menyatakan bahwa pengembangan objek wisata ditujukan untuk mendayagunakan sumber dan potensi kepariwisataan menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk penerimaan devisa, memperluas dan meratakan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat, membangun daerah, memperkenalkan alam dan budaya bangsa. Objek wisata adalah ciri khas suatu daerah yang ditunjang oleh keadaan alam dan budaya suatu daerah. Dalam literatur kepariwisataan luar negeri objek wisata dikenal dengan: "*Tourism attraction*" yang segala sesuatu menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah.

Menurut Ismail Solihin, di dalam melakukan pengembangan

---

[15] I Made Suniastha Amerta, *Pengembangan Pariwisata Alternatif*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hal. 13.

[16] *Ibid.*, hal. 14

usaha (*business development*), seorang wirausahawan pada umumnya akan melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut :[17]

a. Memiliki Ide Usaha

   Usaha apa pun yang akan dikembangkan oleh seorang wirausahawan, pada mulanya berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausahawan dapat berasal dari berbagai sumber.

b. Penyaringan ide/konsep usaha

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

c. Pengembangan rencana usaha (*Business Plan*)

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

---

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

income statement merupakan income statement yang disusun berdasarkan perkiraan asumsi usaha yang akan terjadi di masa yang akan datang dan disusun berdasarkan data-data historis. Wirausahawan akan tergerak untuk menginvestasikan waktu, uang, dan sumber daya lain yang bisa diperoleh apabila bisnis yang akan dijalankan akan memberikan keuntungan.[18]

d. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.[19]

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Daerah tujuan wisata akan selalu memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Apabila daerah tersebut pariwisatanya berkembang dengan baik, dengan sendirinya akan

---

[18] Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, Edisi 1 Cet. ke1, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 125.

[19] *Ibid*, hal. 126.

memberikan dampak positif bagi daerah itu, dan dapat memberikan lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat.

Selain itu, dengan adanya pengembangan wisata menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata tersebut. Wisatawan pasti berkeinginan untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam maupun segala hal yang ada di dalamnya, seperti cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah, perkebunan dan sebagainya.

Untuk itu di suatu daerah wisata harus menyajikan atau membangun beberapa objek dan atraksi wisata yang menarik, agar wisatawan selalu berminat untuk mengunjungi daerah wisata tersebut. Tidak hanya objek dan atraksi wisata yang menarik melainkan juga harus mengembangkan produk-produk baru. Pengembangan suatu produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk yang dihasilkan ataupun yang akan dipasarkan.

Hendaknya suatu produk baru sesuai dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, produk baru tidak mungkin dihasilkan secara kebetulan, tetapi harus melalui riset dan analisa pasar. Dalam kepariwisataan, pengembangan produk baru perlu menjadi pemikiran ahli-ahli pariwisata, khususnya para pengelola yang langsung menangani sektor kepariwisataan tersebut.[20]

---

[20] Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, Edisi 1 Cet. ke1, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 97.

3. Teori Pengelolaan

Pengelolaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang mengelola. Dapat diartikan sebagai proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan, proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain.[21]

Kata "Pengelolaan" memiliki pengertian yang sama dengan manajemen, yang berarti pula pengaturan atau pengurusan. Banyak orang yang mengartikan manajemen sebagai pengaturan, pengelolaan, dan pengadministrasian, dan memang itulah pengertian yang populer saat ini. Pengelolaan diartikan sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Dikatakan manajemen adalah suatu proses perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, memimpin dan pengendalian organisasi manusia, keuangan, fisik dan informasi sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi secara efisiensi dan efektif. Di sisi lain, manajemen adalah usaha mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. Dengan demikian manajer mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan, pengarahan, dan pengendalian.[22] Akan tetapi saat ini kelima fungsi tersebut diringkas

---

[21] Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bandung: Gitamedia Press, 2015), hal.413.

[22] Hasibuan, *Dasar – Dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hal. 2.

menjadi empat fungsi yaitu:

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif dan menggunakan dugaan mengenai masa yang akan datang sebelum mengambil tindakan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tidak dapat berjalan.[23]

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian dilakukan untuk membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibagi tersebut.

c. Pengarahan (*actuating*)

Pengarahan adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi. Pengawasan ialah mengamati dan mengalokasikan dengan tepat penyimpanan-

[23] Undang Ahmad Kamaluddin, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), hal.31.

penyimpanan yang terjadi. Dalam praktek kita lihat, kegagalan suatu rencana atau aktivitas bersumber pada dua hal, yaitu akibat pengaruh di luar jangkauan manusia dan pelaku yang mengerjakannya tidak memenuhi persyaratan yang diminta.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan adalah mengamati dan mengalokasikan dengan tepat penyimpanan-penyimpanan yang terjadi.[24] Dalam praktik kita lihat, kegagalan suatu rencana atau aktivitas bersumber pada dua hal, yaitu akibat pengaruh di luar jangkauan manusia dan pelaku yang mengerjakannya tidak memenuhi persyaratan yang diminta. Prinsip pengawasan ada tujuh, yaitu mencerminkan sifat dari apa yang diawasi, dapat diketahui dengan segera penyimpangan yang terjadi, luwes, mencerminkan pola organisasi, ekonomis,dapat mudah dipahami, dan dapat segera diadakan perbaikan.

Pengelolaan dalam pariwisata harus didasarkan pada perencanaan yang matang. Perencanaan berarti melakukan perhitungan terhadap segala sesuatu sebagai perencanaan di masa yang akan datang. Perencanaan terhadap pariwisata pada dasarnya harus dilaksanakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal ini disebabkan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menjadi andalan bagi suatu daerah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan kesempatan kerja.

[24] Yayat M. Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2001), hal, 242.

Selain itu, kualitas sumber daya manusia pengelola pariwisata tentunya menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan pariwisata tersebut. Hal ini disebabkan dalam mengelola pariwisata diperlukan keahlian dan pengalaman, serta kinerja yang baik karena berapapun banyaknya modal yang dimiliki, namun pembangunan tidak akan terlaksana kecuali disertai dengan sumber daya manajerial yang mampu mengelola modal tersebut untuk pembangunan.[25]

Adapun peranan pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengelolaan pariwisata, yaitu perencanaan pariwisata, pembangunan pariwisata, kebijakan pariwisata dan peraturan pariwisata. Karena Pemerintah merupakan salah satu *stakeholder* di dalam pengelolaan bidang pariwisata. Pemerintah juga memiliki fungsi sebagai pembuat berbagai kebijakan tentang pariwisata pada suatu daerah serta berperan dalam meningkatkan devisa dan pendapatan asli daerah melalui bidang pariwisata.[26]

Bukan hanya pemerintah, masyarakat juga merupakan salah satu pilar utama dalam meningkatkan potensi sektor pariwisata, karena pada dasarnya pilar pariwisata itu terdiri dari pemerintah, swasta dan masyarakat, yang sering disebut sebagai tiga pilar utama pariwisata.

---

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

[26] Achmad Afandi, Sunarti, dkk, *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Gili Noko Kabupaten Gresik (Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik).* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 49 No. 1 Agustus 2017, hal. 118. https://media.neliti.com/media/publications/136445-ID-peran-pemerintah-daerah-dalam-pengembang.pdf Diakses pada tanggal 22 Desember 2020 pukul 17.00.

Setelah pemerintah mengeluarkan kebijakan mengenai pengembangan sektor pariwisata yang diiringi dengan regulasi tentunya. Kemudian pihak swasta yang secara profesional menyediakan jasa pelayanan bagi pengembangan pariwisata tersebut, maka tugas masyarakat adalah selain senantiasa membangkitkan kesadaran tentang pentingnya pariwisata juga menumbuh-kembangkan kreatifitas yang melahirkan berbagai kreasi segar yang mengundang perhatian untuk kemudian menjadi daya pikat pariwisata.

Menurut Muhammad Akram Khan, terdapat tiga model penting dalam organisasi bisnis menurut ekonomi Islam, yaitu:[27]

a. Kepemilikan tunggal (*Sale Proprietorship*)

Sale Proprietorship (Kepemilikan Tunggal), merupakan suatu usaha yang dijalankan sendiri oleh perorangan tanpa menggunakan bentuk usaha yang terpisah dan tersendiri Kepemilikan tunggal adalah bentuk paling sederhana dari organisasi usaha. Semua hak yang dimiliki usaha tersebut merupakan hak yang dimiliki oleh si pemilik. Demikian pula, semua kewajiban atau hutang yang ditanggung oleh usaha tersebut secara hukum merupakan kewajiban atau hutang dari pemilik. Aset dan laba yang dihasilkan oleh usaha dimiliki oleh si pemilik yang secara pribadi berkewajiban membayar pajak apapun yang harus dibayar berkenaan dengan aset dan laba tersebut.

[27] Yayat M. Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2001), hal, 3.

b. Kemitraan (*Partnership*)

Partnership merupakan suatu usaha yang dikembangkan secara bersama-sama oleh dua orang atau lebih untuk mendistribusikan keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan oleh mereka. Implikasi dari definisi tersebut adalah bahwa pihak yang menjalankan *partnership* sama-sama mengeluarkan sumber daya yang dimiliki masing-masing. Bagi hasil menjadi tujuan utama bentuk usaha ini. Keuntungan akan didistribusikan pada proporsi yang sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

c. Mudharabah

Mudharabah merupakan suatu usaha dalam bentuk kerjasama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal *(shahib almal)* mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola *(mudharib)* dengan suatu perjanjian di awal. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola. Transaksi jenis ini tidak mewajibkan adanya wakil dari pemilik modal dalam manajemen proyek. Sebagai orang kepercayaan, pengelola harus bertindak hati-hati dan bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi akibat kelalaian dan tujuan penggunaan modal untuk usaha halal. Sedangan, pemilik modal diharapkan untuk mengelola modal dengan cara tertentu untuk menciptakan laba yang optimal.

4. Agrowisata

Agrowisata berasal dari kata agro yang berarti pertanian dan tourism yang berarti pariwisata/kepariwisataan. Agrowisata atau *agrotourism* maksudnya berwisata ke daerah pertanian. Pertanian dalam arti luas mencakup pertanian rakyat, perkebunan, peternakan, maupun perikanan. Agrowisata memiliki definisi yang luas, dalam banyak hal sering disamakan dengan ekowisata. Karena ekowisata dan agrowisata mempunyai banyak sekali persamaan, terutama karena keduanya merupakan wisata berbasis pada sumber daya alam dan lingkungan. Di beberapa negara agrowisata dan ekowisata dikelompokkan dalam satu pengertian dan kegiatan yang sama, agrowisata merupakan bagian dari ekowisata. Maka dari itu, diperlukan beberapa kesamaan pandangan dalam perencanaan dan pengembangan agrowisata dan ekowisata.[28] Ekowisata atau *ecotourism* merupakan pengembangan industri wisata alam yang bertumpu pada usaha-usaha pelestarian alam atau konservasi.

Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik potensial berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya.[29] Kegiatan agrowisata bertujuan untuk

---

[28] Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, *Tata Cara Perencanaan, Pengembangan Kawasan untuk Percepatan Pembangunan Daerah*, (t.t.p.: BAPPENAS, 2004), hal. 196.

[29] I Gusti Bagus Rai Utama dan I Wayan Ruspendi Junaedi, *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish,

memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian yang meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan. Di samping itu yang termasuk dalam agro wisata adalah perhutanan dan sumber daya pertanian. Perpaduan antara keindahan alam, kehidupan masyarakat pedesaan dan potensi pertanian apabila dikelola dengan baik dapat mengembangkan daya tarik wisata. Dengan berkembangnya agrowisata di satu daerah tujuan wisata akan memberikan manfaat untuk peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintahan dengan kata lain bahwa fungsi pariwisata dapat dilakukan dengan fungsi budidaya pertanian dan pemukiman pedesaan dan sekaligus fungsi konservasi.

a. Kriteria Kawasan Agrowisata

Kawasan agrowisata yang sudah berkembang memiliki kriteria-kriteria, karakter dan ciri-ciri yang dapat dikenali. Kawasan agrowisata merupakan suatu kawasan yang memiliki kriteria sebagai berikut:[30]

1) Memiliki potensi atau basis kawasan di sektor agro baik pertanian, hortikultura, perikanan maupun peternakan, misalnya:
   a) Subsistem usaha pertanian primer (*on farm*) yang antara lain terdiri dari pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.

2012), hal.85

[30] Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, *Tata Cara…,* hal. 197

b) Subsistem industri pertanian yang antara lain terdiri dari industri pengolahan, kerajinan, pengemasan, dan pemasaran baik lokal maupun ekspor.

c) Subsistem pelayanan yang menunjang kesinambungan dan daya dukung kawasan baik terhadap industri dan layanan wisata maupun sektor agro, misalnya transportasi dan akomodasi, penelitian dan pengembangan, perbankan dan asuransi, fasilitas telekomunikasi dan infrastruktur.

2) Adanya kegiatan masyarakat yang didominasi oleh kegiatan pertanian dan wisata dengan keterkaitan dan ketergantungan yang cukup tinggi. Kegiatan pertanian yang mendorong tumbuhnya industri pariwisata, dan sebaliknya kegiatan pariwisata yang memacu berkembangnya sektor agro.

3) Adanya interaksi yang intensif dan saling mendukung bagi kegiatan agro dengan kegiatan pariwisata dalam kesatuan kawasan. Berbagai kegiatan dan produk wisata dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

Selain kriteria-kriteria tertentu, suatu kawasan agrowisata juga harus memenuhi beberapa prasyarat dasar antara lain:[31]

1) Memiliki sumber daya lahan dengan agroklimat yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang akan dijadikan komoditi unggulan.

[31] *Ibid*, hal. 198.

2) Memiliki prasarana dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan sistem dan usaha agrowisata, seperti misalnya: jalan, sarana irigasi/pengairan, pasar, terminal, jaringan telekomunikasi, dan fasilitas lainnya.
3) Memiliki sumberdaya manusia yang berkemauan dan berpotensi untuk mengembangkan kawasan agrowisata.
4) Pengembangan agrowisata tersebut mampu mendukung upaya-upaya konservasi alam dan kelestarian lingkungan hidup bagi kelestarian sumber daya alam, pelestarian sosial budaya maupun ekosistem secara keseluruhan.

Dengan memenuhi kriteria dan prasyarat pengembangan kawasan agrowisata, suatu obyek wisata atau *destination* juga harus meliputi lima unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, diantaranya:[32]

1) *Attractions*

Atraksi wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan melalui suatu pertunjukan (s*hows*) yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan.[33] Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri khas tertentu,

[32] I Made Suniastha Amerta, *Pengembangan Pariwisata Alternatif*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), hal. 121.

[33] Oka A.Yoeti, *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*, (Jakarta Timur:PT Balai Pustaka,2016) hal.102.

seperti keindahan alam, kesenian tradisional, kebudayaan, sejarah daerah tersebut dan atraksi-atraksi seperti permainan ular dan lain-lain.

2) *Facility*

Fasilitas cenderung berorientasi pada *attractions* disuatu lokasi karena fasilitas harus dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah *attractions* berkembang. Jumlah dan jenis fasilitas tergantung kebutuhan wisatawan, seperti fasilitas harus cocok dengan kualitas dan harga.[34] Fasilitas tersebut bisa berupa fasilitas akomodasi (hotel, motel, losmen, penginapan), fasilitas transportasi (terminal, area parkir, bandara, pelabuhan laut dan sebagainya), dan juga fasilitas pelayanan lainnya (pusat informasi pariwisata, jaringan komunikasi, pelayanan jasa pos dan lain-lain).

3) *Transportation*

Ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk :[35]

a) Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia

[34] *Ibid*, hal.18.
[35] *Ibid*, hal. 20

untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.

b) Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan dan kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.

c) Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.

d) Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, rute dan pelayanan pengangkutan lokal dan peta kota harus tersedia bagi penumpang.

4) Informasi dan Promosi (*Informations*), yakni seorang pengelola wisata harus mempunyai cara-cara untuk mempublikasikan atau mempromosikan tempat wisata tersebut dengan menarik. Karena wisatawan perlu memperoleh informasi tentang tempat wisata yang akan dikunjunginya.

5. Peningkatan Perekonomian Masyarakat

Peningkatan berarti kemajuan, perubahan, dan perbaikan. [36]Sedangkan perekonomian yang mempunyai kata dasar ekonomi berarti ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti halnya keuangan, perindustrian, dan perdagangan).[37] Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa

[36] Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 951.
[37] *Ibid*, hal. 200.

peningkatan perekonomian adalah suatu perubahan jenjang atau perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah ke arah perekonomian yang lebih baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya.

Kata *"ekonomi"* sendiri berasal dari kata Yunani (*oikos*) yang berarti keluarga, rumah tangga dan (*nomos*) yang berarti peraturan, aturan, hukum yang secara garis besar dapat diartikan sebagai"peraturan rumah tangga" atau "manajemen rumah tangga". Sedangkan ilmu ekonomi menurut Prof. Paul Anthony Samuelson, ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan di masa yang akan datang, kepada berbagai individu atau golongan masyarakat.[38] Dalam menganalisis cara-cara individu dan masyarakat membuat pilihan, dimisalkan bahwa pilihan-pilihan mereka dipertimbangkan secara rasional. Berdasarkan pemisalan ini maka dalam menggunakan sumber-sumber daya, individu dan masyarakat akan berusaha memaksimumkan kepuasan dan kemakmurannya.

Pengertian masyarakat menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi adalah tempat orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan. Masyarakat desa adalah subjek dan

[38] Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar,* Edisi Ketiga, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 9.

sekaligus objek pembangunan desa. Sebagai subyek pembangunan desa, maka masyarakat desa adalah pelaku dan pelaksana pembangunan desa, sedangkan sebagai objek pembangunan desa, masyarakat desa adalah penerima dan menikmati hasil-hasil pembangunan desa.[39]

Dari beberapa pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa ekonomi masyarakat desa adalah berbagai macam aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat desa yang mengandung unsur ekonomi yang dapat dijadikan sebagai tumpuan perputaran ekonomi yang berdampak terhadap masyarakat yang ada di desa. Dengan adanya aktivitas pembangunan desa yang dilakukan oleh masyarakat, maka dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan serta potensi dan sumber daya yang ada di desa yang dapat menjadi sumber ekonomi bagi masyarakat.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian. Sehingga penulis bisa memperbanyak teori yang digunakan mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu ini penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Diantara penelitian yang terdapat kaitannya pada penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

[39]Abdul Rahman Suleman, et. all., *BUMDES Menuju Optimalisasi Ekonomi Desa*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), hal . 26

Penelitian yang dilakukan oleh Susilowati[40], Mapparing dan Said bertujuan guna menjelaskan strategi pengembangan pariwisata Pantai Bira menjadi sumber unggulan penghasilan asli daerah. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pengembangan pariwisata Pantai Bira sudah cukup baik, dapat dilihat dari 5 indikator yaitu, SDM, Promosi pariwisata, pelayanan yang baik, sarana dan prasarana yang menunjang, serta, fasilitas pelayanan dan lingkungan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan pariwisata. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu pada penelitian ini terletak di Pantai Bira sedangkan penelitian yang saya lakukan berada di Agrowisata Belimbing Mulyono Desa Moyoketen.

Penelitian yang dilakukan oleh Erika Nur Aida[41], dkk, dalam penelitian ini bertujuan guna menganalisis meningkatnya ekonomi masyarakat di Kelurahan Karangsari sesudah berdirinya Agrowisata Belimbing Karagsari Kota Blitar. Dalam peningkatan ekonomi masyarakat dapat dilihat dengan adanya perubahan pendapatan pada petani belimbing di sekitar. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode analisis berupa uji beda (*paired sample t-test*) guna mengetahui perbedaan pendapatan.

---

[40] Susilowati, dkk, "Stategi Pengembangan Pariwisata Pantai Bira sebagai Sumber Unggulan Pendapatan Asli di Daerah Kabupaten Bulukamba*" Jurnal Administrasi Publik"*, Vol.2. No.3, 2017, hal. 357. https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kolaborasi/article/view/888 Di akses pada tanggal 22 Desember 2020 pukul 18.15.

[41] Erika, dkk, "Analisis Peningkatan Ekonomi Masyarkat di Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar, *Jurnal Ilmu Ekonomi,* Vol.1 Jilid 3, 2017, hal. 288. https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jie/article/view/6154 Di akses pada tanggal 22 Desember 2020 pukul 18.30.

Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa setelah adanya Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar ini memberikan dampak positif tehradap petani belimbing. Dampak yang diberikan yaitu bertambahnya jumlah permintaan belimbing, meningkatnya jumlah produksi, naiknya harga jual produk, meningkatnya berbagai inovasi produk yang dihasilkan sehingga membuka peluang kerja baru untuk masyarakat sekitar kawasan agrowisata. Sehingga pendapatan petani belimbing secara signifikan menunjukkan dengan adanya perbedaan setelah berdirinya dan sebelum berdirinya Agrowisata Belimbing Karangsari Kota Blitar. Persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama subjeknya Agrowisata Kebun Belimbing serta objeknya yang dipilih sama yaitu meningkatny aperekonomian masyarakat sekitar. Sedangkan untuk perbedaan dengan penelitian penulis yaitu menggunakan metode penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian Erika, dkk menggunakan metode penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian yang dilakukan Choirul Huda[42], penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model pengelolaan bisnis syariah dengan studi kasus pada lembaga pengembangan usaha yayasan badan wakaf sultan agung Semarang. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa lembaga pengembangan usaha (LPU) menggunakan beberapa model

[42]Choirul Huda, Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan,* Vol. 24 No. 1, 2016, hal. 185. https://www.researchgate.net/publication/318782965 Di akses pada tanggal 22 Desember 2020 pada pukul 18.45.

bisnis sesuai dengan tipe usaha yang dijalankan, yaitu: 1) kepemilikan tunggal (*sale proprietorship*) diterapkan pada unit usaha Takessa, depot air minum Kuasa, dan SA radio. 2) kemitraan (*partnership*) diterapkan pada unit usaha *property, retail,* Pumanisa. 3) kombinasi antara *sale partnership* dan *partnership* diterapkan pada SA*press*, Asset Manajemen, SA*tour*. Tetapi ada satu konsep yang dijadikan dasar pijakan dalam berbisnis yaitu LPU tidak melulu mencari keuntungan, namun juga ada nilai manfaat. Model pengelolaan bisnis yang diterapkan perusahaan dapat menentukan keberhasilan sebuah usaha/bisnis. Oleh karena itu, menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan perhatian pada model pengelolaan bisnis yang dijalankannya. Untuk pengembangan model pengelolaan bisnis syariah, LPU yayasan badan wakaf sultan agung Semarang melakukan beberapa seperti melakukan evaluasi beberapa model bisnis yang diterapkan sehingga tidak mengalami kerugian, melakukan dialog yang intensif sebagai edukasi kepada masyarakat maupun pelaku usaha mengenai model bisnis syariah yang belum banyak dikenal. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Perbedaannya terdapat pada studi kasus yang diambil. Untuk penelitian menggunakan studi kasus pada lembaga pengembangan usaha, sedangkan penulis melakukan penelitian pada agrowisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Patris Gisau Biduan[43]. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengelolaan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Sangihe diutamakan untuk pengembangan wisata bahari. Strategi yang digunakan pada penelitian ini dalam pengelolaan pariwisata seperti penyediaan rencana pengembangan wisata daerah, penyusunan program ketersediaan dana, kemitraan dengan swasta, optimalisasi promosi, pengembangan sumber daya manusia. Metode yang digunakan pada penelitian Patris Gisau Biduan yaitu kualitatif. Untuk perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Patris Gisau Biduan dengan penelitian penulis yaitu terletak pada penelitian wisata di Kabupaten Kepulauan Sangihe pengembangan wisata atraksi wisatanya berorientasi pada wisata baharinya sedangkan penelitian yang dilakukan penulis ini pengembangan atraksi wisata, fasilitas, transportasi, promosi serta pengelolaan kemitraan. Sedangkan untuk persamaannya yaitu sama-sama guna meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar wisata.

Penelitian dilakukan oleh Ilang, Putra dan Sunarta,[44] penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi wisata dan strategi pengembangan daya tarik wisata Desa Waturaka. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa

---

[43] Patris Gisau Bisuan, “Strategi Pengelolaan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Asli Daerah di Dinas Kebudaayn dan Pariwisata Kbaupaten Kepulauan Sangihe” E-Journal UNSRAT,Vol l No 7, 2018, hal. 55. *http://ejournal balitbang. kkp.go.id /index.php/ jkse/ article/download/6703/5946* Diakses pada tanggal 22 Desember 2020 pada pukul 19.00.

[44] Yosep Kupertipo Ilang, et. all., "Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Desa Waturaka, Kabupaten Ende, Flores", dalam *Jurnal Jumpa*, Vol. 4, No. 2, Januari 2018, hal. 297-309. https://ojs.unud.ac.id/index.php/jumpa/article/view/36685. Diakses pada tanggal 22 Desember 2020 pada pukul 19.15.

potensi daya tarik wisata utama adalah Air Terjun Muru keba dan Agrowisata dan pengembangannya berada pada tahap *involvement*. Adapun persamaan dengan yang peneliti lakukan adalah menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan peneliti adalah menggunakan teknik analisis SWOT.

Penelitian dilakukan oleh Sulartiningrum, Nofiyanti dan Fitriana,[45] yang meneliti tentang pelatihan peningkatan kualitas SDM bidang pariwisata di desa wisata, peningkatan kualitas SDM dilakukan dengan mengkaji dan memberikan informasi terkait industri kreatif (kewirausahaan), *homestay* (penginapan), dan pelayanan prima (prosedur pelayanan yang baik). Metode yang digunakan dalam pelatihan yaitu presentasi materi, praktek, peninjauan desa, dan peninjauan rumah warga. Dengan hasil temuan untuk homestay dari tingkat kelayakan berjumlah 60%, setelah pelatihan dan evaluasi meningkat menjadi 70%, kebersihan 10% kemudian meningkat menjadi 50%, keinginan masyarakat meningkat menjadi 30%, dan keindahan 30%. Hasil dari pelatihan industri kreatif, masyarakat memiliki kemasan produk yang bernilai jual untuk promosi dan oleh-oleh khas Desa Cikolelet. Pelayanan prima masyarakat dalam melayani wisatawan yang berkunjung meningkat dengan adanya pembuatan paket wisata dan mengantarkan wisatawan ke lokasi wisata. Lokasi yang dijadikan *track* wisatawan yaitu peternakan kambing etawa, puncak Pillar,

[45] Sri Sulartiningrum, et. all., "Pelatihan Peningkatan Kualitas SDM Bidang Pariwisata di Desa Wisata", dalam *Jurna Solma*, Vol. 7, No. 2, 2018, hal. 178-179. https: //www. Researchgate .net/publication/328657198 Diakses pada tanggal 22 Desember 2020 pada pukul 19.30.

puncak Cibaja, air terjun Lawang. Adapun persamaan dengan peneliti lakukan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan peneliti lakukan adalah hanya membahas mengenai pelatihan peningkatan kualitas SDM bidang pariwisata di Desa Wisata Cikolelet Serang Banten.

Penelitian ini dilakukan oleh Mujanah, Ratnawati dan Andayani,[46] penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Desa Wisata. dikawasan *Hinterland* Gunung Bromo Jawa Timur. Hasil penelitian ini adalah bahwa dalam pengembangan Desa Wisata di *Hinterland* Gunung Bromo diperlukan strategi pertumbuhan/agresif dimana dalam mengembangkan desa wisata di *Hinterland* Gunung Bromo diperlukan perluasan pasar dengan melakukan promosi yang dapat dilakukan melalui bekerjasama dengan biro-biro perjalanan dan melalui internet, selain itu juga menambah berbagai objek wisata disekitar desa berdasarkan jenis tanaman misalnya mengoptimalkan kebun kubis, kebun wortel, kebun kentang, dan atraksi budaya dan adat yang menarik sebagai objek wisata. Selain itu perlunya membangun kegiatan ekonomi masyarakat dengan membuat pusat oleh-oleh misalnya keripik kentang karena di *Hinterland* Gunung Bromo memiliki potensi yang luar biasa di bidang pertanian terutama sayuran, membangun pusat kuliner dan pusat souvenir,

[46] Siti Mujanah, et. all., "Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kawasan Hinterland Gunung Bromo Jawa Timur", dalam *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, Vol. 1, No. 1, Februari 2016, hal. 40. http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17/article/view/578 Diakses pada tanggal 22 Desember pada pukul 19.45.

memotivasi dan memberdayakan masyarakat seperti pemandu wisata dengan diberi pelatihan agar mampu memberikan pelayanan yang baik. Meningkatkan kapasitas homestay yang sesuai dengan keberhasilan wisatawan. Adapun persamaan dengan peneliti lakukan yaitu menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaanya dengan peneliti lakukan adalah tidak meneliti terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

Penelitian dilakukan oleh Mukti, Makmur dan Adiono,[47] penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan kawasan objek wisata Selomangleng barat sungai brantas Kota Kediri sebagai destinasi pariwisata daerah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah. Hasil penelitian ini adalah strategi yang tepat dilakukan adalah strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal yang tepat yang digunakan meliputi memperluas pasar, meningkatkan fasilitas, meningkatkan jenis produk dan jasa/pelayanan, dan teknologi di bidang pariwisata. Adapun persamaan dengan peneliti lakukan adalah mengenai strategi pengembangan wisata. Sedangkan perbedaan dengan peneliti lakukan adalah menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif atau yang disebut dengan pendekatan campuran.

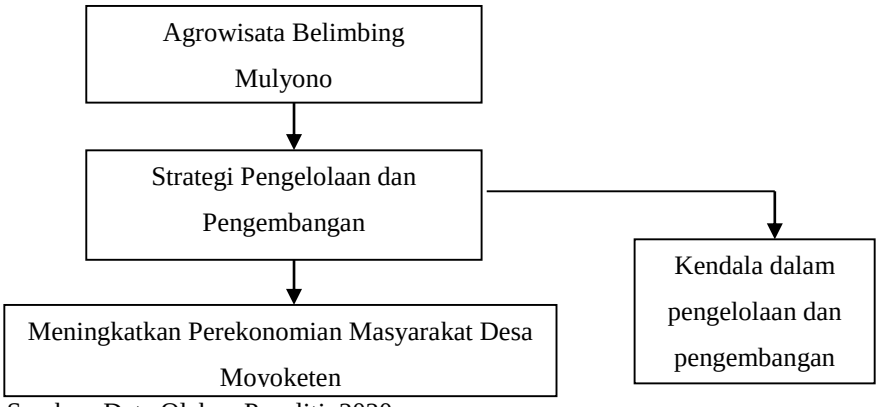
---

[47] Masega Dian Latief Mukti, et. all., "Strategi Pengembangan Kawasan Barat Sungai Brantas Kota Kediri Sebagai Destinasi Pariwisata Daerah Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Di Kawasan Obyek Wisata Selomangleng Kota Kediri)", dalam *Jurnal Administrasi Publik* (JAP), Vol. 3, No. 11, 2015, hal. 1799-1802. https: //www. neliti.com /publications /82582 /strategi-pengembangan-kawasan-barat-sungai-brantas-kota-kediri-sebagai-destinasi Diakses pada tanggal 22 Deember 2020 ada ukul 20.00.

C. Kerangka Koseptual

Berdasarkan judul penelitian yaitu mengenai ”Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Agrowisata Belimbing Mulyono dalam Meningkatan Perekonomian Masyarakat Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung”. Maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Pemikiran



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020.

Kerangka konseptual diatas menunjukkan agrowisata merupakan sektor yang memiliki potensi yang perlu dikembangan guna menjadi salah satu daya tarik untuk mendatangkan pengunjung daerah wisata tersebut. Dengan terciptanya strategi pengelolaan dan pengembangan ini diharapkan dapat menjadikan agrowisata lebih berkembang dan terkenal di daerah lain serta bertujuan berdampak positif bisa memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar agrowisata khususnya pada ekonomi. Namun seiring berkembangnya terdapat kendala yang harus dihadapi pihak pengelola agrowisata. Berbagai macam kendala yang perlu dihadapi serta dicarikan

jalan keluar sebagai upaya untuk mengatasi kendala yang terjadi tersebut. Setelah terjadi strategi pengembangan dapat dilihat dari adanya strategi dengan mengoptimalkan potensi dan keunikan, menambah sarana dan prasarana, dan meningkatkan promosi. Sedangkan pada strategi pengelolaan terhadap agrowisata tersebut dengan pengelolaan kemitraan dalam kegiatan agrowisata dimana Bapak Mulyono membentuk kelompok usaha bersama (KUB) Agro Belimbing dan kelompok tani Tunas Belimbing yang tergabung dari berapa petani yang melakukan kerjasama untuk menampung atau memasok hasil panennya. Selain itu pihak Agrowisata Belimbing juga bekerja sama dengan jasa biro perjalanan, jasa pemandu wisata, jasa boga, jasa perhotelan dan lain sebagainya. Hal ini akan memberikan dampak bagi meningkatan perekonomian masyarakat desa moyoketen dan sekitarnya.