

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi

##### a. Pengertian

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategeia* (*Stratos Militer; ag= Memimpin*), yang artinya seni dan ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi merupakan keunggulan bersaing guna mengubah kekuatan perusahaan menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing melalui cara yang paling efisien.<sup>10</sup>

Menurut **Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn**, dan **Sumantra Ghoshal** (2003) dalam bukun *The Strategy Process*, menyajikan lima definisi strategi yaitu<sup>11</sup>:

##### a) Strategi Sebagai Rencana

Strategi merupakan rencana yang meliputi tindakan, pedoman (pedoman yang ditetapkan) untuk menangani situasi. Dengan ini strategi memiliki dua karakteristik penting: merencanakan dibuat sebelum tindakan yang menerapkan, dan mereka dikembangkan secara sadar dan sengaja. Dalam mempelajari strategi sebagai rencana, kita harus entah bagaimana masuk ke dalam pikiran strategi, untuk mencari tahu apa yang benar-benar dimaksudkan.

---

<sup>10</sup> Kurniawan dan Hamdani, *The End Of Nation State*, 2000

<sup>11</sup> Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn dan Sumantra Ghoshal, *The Strategy Process*, 2003

b) Strategi Sebagai Taktik

Strategi taktik, strategi ini membawa kita ke dalam wilayah persaingan langsung, dimana ancaman dan berbagai manuver lain bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempat ini proses pembentukan strategi dalam pengaturan yang paling dinamis, dengan gerakan memprovokasi. Namun sayangnya, strategi itu sendiri adalah sebuah konsep yang berakar tidak dalam perubahan tetapi dalam stabilitas dalam mengatur rencana dan pola didirikan.

c) Strategi Sebagai Pola

Strategi sebagai pola merupakan strategi adalah konsisten dalam perilaku, apakah atau tidak dimaksudkan. Hal ini mungkin terdengar sedikit aneh definisi untuk kata yang telah begitu terikat dengan kehendak bebas. Tetapi faktanya adalah bahwa sementara hampir tidak ada yang mendefinisikan strategi dengan cara ini, banyak orang tampak pada suatu waktu menggunakannya.

Dengan demikian, definisi strategi sebagai rencana dan pola dapat cukup independen satu sama lain: rencana saya belum terealisasi, sementara pola mungkin muncul tanpa prasangka. Sebagai pola, bertitik berat pada suatu tindakan. Strategi sebagai pola juga memperkenalkan gagasan tentang konvergensi (penggabungan), pencapaian konsistensi dalam perilaku organisasi. Menyadari strategi dimaksudkan dapat mendorong kita untuk mempertimbangkan gagasan bahwa strategi dapat muncul serta sengaja dikenakan.

d) Strategi Sebagai Posisi

Definisi strategi sebagai posisi dapat kompatibel dengan baik dari sebelumnya, posisi dapat dicentang dan bercita-cita untuk memikirkan rencana atau dapat dicapai, mungkin bahkan melalui pola perilaku. Sebagai posisi, strategi ini mendorong kita untuk melihat organisasi dalam lingkungan kompetitif mereka untuk memenuhi persaingan, menghindarinya, atau menumbangkannya. Hal ini memungkinkan kita untuk berfikir organisasi secara ekologis, sebagai organismen dalam ceruk yang berjuang untuk bertahan hidup di dunia permusuhan dan ketidakpastian serta simbiosis.

e) Strategi Sebagai Prespektif

Definisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsep strategi memiliki satu implikasi penting, yaitu bahwa semua strategi adalah abstraksi yang hanya ada di pikiran pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk diingat bahwa tidak ada yang pernah melihat atau menyangkut strategi, setiap strategi adalah sebuah penemuan, khayalan dari imajinasi seseorang, apakah dirumuskan sebagai niat untuk mengatur perilaku itu berlangsung atau disimpulkan sebagai pola untuk menggambarkan perilaku yang terjadi.

Sebagai prespektif, strategi menimbulkan pertanyaan menarik tentang niat dan perilaku dalam konteks kolektif. Jika kita mendefinisikan organisasi sebagai tindakan kolektif dalam mengejar misi umum, kemudian strategi sebagai prespektif munculkan

masalah bagaimana menyebar niat melalui sekelompok orang untuk menjadi bersama sebagai norma-norma dan nilai-nilai, dan bagaimana pola perilaku menjadi sangat tertanam dalam kelompok.

Seperti yang disarankan diatas, strategi sebagai posisi prespektif dapat komatibel dengan stretgei sebagai rencana atau pola. Tetapi, pada kenyataanya hubungan antara definisis yang berbeda ini bisa lebih terlibat, tapi konsep strategi yang muncul adalah bahwa pola yang dapat muncul dan diakui menimbulkan sebuah rencana resmi, mungkin dalam prespektif keseluruhan.

Sementara sebagai hubungan yang ada antara definisi yang berbeda, satu hubungan atau satudefinisi diutamakan dibanding yang lain. Dalam beberapa hal, definisi ini bersaing (mereka dapat menggantikan satu sama lain), tetapi mungkin cara yang lebih penting, mereka saling melengkapi.

## **b. Jenis Strategi**

Adapun jenis-jenis strategi dalam buku Konsep Manajemen Strategis, **David (Guswan 2015:16)** menjelaskan bahwa ada beberapa jenis strategi alternative, yaitu sebagai berikut<sup>12</sup>:

### a) Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan / atau pesaung. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:

---

<sup>12</sup> Ian Astriadi, Skripsi: “*Stretegi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng*”, Hlm 11-14

1. Integrasi ke depan

Integrasi kedepan adalah jenis yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau paritel.

2. Integrasi ke belakang

Integrasi kebelakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

3. Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

- b) Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya-upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

1. Penetrasi pasar

Merupakan jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.

2. Pengembangan pasar

Merupakan jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

### 3. Pengembangan produk

Merupakan jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

#### c) Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi merupakan suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

##### 1. Diversifikasi terkait

Merupakan jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan yang lama.

##### 2. Diversifikasi tak terkait

Merupakan jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak berkaitan sama sekali dengan garis bisnis perusahaan sebelumnya.

#### d) Strategi Defensif

Strategi defensive adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturasi melalui penghematan biaya dan asset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

1. Penciutan

Merupakan strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang melalui pengurangan biaya asset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun.

2. Divestasi

Merupakan strategi dimana dilakukan penjualan suatu devisis atau bagian dari suatu organisasi.

3. Likuidasi

Merupakan strategi dimana dilakukan penjualan seluruh asset perusahaan, secara terpisah-pisah, untuk kekayaan berwujudnya.

**c) Tujuan Strategi**

Setiap strategi yang dijalankan pasti memiliki tujuan. Maka dari itu strategi haruslah direncanakan dengan matang agar tujuan yang diinginkan bisa tercapai. Pada dasarnya strategi di rencanakan untuk menarik konsumen agar memiliki keinginan pada produk yang ditawarkan. Tujuan utama dari kegiatan pemasaran antara lain:

- a. Modifikasi Tingkah Laku

Orang-orang melakukan komunikasi selalu mempunyai beberapa alasan, misalnya mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau intruksi, memberikan informasi, mengemukakan idea tau pendapat. Pemasaran dari segi lain, berusaha mengubah tingkah laku, pendapat dan memperkuat tingkah laku yang ada.

b. Memberitahu

Kegiatan pemasaran dapat dilakukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan, sebelum mereka mengetahui produk dan manfaatnya maka mereka tidak akan membeli barang atau jasa tersebut.

c. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk ini juga diarahkan untuk mendorong pembeli. Sifat membujuk ini akan bersifat dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan di dalam siklus kehidupan.

d. Mengingat

Tujuan pemasaran yang bersifat mengingat dilakukan untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat dan perusahaan untuk mempertahankan pembeli yang ada.<sup>13</sup>

## **B. Pengembangan Pariwisata**

### **a. Pengertian**

Menurut Pitana pengembangan pariwisata merupakan kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Sehingga pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan

---

<sup>13</sup> Farida Robithoh Widyasti, Skripsi: “Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung”, Hlm 13-14



dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala/bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata.<sup>14</sup>

Pembangunan merupakan suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik yang didalamnya meliputi upaya-upaya perencanaan, implementasi dan pengendalian dalam rangka penciptaan nilai tambah sesuai yang dikehendaki<sup>15</sup>.

Pertumbuhan kepariwisataan yang tidak terkendali sebagai akibat dari perencanaan yang tidak baik, pasti akan menimbulkan dampak yang tidak baik dan tentunya akan tidak menguntungkan bagi semua pihak.

Perencanaan pengembangan pariwisata harus diintegrasikan dengan perencanaan dan pengembangan secara keseluruhan, supaya perencanaan pengembangan pariwisata benar-benar efektif, sehingga keseimbangan pengembangan dapat dicapai dan dipertahankan. Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Yeni Imaniar H, *Potensi Media Sosial Sebagai Potensi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia*, Hlm 4

<sup>15</sup> *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011, Pasal 1 Butir 2 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2015*. Hlm.2

<sup>16</sup> *Undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Pasal 8 Tentang Kepariwisataan*. Hlm.7

Pembangunan kepariwisataan meliputi<sup>17</sup>:

1. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
2. Destinasi pariwisata adalah suatu tempat yang dikunjungi dengan periode waktu yang cukup signifikan selama perjalanan seseorang jika dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan.
3. Pemasaran kepariwisataan adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisata dan seluruh pemangku kepentingannya.
4. Kelembagaan pariwisata adalah kesatuan unsure beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, SDM, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan di bidang pariwisata.

#### **b. Unsur-unsur pokok penunjang pengembangan pariwisata**

1. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik suatu wisata yang juga di sebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan

---

<sup>17</sup> Undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Pasal 7 Tentang Kepariwisata. Hlm.7-8

kesuatu daerah wisata. Pada umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasarkan pada:

- a) Adanya sumber daya yang menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih
- b) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c) Adanya spesifikasi atau cirri khusus yang bersifat langka.
- d) Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan.
- e) Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sunagi, pantai, hutan, dll)
- f) Obyek wisata budaya dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah manusia pada masa lampau.

## 2. Prasarana Wisata

Prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan didaerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya.

## 3. Sarana Wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata harus

disediakan didaerah tujuan wisata diantaranya adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.

### c. Teknik Pengembangan Pariwisata

Pengembangan destinasi pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik pengembangan itu sendiri harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut adalah aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/kompabilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya. Teknik pengembangan wisata meliputi:

#### a. *Carrying Capacity*

Merupakan teknik yang sering digunakan untuk pengembangan destinasi wisata adalah *Carrying Capacity* (*daya dukung kawasan*). Konsep ini secara jelas mengandung makna batasan, batas atas, atau tingkatan/level yang tidak boleh dilewati dalam pembangunan atau pengembangan destinasi pariwisata<sup>18</sup>. Batasan daya dukung dipengaruhi dua faktor:

- 1) Mempunyai implikasi pemasaran yang melibatkan atau berkaitan dengan wisatawan. Hal ini menyangkut karakteristik wisatawan, seperti usia, jenis kelamin,

---

<sup>18</sup> I Gede Pitana dan I Ketut Surya Dirta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Andi, Yogyakarta:2009, hlm 134

pendapatan, motivasi, *attitude*, dan harapan latar belakang, ras dan etnik serta pola perilaku.

- 2) Berkaitan dengan atribut destinasi wisata, seperti kondisi lingkungan dan alam, struktur ekonomi dan pembangunan, struktur sosial dan organisasi, level pengembangan pariwisata.

*b. Recreation Carrying Capacity (RCC)*

RCC diakui sebagai odel utama untuk mengelola dampak akibat kunjungan wisatawan<sup>19</sup>. Dampak dari pengembangan dan pengembangan wisata pada lingkungan diteliti dan diidentifikasi tingkat kritisnya. Contohnya, tingkat kritis suatu destinasi wisata yang mengacu pada jumlah orang yang mengunjungi kawasan tersebut pertahun, perkali, atau persekian kunjungan.

*c. Recreation Opportunity Spectrum (ROS)*

ROS pertama kali di perkenalkan oleh Clarke dan Stanley dari The Uited States Forest Servise pada tahun 1979. ROS merupakan teknik identifikasi karakteristik dari suatu kawasan atau destinasi dengan setting yang berbeda dan memadukan peluang dengan peluang rekreasi untuk keuntungan terbaik bagi pengguna kawasan atau destinasi lingkungan. Yang pertama kali dilakukan dalam ROS adalah menentukan

---

<sup>19</sup> *Ibid*, Hlm 137

karakteristik destinasi atau wilayah yang akan dikembangkan sebagai daerah rekreasi atau wisata.

d. *Visitor Impact Management Model (VIMM)*

Dalam konsep ini Carrying Capacity tidak menjadi focus utama tetapi lebih difokuskan pada keterkaitan antara perencanaan, pengawasan, dan pengambilan keputusan. VIMM menyadari bahwa pengunjung atau wisatawan bukan satu-satunya yang menyebabkan dampak pada destinasi. Manajemen yang efektif harus berbuat lebih baik dari sekedar RCC tetapi melibatkan pertimbangan ilmiah dalam pengambilan keputusan.<sup>20</sup>

e. *Visitor Experience and Resource Protection Model (VERPM)*

Teknik awal VERPM dimulai dengan menentukan cakupan pengalaman wisatawan yang dapat ditawarkan dalam sebuah destinasi atau kawasan, dan menentukan tujuan yang ingin diwujudkan berkenaan dengan kondisi sumberdaya destinasi. VERPM menggunakan *zoning* untuk menentukan penggunaan dan manajemen strategi yang tepat untuk areal berbeda dalam kawasan atau destinasi.

**d. Potensi-Potensi Pembangunan Wilayah Pesisir**

a. Sumber daya dapat diperbarui (*renewable resources*)

1) Hutan Mangrove

---

<sup>20</sup> *Ibid*, Hlm 143

Merupakan ekosistem yang paling utama pendukung kehidupan di wilayah pesisir dan lautan. Selain mempunyai fungsi ekologi sebagai penyedia nutrient bagi biota perairan, tempat penjernihan dan asuhan berbagai biota, penahan abrasi, amukan angin topan dan tsunami, penyerap limbah dan pencegah intrusi air laut dan lain sebagainya. Hutan mangrove juga mempunyai fungsi sangat penting serta penyedia kayu, daun-daunan sebagai bahan obat-obatan.

## 2) Rumpun Laut

Tumbuhan yang sudah sepenuhnya menyesuaikan diri untuk hidup dibawah permukaan air laut. Lamun hidup diperairan dangkal dan berpasir atau sering juga dijumpai pada ekosistem terumbu karang. Lamun membentuk padang yang luas dan lebat didasar laut yang terjangkau cahaya matahari dengan tingkat penyinaran yang memadai untuk pertumbuhan.

## 3) Terumbu Karang

Ekosistem terumbu karang mempunyai produktivitas organik dan keanekaragaman hayati yang sangat tinggi dibandingkan ekosistem lainnya. Disamping mempunyai fisik ekologis sebagai penyedia nutrient bagi biota perairan, perlindungan fisik, tempat penjernihan, terumbu karang juga menghasilkan berbagai produk yang mempunyai nilai ekonomis penting seperti

berbagai jenis ikan karang, udang karang, alga, dan teripang, kerang mutiara.

#### 4) Sumber Daya Perikanan

Potensi sumber daya perikanan laut terdiri atas sumberdaya perikanan pelagis besar, pelagis kecil, sumberdaya perikanan demersal, udang, ikan karang dan cumi-cumi.<sup>21</sup>

#### b. Sumber daya tidak dapat diperbaharui (*non-renewable resources*)

Wilayah pesisir dan lautan memiliki sumberdaya tidak dapat diperbaharui (*non-renewable resources*) yang meliputi seluruh mineral dan geologi, yaitu seperti minyak, gas, batubara, emas, timah, nikel, bauxit, bijih besi, kromit, kapur, kaolin dan tanah liat<sup>22</sup>.

#### c. Jasa-jasa lingkungan (*environmental services*)

Wilayah pesisir dan lautan juga memiliki berbagai macam jasa-jasa lingkungan, dimana jasa-jasa ini meliputi kawasan pesisir dan lautan sebagai tempat rekreasi dan pariwisata, media transportasi dan komunikasi, sumber energi, sarana pendidikan dan penelitian, pertahanan keamanan, penampungan limbah, pengaturan iklim, kawasan perlindungan dan sistem penunjang kehidupan serta fungsi ekologi lainnya.

Wilayah pesisir dan lautan juga memiliki potensi sumberdaya energi yang cukup besar. Sumber energi yang dapat

---

<sup>21</sup> Raharjo Adisasmata, *Pembangunan Kawasan Dan Tata Ruang*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2010). Hlm. 119-120

<sup>22</sup> *Ibid*, Hlm. 121



dimanfaatkan tersebut antara lain arus pasang surut, gelombang, perbedaan salinitasi, angin dan pemanfaatan perbedaan suhu laut di lapisan permukaan dengan lapisan dalam perairan.<sup>23</sup>

#### e. Faktor-faktor Pembangunan

- 1) *Cost advantages*<sup>24</sup> merupakan keunggulan atas biaya yang harus dikeluarkan dalam penyediaan produk dan pelayanan wisata merupakan faktor penting dalam membangun keunggulan kompetitif destinasi pariwisata. Di dalamnya bergabung berbagai faktor yang mampu mengembangkan kinerja destinasi.
- 2) *Differentiation*, membedakan destinasi dan produk wisata merupakan focus dalam mengembangkan keunggulan komparatif kepariwisataan. Suatu destinasi pariwisata harus mampu menjadi berbeda dengan pesaingnya ketika menghasilkan aksesibilitas, atraksi dan amenities yang unik dan berharga bagi wisatawan yang datang. Diferensiasi tidak melulu dilakukan dengan hanya menawarkan harga produk dan pelayanan yang lebih rendah.
- 3) *Business linkages*, mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan merupakan suatu proses integrative dalam membangun keunggulan kompetitif kepariwisataan. Hubungan yang dibangun bersifat vertical dan horizontal serta saling terintegrasi satu sama lainnya.

---

<sup>23</sup> *Ibid*, Hlm 121

<sup>24</sup> Muljadi, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Hlm. 80-82

- 4) *Services*, pelayanan konsisten semenjak wisatawan tiba di pintu masuk, pada saat berada di destinasi pariwisata sampai dengan kepulangannya. Seluruh pihak yang terkait seperti administrator bandara dan pelabuhan, seyogyanya mampu memberikan pelayanan prima dan baku sehingga meninggalkan kesan yang dalam bagi wisatawan.
- 5) *Infrastructures*, kondisi prasarana dan sarana pendukung kepariwisataan yang terpelihara dan beroperasi dengan baik juga merupakan faktor penting dalam pembangunan keunggulan kompetitif suatu destinasi pariwisata.
- 6) *Technologi*, penggunaan teknologi yang tepat dan mudah digunakan akan mampu memberikan dukungan bagi pelayanan kepada wisatawan yang akan datang selain mampu juga mendukung proses pengambilan keputusan dalam pengembangan, pengelolaan, dan pemasaran destinasi pariwisata.
- 7) *Human resources*, kompetensi sumber daya manusia pelayanan dan pembinaan kepariwisataan menjadi kunci penting pelaksanaan berbagai faktor pembentuk keunggulan kompetitif.

**f. Tujuan pembangunan pariwisata<sup>25</sup>**

- 1) Persatuan dan kesatuan bangsa, dengan banyaknya warga negara yang melakukan kunjungan wisata di wilayah-wilayah selain tempat tinggalnya, akan timbul rasa persaudaraan dan pengertian

---

<sup>25</sup> *Ibid*, Hlm. 70-72

terhadap sistem dan filosofil kehidupan masyarakat yang dikunjungi sehingga akan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan nasional.

- 2) Penghapusan kemiskinan, kunjungan wisatawan ke suatu darha seharusnya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pariwisata akan mampu memberikan andil besar dalam penghapusan kemiskinan di berbagai daerah yang miskin potensi ekonomi lain selain potensi alam dan budaya bagi kepentingan pariwisata.
- 3) Pembangunan berkesinambungan, kegiatan pariwisata yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan keramah tamahan pelayanan, sedikit sekali sumber daya yang habis digunakan untuk menyongkong kegiatan ini.
- 4) Pelestarian budaya
- 5) Pemenuhan hidup dan hak asasi manusia
- 6) Peningkatan ekonomi dan industry, pengelolaan kepariwisataan yang aik dan berkelanjutan seharusnya mampu memberikan kesempatan bagi tumbuhnya ekonomi disuatu destinasi pariwisata. Penggunaan bahan dan produk lojal dalam proses pelayanan dibidang pariwisata akan memberikan kesempatan pada industry lokal untuk berperan dalam penyediaan barang dan jasa

- 7) Pengembangan teknologi, dengan semakin kompleks dan tingginya tingkat persaingan dalam mendatangkan wisatawan ke suatu destinasi, kebutuhan akan teknologi tinggi, khususnya teknologi industri, akan mendorong destinasi pariwisata mengembangkan kemampuan penerapan teknologi terkini mereka.

#### **g. Daerah tujuan wisata**

Daerah tujuan wisata atau yang sekarang ini disebut dengan destinasi wisata, merupakan daerah yang memiliki obyek-obyek wisata yang didukung prasarana pariwisata dan masyarakat, daerah yang berdasarkan kesiapan prasarana dan sarana dinyatakan siap menerima kunjungan wisatawan. Untuk menjadi daerah tujuan wisata tentu banyak hal yang perlu disiapkan pemerintah daerah antara lain:

- 1) Melakukan investasi obyek dan daya tarik wisata di daerahnya yang dapat dijadikan sasaran kunjungan wisata
- 2) Menyiapkan jalan-jalan menuju obyek dan daya tarik wisata
- 3) Menyiapkan masyarakat untuk menerima wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) dengan menampilkan keramahan, rasa aman, rasa nyaman, dan bersahabat.<sup>26</sup>

#### **h. Peningkatan SDM Bidang Kepariwisata**

Sebagai penyelenggara kegiatan kepariwisataan, peranan sumber daya manusia sangatlah penting. Dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi, maka kegiatan-kegiatan

---

<sup>26</sup> Manahati Zebua, *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah (Yogyakarta: Deepublish, 2016)*Hlm 15-16

kepariwisataan dapat menghasilkan pelayanan yang professional. Untuk itu perlu ditempuh kebijaka-kebijakan sebagai berikut:

a) Mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan

Untuk mendapatkan sumber daya manusia yang mampu memberikan pelayanan secara professional di bidang pariwisata, perlu dikembangkan model pendidikan dan pelatiha-pelatihan dengan memberikan fasilitas fisisk dan non-fisik.

b) Mengembangkan kerjasama internasional

Kerjasama dalam memberikan pendidikan dan pelatihan secara internasional, dapat dimulai dengan kerjasama antar negara-negara ASEAN. Hal ini dimaksudkan meningkatkan profesionalnya pemandu dan penyedia wisata, dengan caramerasakan secara langsung pemberian layanan pariwisata.

## C. Konsep Pariwisata

### a. Pengertian Wisata

Wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> Prof. Dr. I Gusti Arjana, M.S., “*Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, edisi 1, cetakan 2, 2016), Hlm 6-7

Wisatawan secara umum dapat diartikan sebagai orang yang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke tempat yang didatanginya bukan untuk menetap. Wisatawan merupakan semaua orang yang memenuhi syarat yaitu meninggalkan rumah kediaman mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan sementara mengeluarkan uang di tempat mereka kunjungitanpa dengan maksdu tidak mencari nafkah ditempat tersebut (Nyoman S Pendit, 1980:32)<sup>28</sup>

Pariwisata berarti keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggalnya, ke suatu ataua beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang didorong oleh keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah tetap<sup>29</sup>.

Jadi yang dimaksud dengan pariwisata adalah kegiatan wisata yang dilakukan oleh orang maupun kelompok untuk mendapatkan kesenangan.

#### **b. Produk wisata**

Produk wisata merupakan berbagai jasa dimana satu dengan lainnya saling terkait dan dihasilkan oleh berbagai perusahaan pariwisata. Produk wisata sebenarnya bukan saja merupakan produk yang nyata, akan tetapi merupakan rangkaian produk yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, namun juga bersifat sosial, psikologis dan alam. Sebagai produk yang kompleks, produk

---

<sup>28</sup> *Ibid, Hlm 23*

<sup>29</sup> Raharjo Adisasmita, *Pembangunan Kawasan Dan Tata Ruang...*, Hlm. 12

wisata berbeda dari jenis produk dan jasa yang dihasilkan oleh industri lainya, terutama industri manufaktur. Pemahaman yang memadai menyangkut ciri-ciri produk wisata akan dapat memberikan pemahaman yang baik terhadap perencanaan, pengembangan, pengelolaan, dan pemasaran kepariwisataan. Adapun ciri-ciri utama produk wisata adalah<sup>30</sup>:

- 1) Tidak dapat disimpan
- 2) Tidak dapat dipindahkan
- 3) Produksi dan proses konsumsi terjadi atau berlangsung bersamaan
- 4) Tidak ada standart ukuran yang pasti atau objektif
- 5) Pelanggan tidak dapat mencicipi produk itu sebelumnya
- 6) Pengelolaan produk wisata mengandung resiko besar

### **c. Ciri-ciri Wisata**

Melakukan perjalanan merupakan kegiatan yang sering dilakukan seseorang untuk berpergian ke daerah atau tempat yang ingin didatangi. Perjalanan wisata merupakan kegiatan yang di sukai oleh semua orang. Menurut Oka A Yoeti (1996: 118) menjelaskan bahwa ciri-ciri wisatawan adalah sebagai berikut:

- a. Perjalanan itu di lakukan untuk sementara waktu
- b. Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainya
- c. Perjalanan itu walaupun apa bentuknya harus selalu berkaitan dengan pertamasyaan atau rekreasi

---

<sup>30</sup> Muljadi, *Kepariwisataan Dan Perjalanan...*, Hlm. 47-49

- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah dari tempat yang dikunjunginya dan semata-mata hanya menjadi konsumen di tempat tersebut.<sup>31</sup>

#### **d. Sarana dan prasarana wisata**

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya.

Prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti listrik, air, telekomunikasi dll.

Sarana pariwisata merupakan fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Maju mundurnya sarana pariwisata tergantung pada jumlah kunjungan wisatawan. Sarana prasarana meliputi:

- 1) Usaha penyediaan akomodasi, adalah suatu sarana yang menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makanan dan minuman serta jasa lainnya. Usaha ini meliputi usaha hotel, usaha pondokwisata, usaha bumi perkemahan.
- 2) Usaha penyediaan makana dan minuman, usaha ini meliputi restoran, dan usaha jasa boga.

---

<sup>31</sup> *Ibid*, Hlm 17



- 3) Usaha penyediaan angkutan wisata, kegiatan usaha penyediaan angkutan wisata meliputi penyediaan sarana angkutan wisata yang baik dan aman.
- 4) Usaha sarana wisata tirta, kegiatan ini meliputi pelayanan kegiatan rekreasi menyelam untuk menikmati keindahan flora dan fauna, di bawah air laut: penyediaan sarana untuk rekreasi di pantai, perairan laut, sungai, danau dan waduk, dan pembangunan dan penyediaan sarana tempat kapal pesiar untuk kegiatan wisata dan pelayanan jasa lain yang berkaitan dengan kegiatan marina.
- 5) Usaha kawasan pariwisata, adalah setiap usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan prasarana dan sarana untuk pengembangan wisata.

Prasarana pariwisata merupakan semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan. Termasuk prasarana pariwisata meliputi:

- a) Prasarana perhubungan, meliputi: jalan raya, jembatan dan terminal bus, rel kereta api dan stasiun, pelabuhan udara (airport) dan pelabuhan laut (sea port/harbor)
- b) Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih
- c) Instalasi penyulingan bahan bakar minyak
- d) Sistem pengairan atau irigasi untuk kepentingan pertanian, peternakan dan perkebunan

- e) Sistem perbankan dan moneter
- f) Sistem telekomunikasi seperti telepon, pos, telegraf, faksimili, telex, email dll
- g) Prasarana kesehatan seperti rumah sakit dan pusat kesehatan masyarakat
- h) Prasarana, keamanan, pendidikan dan hiburan

**e. Ruang lingkup industri pariwisata**

Ruang lingkup industri pariwisata menyangkut berbagai sektor ekonomi. Adapaun aspek-aspek yang tercakup dalam industry pariwisata antara lain:

- 1) Restoran
- 2) Penginapan
- 3) Pelayanan Perjalanan
- 4) Transportasi
- 5) Pengembangan Daerah Tujuan Wisata
- 6) Fasilitas Rekreasi
- 7) Atraksi Wisata

**f. Aspek-aspek ekonomi industry pariwisata**

- a. Membuka lapangan kerja atau dapat memperkecil pengangguran

Pariwisata memerlukan tenaga untuk keperluan pemberian jasa perorangan, seperti pramuwisata, instruktur, misalnya untuk main ski, pramunia, pengangkut barang, sopir dan sebagainya.

Ini semua membuat tenaga kerja yang diperlukan di bidang pariwisata menurut perbandingan lebih banyak daripada di bidang usaha-usaha lain.<sup>32</sup>

- b. Meningkatkan kesejahteraan
- c. Meningkatkan pendapatan nasional
- d. Memberi efek multiplier dalam perekonomian setempat
- e. Pemicu investasi modal

Secara umum investasi modal dalam industry pariwisata terdiri dari tiga jenis, yaitu: investasi perorangan, oleh sektor public dan oleh sektor swasta. Investasi perorangan cenderung terkait dengan pondok wisata, investasi modal oleh sektor public cenderung terkait dengan kontruksi Bandar udara, pelabuhan, jalan, jalan raya dan balai siding. Sementara investasi modal oleh sektor swasta (dunia usaha) cenderung mencakup pesawat terbang, hotel dan kawasan pariwisata, armada kendaraan, kapal dan bisa angkutan<sup>33</sup>.

- f. Meningkatkan penerimaan pajak dan redistribusi daerah

Industri pariwisata, seperti halnya dengan industry lainnya, membayar empat jenis pajak utama: pajak tidak langsung (pajak penjualan, *transient tax* atas akomodasi), pajak perusahaan berlandaskan laba, dan pajak atas *real properties*.

- g. Melibatkan peran pemerintah

---

<sup>32</sup> R.G. Soekadijo, *Anaomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai "systemiclinkage"*. Hlm 274-275

<sup>33</sup> Oka A Yoeti, *Industri Pariwisata Dan Peluang Kesempatan Kerja...*, Hlm. 22-23

Pembelanjaan pemerintah yang jatuh pada criteria industry pariwisata cukup beragam dan mencakup kategori-kategori seperti halnya manajemen jalan raya dan administrasi penerbangan, pelayanan imigrasi dan pabean, pengelolaan pertamanan, manajemen balai sidang, pemasaran dan promosi. Penerimaan seperti halnya dari penjualan tiket masuk ke taman-taman wisata tingkat provinsi/nasional, yang daya tarik langsung dari para wisatawan merupakan faktor pengurang dari angka-angka dalam laporan ini.

Jadi tujuan utama mengembangkan industry pariwisata pada suatu negara, adalah untuk menggali dan meningkatkan nilai-nilai ekonomi sebagai akibat adanya orang-orang melakukan perjalanan wisata di negara tersebut.

#### **g) Pariwisata Menurut Ekonomi Islam**

Pariwisata dalam Islam adalah safar untuk merenungi keindahan ciptaan Allah SWT, menikmati indahnya alam sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup. Dalam konsep Islam perjalanan manusia dengan maksud dan keperluan tertentu dipertemukan bumi (berpariwisata), harus diiringi dengan keharusan

untuk memperhatikan dan mengambil pelajaran dari hasil pengamatan dalam perjalanannya.<sup>34</sup>

Sementara itu, dalam kaitanya dengan nilai-nilai ideal dari kepariwisataan bagi Islam adalah bagaimana umatnya mengambil *I'tibar* atau pelajaran dari hasil pengamatan dalam perjalanan yang dilakukan dan tujuan manusia sebagai khalifah dimuka bumi untuk menjaga dunia dari kerusakan seperti di isyaratkan dalam Q.S Al-Baqarah 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةًۗۙ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِىْهَا مَنْ يُّفْسِدُ فِىْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَۗۙ قَالَ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ (30)

Artinya : *“Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat : sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi.” Mereka berkata: “Mengapa Engkau hendak menjadikan(Khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: “ Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” Q.S Al-Baqarah ayat 30)*<sup>35</sup>

Menurut ayat diatas, perjalanan manusia dengan maksud dan keperluan tertentu dipermukaan bumi harus selalu diiringi dengan kehati-hatian karena manusia sesungguhnya diutus oleh Allah SWT sebagai

---

<sup>34</sup> Aisyah Oktarani, *Pengaruh Tingkat Hunian Hotel dan Jumlah Obyek Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lampung dalam Prespektif Ekonomi Islam*, (Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2016), hlm.36

<sup>35</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung:syamil Cipta Media, 2005) hlm 6

Khalifah dimuka bumi, tetapi banyak kerusakan yang dilakukan oleh manusia, seperti yang dijelaskan didalam Al-Qur'an, yaitu dalam Q.S Ar-Rum ayat 41:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ  
يَرْجِعُونَ(41)

Artinya: “Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)”.<sup>36</sup>

Islam pada dasarnya membahas hubungan terhadap tiga pokok: Tuhan, Alam, dan Manusia atau Teologi, Kosmologi, Antropologi. Oleh karena itu, agama meliputi segala hal atau kaffah, memberikan pertimbangan terhadap aktivitas hidup dunia modern yang tidak bisa terlepas dari tiga pokok tersebut, termasuk dalam hal kepariwisataan.

Dalam kajian Islam, wisata dapat dikelompokan dalam dua aspek yaitu:

#### 1. Wisata Rohani

Wisata rohani merupakan suatu perjalanan kesuatu tempat yang dilakukan untuk sementara waktu dengan tujuan mencari kepuasan

---

<sup>36</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2013, hlm. 408

sekaligus pendekatan diri kepada sang pencipta. Contoh wisata rohani adalah masjid yang dijadikan obyek wisata rohani.

## 2. Wisata Jasmani

Wisata jasmani adalah dapat berupa menyaksikan keajaiban fenomena alam dan pengaturan yang sangat tepat dan serasi yang meliputi semuanya, manusia bisa mengungkap keagungan, kebesaran, kebijaksanaan dan pengetahuan sang pencipta. Kemudian dia akan merasa takjub dan terpesona, memuji dengan pujian yang paling dalam.

Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapat kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT. Didalam berwisata merupakan bertemunya manusia satu dengan manusia lainnya untuk bersosialisasi dan bersilaturahmi, dan juga dalam wisata di temoat tertentu adanya kultur budaya di masing-masing tempat dan manusia bisa menghargai satu sama lain sebagai seorang khalifah di muka bumi. Seperti yang dijelaskan di dalam Al-Qur'an yaitu di dalam Q.S Hujurat ayat 12 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ (12)

*Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang”*

Dijelaskan didalam ayat diatas manusia adalah makhluk sosial untuk saling bersosialisasi dan membantu sesama manusia walaupun berbeda-beda satu sama lainnya. Wisatawan muslim merupakan segmen baru yang sedang berkembang dengan pesat dalam industri pariwisata. Menjelajahi dunia seperti wisatawan lain dengan tidak mengorbankan kebutuhan dasar mereka berupa pemenuhan kebutuhan makanan halal dan kemudian pelaksanaan ibdahanya berupa shalat. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan Pariwisata Syariah merupakan keseluruhan kegiatan wisata tersebut, akan tetapi tanpa meninggalkan syariah Islam. Jadi secara umum pariwisata syariah dan pariwisata konvensional tidak beda, hanya kebutuhan terhadap paket wisata, akomodasi, makanan dan minuman dalam menjalankan nilai-nilai Islam.



Terdapat beberapa faktor standar pengukuran pariwisata berbasis syariah dari segi administrasi dan pengelolaan untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi karakteristik tersendiri yaitu:

- a) Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan
- b) Pemandu dan staff harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip islam
- c) Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip islam
- d) Rumah makan harus mengikuti standar internasional pelayanan halal
- e) Layanan transportasi harus memiliki kenyamanan sistem proteksi
- f) Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan
- g) Tempat wisata tidak bertentangan dengan prinsip islam

#### **D. Pendapatan Asli Daerah**

##### **a. Pengertian**

Berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, yang tertuang dalam pasal 1 butir 13 Undang-undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang keuangan Negara Pendapatan Asli Daerah adalah hak pemerintah daerah akan diakui sebagai penambahan nilai kekayaan

yang bersih<sup>37</sup>. Pasal 1 butir 15 Undang-undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah yang dimaksud dengan Pendapatan Daerah adalah semua hak kekayaan yang diakui sebagaimana penambahan nilai kekayaan bersih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan<sup>38</sup>.

Dalam sistem atau bentuk perekonomian khususnya perekonomian daerah, peran pemerintah daerah mutlak diperlukan tidak hanya sebagai penyedia akan jasa dan barang public melainkan juga memelihara kestabilan ekonomi, mempercepat pertumbuhan ekonomi, serta memperbaiki distribusi pendapatan di wilayah-wilayah daerahnya. Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan perundang-undangan. Sampai saat ini yang termasuk Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang berasal dari daerah itu sendiri dan di dapat melalui pajak daerah, restribusi daerah, BUMD, dan hasil kerjasama dengan pihak ketiga.

#### **b. Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah**

Menurut Undang-Undang No.32 Tahun 2004, tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang No.33 Tahun 2004, tentang perimbangan keuangan antara Pemeritah Pusat dan Pemerintah Daerah, sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri dari:

---

<sup>37</sup> *Undang-undang Republik Indoensia No 17 Tahun 2003 Pasal 1 Butir 13 Tentang Keuangan Negara*

<sup>38</sup> *Undang-undang Republik Indoensia No 23 Tahun 2004 Pasal 3 Butir 15 Tentang Pemerintah Daerah*

a. Hasil Pajak Daerah

Pajak daerah adalah pungutan daerah menurut peraturan daerah yang dipergunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah sebagai badan hukum public<sup>39</sup>. Ciri-ciri yang menyertai pajak daerah meliputi:

1. Pajak daerah berasal dari Pajak Negara yang dipisahkan oleh daerah sebagai pajak daerah
2. Penyerahan pajak daerah dilakukan berdasarkan peraturan daerah
3. Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan undang-undang dan peraturan hukum yang berlaku lainnya.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 pajak kabupaten/kota dibagi menjadi beberapa sebagai berikut:

1) Pajak hotel

Merupakan pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Sedangkan yang dimaksud hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, wisman pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> Andriansutedy, *Hukum Pajak Dan Restribusi Daerah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008) Hlm.6

<sup>40</sup> Marihot Pahal Siahaan, *Pajak Daerah & Restribusi Daerah (Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010) Hlm. 299-303

## 2) Pajak Restoran

Yaitu pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Sedangkan yang dimaksud dengan restoran yaitu fasilitas penyedia makanan dan minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, dan sejenisnya<sup>41</sup>.

## 3) Pajak Hiburan

Yaitu pajak atas penyelenggaraan hiburan. Sedangkan yang dimaksud hiburan adalah semua jenis tontonan, pertunjukan, permainan dan keramaian yang dinikmati dengan dipungut bayaran.

## 4) Pajak Reklame

Yaitu pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang berbentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar dan dinikmati oleh umum.

## 5) Pajak Penerangan Parkir

Yaitu pajak penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha

---

<sup>41</sup> *Ibid*, Hlm 327

maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor<sup>42</sup>.

b. Hasil Restribusi Daerah

Menurut UU No.34 Tahun 2000, restribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Restribusi daerah dibagi tiga golongan yaitu:

1. Restribusi Jasa Umum, yang merupakan pungutan yang dikenakan oleh daerah kepada masyarakat atas pelayanan yang diberikan.
2. Restribusi Jasa Usaha, yang merupakan pungutan yang dikenakan oleh daerah berkaitan dengan penyediaan layanan yang belum memadai disediakan oleh swasta dan atau penyewaan asset/kekayaan daerah yang belum dimanfaatkan misalnya: restribusi pasar grosir, terminal, rumah potong hewan dan- lain-lain.
3. Restribusi Perijinan tertentu adalah kegiatan tertentu Pemerintah Daerah dalam rangka pemberian ijin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan atas kegiatan pemanfaatan ruang, penggunaan sumber daya alam, barang,

---

<sup>42</sup> *Ibid*, Hlm. 469

sarana, prasarana, atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan. Perijinan tersebut termasuk kewenangan pemerintah yang diserahkan kepada Daerah dalam rangka asas desentralisasi (Pasal 18 ayat (2) UU No.34 Tahun 2000)

Dari ketiga penggolongan retribusi tersebut diatas, obyek wisata Pantai Prigi termasuk pungutan retribusi jasa yang pengelolaannya dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

c. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Adalah bagian keuntungan atau laba bersih dari perusahaan daerah atau badan lain yang merupakan BUMD sedang perusahaan daerah ialah perusahaan yang modalnya sebagian atau seluruhnya merupakan kekayaan daerah yang dipisahkan.

d. Lain-lain usaha daerah yang sah

Sumber pendapatan daerah lainnya adalah Dinas-dinas Daerah serta pendapatan-pendapatan lainnya yang diperoleh secara sah oleh pemerintah daerah (Situmorang, 1993:221). Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah selain pajak, retribusi dan perusahaan daerah maka daerah berhak mendapatkan sumber daerah itu sendiri. Lain-lain usaha daerah yang sah merupakan usaha daerah (bukan usaha perusahaan daerah) dapat dilakukan oleh suatu aparat Pemerintah Daerah (dinas) yang dalam kegiatannya menghasilkan

suatu barang atau jasa yang dapat dipergunakan oleh masyarakat dengan ganti rugi (Yuningsih, 2005:34)

### **c. Dasar Hukum Pendapatan Asli Daerah**

Dasar hukum Pendapatan Asli Daerah terdapat dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah<sup>43</sup>.

Pengertian Pendapatan Asli Daerah terdapat Pasal 1 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, yaitu pendapatan asli daerah yang selanjutnya disebut PAD adalah pendapatn yang diperoleh oleh daerah yang dipungut sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

### **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Astarian Cleosa Damayanti, Arwi Yudhi Koswara dengan judul Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Karanggongso dan Pantai Prigi di Kabupaten Treggalek. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan rasionalistik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik komponen pariwisata dikawasan wisata Pantai Karanggongso dan Pantai Prigi di Kabupaten Trenggalek dan juga menentukan faktor-faktor penentu

---

<sup>43</sup> *Undang-undang Republik Indoensia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah*

pengembangan kawasan wisata Pantai Karanggongso dan Pantai Prigi. Metode analisis yang digunakan pada tahap pertama adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis Delphi dengan menyebar kuisisioner ke beberapa *stakeholder*. Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa pengembangan kawasan wisata Pantai Karanggongso dan Pantai Prigi di Kabupaten Trenggalek melalui beberapa sasaran, yang pertama adalah dengan menganalisis karakteristik komponen pariwisata dengan menggunakan analisis deskriptif. Antara pantai Karanggongso dan Pantai Prigi memiliki perbedaan pada jenis atraksi yang ditawarkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tegar Mahardika Dewitasari dengan judul Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Sektor Pariwisata di Kabupaten Banjarnegara. Metode analisis data yang digunakan adalah yuridis normative kualitatif<sup>44</sup>. Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa dalam upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah melalui sektor pariwisata faktor penghambat proses pengembangan adalah kurangnya sumber daya manusia yang baik yang dimiliki, kondisi infrastruktur yang belum memadai serta minimnya anggaran yang ada.

Penelitian yang dilakukan oleh Nining Yuningsih dengan judul Peningkatan Asli Pendapatan Daerah (PAD) Melalui Pengembangan Potensi Obyek Wisata Pantai Pangandaran Di Kabupaten Ciamis Jawa Barat. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif yang

---

<sup>44</sup> Tegar Mahardika Dewitasari Dkk, *Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Sektor Pariwisata Di Kabupaten Banjarnegara*, Diponegoro Law Review, Volume 3, Nomor 2, 2014



bersifat deskriptif<sup>45</sup>. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa pengembangan obyek wisata memberikan sumbangsih kepada pendapatan asli daerah meskipun pendapatan dari obyek wisata relative kecil dalam meningkatkan pendapatan asli daerah.

Penelitian Anselmus simpuru dengan judul Strategi Dinas Pariwisata dalam mengembangkan Obyek wisata Untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif<sup>46</sup>. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa aspek-aspek yang mendukung program pengembangan di Daerah Kepulauan Talaud adalah keberagaman atraksi dan potensi wisata, sifat keterbukaan dan keamanan yang relative terjamin serta minat yang besar dari masyarakat terutama sektor swasta dalam mengembangkan pariwisata.

Penelitian Febrianti Dwi Cahya Nurhadi, Mardiyono, Stefanus Pani Rengu, dengan judul Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif<sup>47</sup>. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa Kabupaten Mojokerto memiliki beberapa obyek wisata namun belum adanya aturan hukum atau Peraturan Daerah (PERDA) yang mengatur khusus tentang strategi pengembangan sektor pariwisata di daerah

---

<sup>45</sup> Nining Yuningsih, *Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (pad) Melalui Pengembangan Potensi Obyek Wisata Pntai Pengandaran Di Kabupaten Ciamis Jawa Barat.*

<sup>46</sup> Anselmus Simpuru, *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Obyek Wisata Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.*

<sup>47</sup> Febrianti Dwi Cahya Nurhadi Dkk, *Strategi Pengembangan Priwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah.* Jurnal Administrasi Publik (Jap), Vol. 2, No. 2, Hlm. 325-331

Kabupaten Mojokerto, dengan menggunakan strategi pengembangan obyek wisata, promosi wisata dan pembinaan usaha wisata.

Penelitian Susilowati, Mappamiring dan Said<sup>48</sup> dengan judul *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Bira sebagai Sumber Unggulan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bulukumba*. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pengembangan pariwisata Pantai Bira sudah cukup baik, dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu SDM, Promosi Kepariwisata, Fasilitas Pelayanan, Sarana dan Prasarana dan lingkungan masih belum maksimal dikarenakan fasilitas wahana hiburan dan jalan yang masih belum memadai, serta lingkungan kurang bersih.

Penelitian Nurfadilah<sup>49</sup>, dengan judul *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran*, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan ada empat faktor yang menjadi dasar dalam penentuan strategi pengembangan pariwisata di Pantai Pangandaran. Keempat faktor tersebut adalah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan keterlibatan masyarakat sebagai pelaku usaha pariwisata dalam kegiatan masyarakat.

---

<sup>48</sup> Susilowati, dkk, *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Bira sebagai Sumber Unggulan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bulukumba* “ *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.2 No. 3

<sup>49</sup> Khairunisa Afsari Nurfadilah, *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran*, (Lampung: Universitas Lampung, 2017)

Penelitian Muhammad Arif<sup>50</sup>, dengan judul Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Sumedang di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan permasalahan pengembangan pariwisata pantai sumedang yaitu kurang terawatnya fasilitas umum, belum tersedianya sarana dan prasarana obyek wisata, tidak tersedianya akomodasi dan transportasi khusus menuju obyek wisatadan masyarakat yang belum sadar wisata.

Penelitian Ratna Diah Palupi<sup>51</sup>, dengan judul Strategi Pengembangan Wisata Bahari Desa Namu Guna Mendukung Perekonomian Masyarakat Sadar Wisata. Metode yang digunakan adalah teknik sampling melalui wawancara dan penyebaran kuisioner dengan jumlah contoh 70 responden. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan berdasarkan *internal factor analysis* (IFAS), faktor internal yang menjadi kekuatan Desa Namu adalah keindahan paronama desa alami yang disertai pemandangan laut sekaligus air terjun merupakan kekuatan utama desa namu sebagai tujuan wisata. Kelemahan terbesar adalah ketidakpastian warga secara ekonomi sehingga wisata namu kurang menggerakkan perekonomian masyarakat.

---

<sup>50</sup>Muhammad Arif, *Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan*, *ejurnal.stikip-pessel.ac.id*

<sup>51</sup> Ratna Diah Palupi, *Strategi Pengembangan Wisata Bahari Desa Namu Guna Mendukung Perekonomian Maysarakat Sadar Wisata*, *journal managemen IKM*, Vol 14 No 1