

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

2.1 Pengertian Strategi Pengembangan

David (2009:18) mengatakan bahwa strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Rangkuti (2016:2) juga menyatakan bahwa strategi adalah kegiatan perusahaan mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan – kekuatan eksternal suatu pasar.

Strategi sebagaimana dijelaskan oleh Salosu dan Young dalam Asriandy (2016:10) adalah seni memanfaatkan kekuatan dan sumber daya organisasi secara maksimal untuk mencapai tujuannya dalam keadaan optimal.

Lingkungan Internal menurut David (2009:178) adalah faktor di dalam organisasi yang mencerminkan kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam organisasi, meliputi Manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelian pengembangan, dan sistem informasi manajemen. Sedangkan Lingkungan Eksternal (David, 2009:120), lingkungan yang berada di luar kendali perusahaan yang terbagi atas lima kategori: Faktor Ekonomi (perekonomian suatu negara dapat mempengaruhi kondisi perusahaan), Faktor Sosial, Demografis, Budaya, dan lingkungan (membentuk cara hidup seseorang, tingkat produktifitas, dan pola konsumsi masyarakat), Faktor politik, pemerintahan, dan hukum (mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan karena berkaitan langsung dengan regulasi pemerintah), Faktor Teknologi (perkembangan teknologi yang cepat dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan), dan Faktor Kompetitif (lingkungan dimana perusahaan yang bergerak pada sektor tertentu saling bersaing).

Strategi selalu berkaitan dengan tiga cara meliputi: Tujuan yang telah ditetapkan, sasaran yang ingin dicapai dan cara yang akan diambil untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan (Primadany, 2013:135)

Pengertian pengembangan oleh Winardi (2013:114-115) adalah proses, cara, perbuatan menjadikan maju atau pembangunan secara bertahap, teratur dan berkelanjutan, yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki. Pengembangan juga dapat dinilai sebagai respon terhadap perubahan yang selalu terjadi dari waktu ke waktu.

Paturusi dalam Nainggolan dan Kampana (2015:46) mengungkapkan bahwa pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta

mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah. Sedangkan menurut Sunyoto (2015:146 - 147) secara definisi pengertian pengembangan atau development adalah sebagai penyiapan individu untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau yang lebih tinggi didalam organisasi.

Dari pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya untuk menciptakan mutu yang lebih baik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan pariwisata adalah dengan meningkatkan sarana dan prasarana di tempat wisata tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan merupakan suatu rangkaian aktivitas pengambilan keputusan untuk upaya kemajuan ke arah yang lebih baik secara bertahap, terencana, teratur dan berkelanjutan, yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa: Strategi dalam pengembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Pada perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata (Marpaung 2002:19).

Konsep pengembangan tersebut, dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah dan daya tarik wisata lain sesuai dengan potensi yang dimiliki.

2.2 Pengertian Pariwisata

Menurut Pitana (2014:2), pariwisata adalah suatu fenomena yang menunjukkan adanya perpindahan orang dari tempat tinggalnya ke tempat lain (baik di dalam negeri maupun ke luar negeri) untuk melakukan kegiatan rekreasi, liburan, bisnis, keagamaan, kebudayaan, olahraga, kesehatan, edukasi, atau kunjungan kerja.

Pengertian lain dikatakan oleh Murphy dalam Sedarmayanti (2014:4) pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen. Pariwisata berkembang karena ada gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahui, menjelajah wilayah baru, mencari perubahan suasana, dan untuk mendapat perjalanan baru (Robinson dan Murphy dalam Sedarmayanti 2014:2).

Menurut Yoeti (Primadani, 2013:136), pariwisata harus memenuhi empat kriteria di bawah ini, yaitu:

1. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman di mana orang itu biasanya tinggal.
2. Tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang, tanpa mencari nafkah di negara, kota atau dtw yang dikunjungi.
3. Uang yang dibelanjakan wisatawan tersebut dibawa dari negara asalnya, di mana dia bisa tinggal atau berdiam, dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan
4. Perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih.

2.3 Jenis-jenis Pariwisata

Jenis pariwisata dapat dibagi berdasarkan objek dan daya tariknya. Pendit menyatakan bahwa jenis pariwisata dapat dibagi menjadi 3 yaitu pariwisata alam, budaya, dan minat khusus. (Pendit dalam Pitaya dkk, 2019:34).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa, Pariwisata adalah suatu fenomena di mana orang melakukan perpindahan dari tempat tinggalnya ke tempat lain baik di dalam negeri maupun ke luar negeri untuk melakukan berbagai kegiatan seperti rekreasi, liburan, bisnis, keagamaan, kebudayaan, olahraga, kesehatan, edukasi, atau kunjungan kerja.

Menurut Pendit dalam Utama (2017:145) pariwisata juga dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wisata Budaya adalah perjalanan yang dijalani berdasar pada kemauan untuk memperkaya pandangan hidup seseorang dengan cara menjalani kunjungan ke suatu tempat lain demi mengetahui keadaan masyarakat

ke daerah itu, mengetahui kebiasaan atau adat istiadat, cara hidup. Serta mempelajari budaya dan keseniannya.

2. Wisata Bahari merupakan jenis wisata yang banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam dan lain sebagainya.
3. Wisata Cagar Budaya adalah wisata yang diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat seperti cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
4. Wisata Olahraga ialah wisata dengan melakukan ekspedisi yang tujuannya untuk berolahraga atau aktivitas aktif dalam pesta olahraga suatu tempat.
5. Wisata Komersial adalah perjalanan wisatawan untuk mengunjungi pameran dan pekan raya yang bersifat komersial
6. Wisata Industri merupakan perjalanan wisata yang dilakukan sekelompok wisatawan seperti mahasiswa atau pelajar ke suatu tempat industri guna penelitian
7. Wisata Kesehatan yaitu perjalanan wisata yang bertujuan untuk beristirahat secara jasmani dan rohani

Dapat ditarik kesimpulan berdasarkan jenis-jenis pariwisata menurut Pendit dalam Marsono (2018:7) pada objek dan daya tariknya pada minat-minat khusus yang telah dijabarkan, penelitian berupa Tradisi Midang masuk ke dalam Wisata Budaya.

2.4 Wisata Budaya

Menurut Pitana (2014:30) Budaya adalah suatu sistem nilai, norma, kepercayaan, dan praktik yang dianut oleh masyarakat dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya juga mencakup segala bentuk kegiatan kreatif manusia, seperti seni, musik, tarian, dan permainan. Unsur-unsur budaya menurut Koentjaraningrat (2022:786) yaitu: bahasa, pengetahuan, peralatan hidup dan teknologi, mata pencarian hidup, religi, kesenian, sosial.

Sunaryo (2013:26) mengatakan pariwisata budaya adalah jenis obyek daya tarik wisata (ODTW) yang berbasis pada hasil karya cipta manusia baik yang berupa peninggalan budaya maupun nilai budaya yang masih hidup sampai sekarang. Mappy dalam Asriady (2016:23) mengemukakan bahwa beberapa aspek yang termasuk dalam objek pariwisata budaya diantaranya, seperti: adanya upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, musik-musik tradisional, perkawinan, pakaian tradisional (pakaian adat), berbagai macam upacara (seperti turun ke sawah dan upacara panen), bangunan-bangunan bersejarah, cagar budaya, beberapa peninggalan tradisional, kain tradisional (seperti kain tenun), pemeran festival budaya dan

pertunjukan tradisional, hasil tekstil lokal, museum sejarah dan budaya, serta adat - istiadat lokal lainnya.

2.5 Daya Tarik Wisata

Menurut Yoeti dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2016:142) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Maryani dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2016:144) terdapat syarat yang dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik pada tujuan wisata yaitu: Daya tarik yang dapat dilihat, Aktivitas wisata yang dapat dilakukan, Sesuatu yang dapat dibeli, Alat Transportasi, dan Penginapan Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang akan berkunjung.

2.6 Minat Berkunjung Wisatawan

Menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019:16), minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi.

Kotler dan Keller (2014:4), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata.

Menurut Pitana (2014:85-88) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan adalah sebagai berikut:

1. Faktor Motivasi: wisatawan melakukan perjalanan karena berbagai alasan, termasuk keinginan akan pengalaman baru, rekreasi.
2. Faktor Aksesibilitas: Aksesibilitas atau keterjangkauan destinasi juga mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Destinasi yang mudah dijangkau dengan transportasi umum atau memiliki bandara yang baik akan lebih menarik bagi wisatawan.
3. Faktor Fasilitas: Fasilitas yang tersedia di destinasi juga mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Destinasi yang memiliki fasilitas akomodasi, makanan, dan atraksi wisata yang berkualitas akan lebih menarik bagi wisatawan.
4. Faktor Promosi: Promosi yang dilakukan oleh pemerintah atau industri pariwisata juga dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi.

5. Faktor Keamanan: Keamanan dan stabilitas politik juga mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Destinasi yang dianggap aman dan stabil akan lebih menarik bagi wisatawan.

Sehingga ditarik kesimpulan, minat berkunjung adalah sebuah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. karena itu, penting bagi pemerintah dan pelaku industri pariwisata untuk memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan minat berkunjung ke Ogan Komering Ilir.

2.7 Analisis SWOT

Berdasarkan pada teori Rangkuti (2016:4), analisis SWOT pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan merupakan situasi internal organisais yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani peluang dan ancaman. Dalam hal ini, pelestarian dan pengembangan wisata budaya, tradisi yang menarik, perhatian pemerintah terhadap pengembangan, dana yang tersedia dan sarana prasarana dapat memanfaatkan kekuatan ini.
2. Kelemahan adalah keadaan internal yang dianggap dapat menghambat sektor pariwisata. Dalam hal ini, wisata hanya berlangsung 2 hari, kurang keragaman, akses sulit dan macet menjadi hambatan yang perlu ditingkatkan.
3. Peluang ialah situasi eksternal yang menguntungkan. Dalam hal ini, wisata berdampak pad usaha masyarakat, kerjasama pemerintah dan *stakeholder* lainnya, informasi dapat dengan mudah diakses dan peluang penerapan teknologi. Apabila bisa hal tersebut dapat meningkatkan minat berkunjung
4. Ancaman merupakan kondisi yang mengancam dari luar apabila tidak segera ditangani. Dalam hal ini, generasi yang terbuka terhadap budaya luar dan terdapat tradisi sejenis. Harus diwarpadai dan diatasi agar tidak terpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan lainnya.

2.8 Penelitian Terdahulu

Taufiq., dkk (2013: 1-13) penelitian jurnal Strategi Pengembangan Pertunjukan Ludruk Jawa Timur Bagian Timur untuk Wisata Budaya Berbasis Seni Tradisi: Perbedaan penelitian terletak pada Objek penelitian yaitu budaya Midang di Kabupaten Ogan Komering dan pertunjukan ludruk Jawa Timur bagian timur, pada analisis data peneliti menggunakan SWOT

kualitatif-deskriptif sedangkan persamaan sama-sama membahas strategi pengembangan wisata budaya.

Sumar'in., dkk (2017: 1-14) dalam penelitiannya berjudul Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas: Perbedaan penelitian terletak pada tempat penelitian serta cara meneliti menggunakan metode campuran kualitatif kuantitatif sedangkan persamaan terletak pada fokus wisata budaya dan menggunakan SWOT untuk menganalisisnya.

Ariastini., dkk (2018: 425 - 431) dalam penelitiannya berjudul Strategi Pengembangan Mepantigan sebagai Atraksi Wisata Budaya dalam Mendukung Sport Tourism di Bali, Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitiannya sedangkan persamaan terletak pada fokus wisata budaya yang terfokus pada atraksi wisata budaya dan menggunakan SWOT untuk menganalisisnya.

Buditiawan & Harmono (2020: 37-49) dengan penelitiannya berjudul Strategi pengembangan destinasi pariwisata di Kabupaten Jember Perbedaan penelitian terletak pada tempat penelitian dan menganalisisnya dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif menggunakan IFAS, EFAS sedangkan persamaan terletak pada fokus wisata budaya yang terfokus pada atraksi wisata budaya dan strategi pengembangan destinasi pariwisata menggunakan SWOT untuk menganalisisnya.

Iin Choirunnisa (2021: 89-189) dalam penelitiannya berjudul Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung untuk perbedaannya terletak pada objek wisata yang diteliti dan pendekatannya sedangkan kesamaannya terletak pada penelitian yang membahas strategi pengembangan budaya.

Nugraha & Lema (2021: 61-74) dalam penelitian berjudul Development Strategy Of Matalefang Traditional Village As A Cultural Tourism Destination, perbedaaan terletak pada objek yang diteliti sedangkan persamaan terletak dari pendekatan yang sama-sama menggunakan

kualitatif-deskriptif dengan analisis SWOT juga meneliti strategi pengembangan.

Lestari & Tripalupi (2021: 328-339) dalam penelitiannya Analisis SWOT Potensi dan Daya Tarik Wisata Osing Kemiren Dalam Rangka Pengembangan Desa Adat Osing Kemiren Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi 2021, perbedaan terletak pada objek yang akan diteliti juga sama tujuannya untuk pengembangan sedangkan persamaannya adalah menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT.

Prima., dkk (2021:507-529) dalam penelitiannya berjudul Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Danau Laet Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Kualitatif dengan metode SWOT dan QSPM, perbedaannya terletak pada objek wisata yang diteliti sedangkan persamaan terletak pada metode analisis menggunakan kualitatif dengan analisis SWOT dan QSPM.

Hasil berbagai rangkuman penelitian terdahulu dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Taufiq dkk (2013)	Strategi Pengembangan Pertunjukan Ludruk Jawa Timur Bagian Timur untuk Wisata Budaya Berbasis Seni Tradisi	Deskriptif Kualitatif	Strategi yang didapatkan adalah menemukan keunikan dari actor/aktris, lakon, penggunaan bahasa dalam pertunjukan dan karakteristik masyarakat pendukung lalu kemudian menemukan strategi adaptasi grup ludruk dalam rangka menjaga eksistensinya dengan menyelipkan tampilan lain dan mampu membuka peluang serta memberikan kontribusi sosial-ekonomi bagi pemerintah maupun masyarakat tingkat lokal.

2.	Sumar'in., dkk (2017)	Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas	Studi kasus analisis SWOT pada pendekatan matriks	Hasil dari penelitian ini bahwa pengembangan ekonomi kreatif di kabupaten Sambas adalah meningkatkan kualitas manusia sumber daya khususnya industri kreatif berbasis budaya seperti kerajinan tenun yang muncul dari kelompok industri kecil dan menengah, dengan keunikan dan nilai jual.
3.	Ariastini dkk (2018)	Strategi Pengembangan Mepantigan sebagai Atraksi Wisata Budaya dalam Mendukung Sport Tourism di Bali	Deskriptif dengan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Menggunakan analisis deskriptif kualitatif IFAS dan EFAS	Hasil dari penelitian memakai strategi stabilitas tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi dari pengembangan atraksi budaya Mepantigan untuk mendukung wisata olahraga yang ada di Bali, dengan cara menekankan nilai-nilai budaya Bali, pemasaran dan peran pemerintah dan terakhir meningkatkan kenyamanan serta keamanan wisatawan.
4.	Buditiawan & Harmono (2020)	Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember	Kualitatif deskriptif menggunakan teknik analisis SWOT dan QSP	Hasil dari penelitian ada 3 cara, yaitu: pembinaan masyarakat di sekitar destinasi, peningkatan daya saing produk pariwisata melalui program pembiayaan mandiri, dan terakhir mengadakan event wisata yang terintegrasi dengan sektor lain.
5.	Iin Choirunnisa (2021)	Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus:	Deskriptif Kualitatif pendekatan literatur studi.	Penelitian itu melakukan strategi pengembangan pariwisata budaya dengan terus mempertahankan jati diri kawasan,

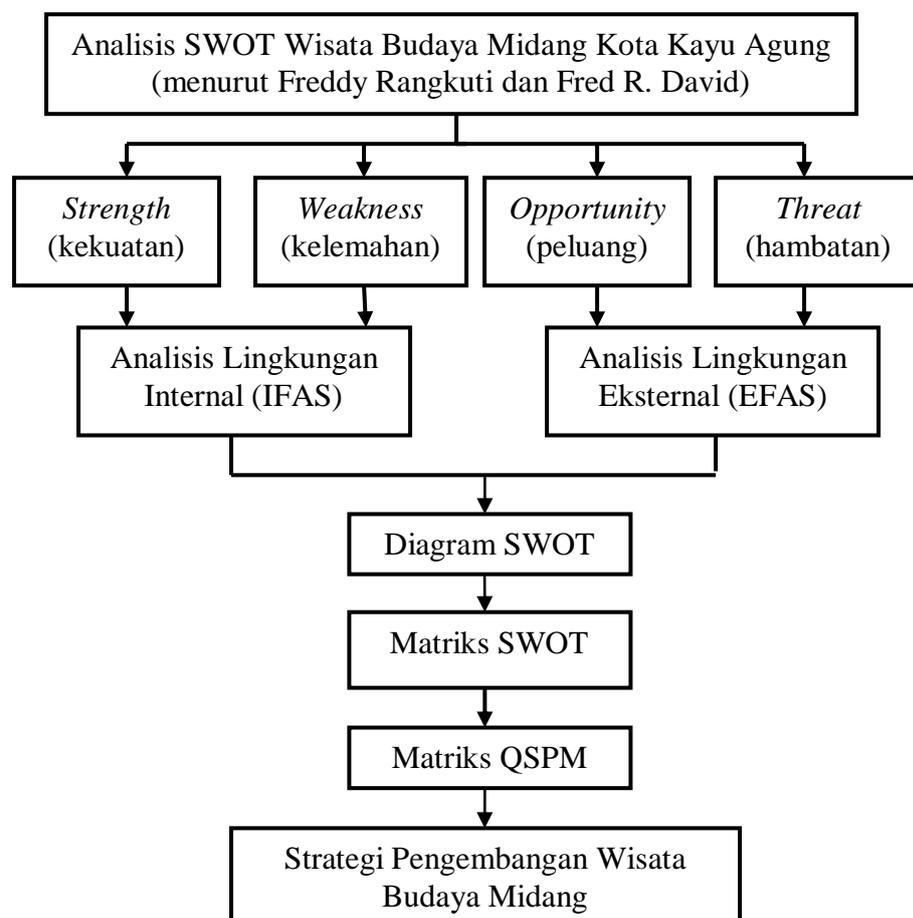
		Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung		memelihara bangunan bersejarah menjadi bangunan cagar budaya, melakukan peningkatan infrastruktur, peningkatan fasilitas penunjang pariwisata serta melibatkan masyarakat setempat.
6.	Nugraha & Lema (2021)	<i>Development Strategy Of Matalefang Traditional Village As A Cultural Tourism Destination</i>	Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan SWOT.	Penelitian ini berkesimpulan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan dengan cara menimbulkan kekayaan budaya yang menjadi modal kuat menjadi destinasi wisata berbasis budaya namun membutuhkan campur tangan dari berbagai pihak terutama dengan peningkatan pendidikan dan partisipasi sumber daya manusia lokal.
7.	Lestari & Tripalupi (2021)	Analisis SWOT Potensi dan Daya Tarik Wisata Osing Kemiren Dalam Rangka Pengembangan Desa Adat Osing Kemiren Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi 2021	Deskriptif Kualitatif dengan Analisis SWOT	Hasil penelitian didapat bahwa kekuatan obyek wisata Desa Adat Osing Kemiren yaitu, mempunyai potensi panorama desa yang masih asri, tersedianya event-event yang menarik, kebersihan, sarana dan prasarana yang baik dan keramahan masyarakat. Kelemahan yang dimiliki Desa Adat Osing Kemiren yaitu, kurang tersedianya air bersih dalam toilet, kurangnya sistem keamanan dan pengawasan, dan SDM yang masih rendah. Peluang yang dimiliki Desa Adat Osing

				<p>Kemiren yaitu, kelestarian dari budaya masyarakat sekitar, dengan membuka sebuah lapangan pekerjaan, lalu kebijakan pemerintah, ketersediaan informasi obyek wisata di internet dan media sosial. Ancaman yang dimiliki Desa Adat Osing Kemiren yaitu, banyaknya pesaing dan berkembangnya sarana dan fasilitas wisata pesaing. Dari diagram SWOT dapat terlihat hasil penelitian menunjukkan bahwa titik potong (2,38: 2,37) berada pada diagram 1. Sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan dalam strategi pengembangan obyek wisata Desa Adat Osing Kemiren adalah mendukung kebijakan (<i>Growth Oriented Strategy</i>).</p>
8.	Prima dkk (2021)	Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Danau Laet Menggunakan Metode SWOT dan QSPM	Kualitatif dengan metode SWOT dan QSPM	Hasil dari penelitian ini adalah strategi SO, memperkenalkan pada wisatawan baik lokal maupun asing dengan melakukan promosi yang dilakukan secara menarik dengan memperkenalkan keindahan objek wisata, atraksi-atraksi menarik dan informasi sarana prasarana yang tersedia di wisata danau Laet.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

2.9 Kerangka Berpikir

Menurut Hartati dan Nurdin (2019:125) mengatakan, kerangka berpikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan studi pustaka. Karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Sehingga dalam penelitian ini kerangka berpikir sebagai peta dari pemikiran dan ide – ide adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir

Sumber: Olahan Penulis berdasarkan teori Rangkuti dan David, 2023

Penelitian ini berjudul Strategi Pengembangan Wisata Budaya Midang dalam Menarik Minat Wisatawan ke Kabupaten Ogan Komering Ilir. Pada pembahannya akan menganalisis bagaimana wisata Midang Kota Kayu

Agung berdampak pada meningkatnya minat berkunjung wisatawan ke Kabupaten Ogan Komering Ilir berdasar pada konsep manajemen strategik. Teori ini akan dianalisis menggunakan SWOT dengan memanfaatkan pendekatan Freddy Rangkuti dan Fred R. David untuk menemukan *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Setelah menemukan 4 hal tadi, kemudian akan dibuat ke dalam bentuk kuesioner yang fungsinya adalah menganalisis IFAS dan EFAS untuk mendapatkan bobot dan rating. Selanjutnya hasilnya akan dimasukkan ke dalam diagram SWOT. Dari hal tersebut, dibuatlah Matriks SWOT untuk mendapatkan strategi dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman akan didapatkan empat set strategi. Terakhir, berdasarkan diagram akan diolah ke dalam matriks QSPM sehingga hasil akhirnya akan didapat strategi pengembangan dari wisata budaya Midang ini.

2.10 Argumentasi Utama

Midang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Ogan Komering Ilir. Argumentasi utama ini didasarkan pada fakta bahwa wisata budaya Midang memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata di daerah tersebut, dan pengembangan strategi yang tepat dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik wisata budaya Midang. Teori utama untuk mendukung penelitian ini adalah menurut pandangan Freddy Rangkuti dan Fred R. David yang digunakan untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan hingga menghasilkan suatu strategi pengembangan wisata budaya Midang dalam menarik minat berkunjung wisatawan ke Kabupaten Ogan Komering Ilir.

2.11 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan garis besar yang memuat cakupan yang akan digali dalam penelitian ini, tujuannya agar penelitian lebih terarah. Sehingga digunakan variabel dan indikator agar tidak timbul pembahasan

yang terlalu luas yang menyebabkan ketidaksesuaian dengan apa yang menjadi judul penelitian.

Berikut uraian variabel penelitian yang menjadi fokus dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 2.2
Fokus Penelitian

Sasaran	Variabel	Indikator	Deskripsi
Strategi pengembangan wisata budaya Midang dalam menarik minat berkunjung wisatawan ke Kabupaten Ogan Komering Ilir	Internal	<i>Strength</i> (kekuatan)	Sumber daya budaya
			Sarana/Prasarana
		Dan	Keuangan
			Sumber daya manusia
	Eksternal	<i>Opportunity</i> (peluang) dan <i>Threat</i> (hambatan)	Ekonomi
			Politik
			Sosial/ Budaya
			Daya Saing
			Perkembangan Teknologi

Sumber: Diolah oleh Peneliti berdasarkan teori Rangkuti dan David, 2023