

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pariwisata**

##### **2.1.1. Definisi Pariwisata**

Definisi pariwisata dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan juga tidak memiliki batasan-batasan yang pasti. Para ahli pariwisata banyak yang berpendapat definisi pariwisata dari berbagai sudut pandang, tetapi dari berbagai definisi tersebut mempunyai makna yang sama. Menurut Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2012) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing atau keseluruhan hubungan perjalanan itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Didalam kamus besar Indonesia, Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang/sekelompok orang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan tujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 Ayat 3 menyatakan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Sedangkan menurut Pitana dalam (Hanum, 2014:49) menyatakan bahwa definisi pariwisata yang dikemukakan mengandung beberapa unsur pokok, yaitu:

1. Adanya perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ketempat lain.
2. Adanya unsur tinggal sementara di tempat yang bukan tempat tinggal nya.
3. Tujuan utama atau pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari atau penghidupan pekerjaan ditempat yang akan dituju.

Dari penjelasan diatas tentang pariwisata dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang didukung dengan segala fasilitas sekaligus kegiatan wisata yang menguntungkan berbagai pihak baik wisatawan atau pengunjung, masyarakat dan pemerintah setempat. Namun dari beberapa definisi tersebut terlihat bahwa pariwisata akan memberikan keuntungan apabila dikelola secara maksimal baik oleh masyarakat setempat, pemerintah, pihak swasta dan juga wisatawan.

### **2.1.2. Jenis-Jenis Wisata**

Seorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata biasanya sekedar untuk *refreshing* dan untuk berjalan-jalan. Selain dari itu ada yang melakukan perjalanan wisata dengan kegiatan berupa urusan bisnis ke suatu daerah tertentu. Ada beberapa jenis pariwisata yang berdasarkan tujuan seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata.

Menurut Ismayanti dalam Pranata (2012:10) jenis wisata dibagi menjadi beberapa jenis yakni sebagai berikut:

1. Wisata Kuliner  
Wisata ini tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya.
2. Wisata Olahraga  
Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini dapat berupa kegiatan olahraga yang aktif mengharuskan wisatawan melakukan gerakan olah tubuh secara langsung. Kegiatan yang lain disebut kegiatan pasif.

Dimana wisatawan tidak melakukan gerak olah tubuh, tetapi menjadi penikmat dan menjadi pecinta olahraga saja.

3. Wisata komersial

Wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

4. Wisata bahari

Perjalanan yang banyak dikaitkan dengan dengan olahraga air seperti danau, pantai, air laut.

5. Wisata industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan mahasiswa atau pelajar, orang-orang awam ke suatu tempat perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan penelitian.

6. Wisata Bulan Madu

Suatu perjalanan yang dilakukan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

7. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata yang banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau cagar alam, Taman lindung, pegunungan, hutan daerah dan sebagainya, yang kelestariannya dilindungi oleh Undang-Undang.

Berdasarkan beberapa jenis wisata tersebut dapat berkembang dikemudian hari, seiring dengan berubahnya ketertarikan dan keinginan dari pengunjung atau wisatawan.

### 2.1.3. Pengertian Objek wisata

Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa:

*“segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan wisatawan daerah yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata”.*

Menurut Muljadi (2012:89) sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya objek daya tarik wisata yang kuat maka menjadi magnet untuk menarik para wisatawan. Pengembangan

kepariwisataan haruslah memiliki tiga aspek penting produk pariwisata, yaitu:

#### 1. Atraksi

Merupakan pusat dari industri pariwisata. Maksudnya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu.

Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah :

- a) Keindahan alam.
- b) Iklim dan cuaca.
- c) Kebudayaan.

#### 2. Amenitas

Merupakan berbagai fasilitas penunjang para wisatawan untuk berwisata ke suatu daerah tujuan wisata dengan kenyamanan dan kepuasan tersendiri. Hal tersebut antara lain lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan dan lain-lain.

#### 3. Aksesibilitas

Berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian suatu objek wisata. Serta unsur pendukung lainnya (pelaku industri pariwisata, masyarakat dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan wisatawan.

Menurut Ridwan (2012:5) mengatakan bahwa pengertian objek wisata merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas penulis memberikan batasan objek wisata adalah sesuatu yang dapat dinikmati, dirasakan dan dilihat oleh manusia sehingga menimbulkan perasaan puas dan kesenangan jasmani maupun rohani sebagai suatu hiburan.

## 2.2 Pengertian Ekowisata

Ekowisata merupakan suatu produk daya tarik penting bagi pariwisata Indonesia. Potensi dan ekowisata memiliki keragaman dan keunikan yang

beragam dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Potensi ekowisata tersebut banyak yang belum dimanfaatkan dan objek yang sedang dikembangkan juga belum di optimalkan. Hal ini menjadi tantangan dan sekaligus menjadi peluang untuk meningkatkan manfaat sumber daya pariwisata, terutama bagi daerah yang akan mengembangkan pariwisata.

Menurut Razak dalam (Salim, 2010) Ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu lingkungan baik alam yang alami maupun buatan dan budaya dengan tujuan untuk menjamin kelestarian alam, sosial dan budaya. Ekowisata mempunyai tiga hal utama yaitu keberlangsungan alam atau ekologi, memberikan manfaat ekonomi dan secara psikologi dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat. Kegiatan yang berhubungan dengan ekowisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk mengetahui, melihat, dan menikmati pengalaman yang berhubungan dengan alam dan budaya yang ada di masyarakat.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas penulis batasan Ekowisata adalah produk daya tarik penting bagi pariwisata Indonesia dengan tujuan untuk menjamin kelestarian alam, sosial dan budaya. Ekowisata juga menjadi tantangan sekaligus peluang untuk meningkatkan manfaat sumberdaya pariwisata terutama bagi daerah yang akan mengembangkan pariwisatanya.

### **2.2.1 Suaka Margasatwa**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 tentang pengelolaan kawasan suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam pasal 1 Ayat 8 menyatakan bahwa Suaka Margasatwa adalah Kawasan Suaka Alam yang mempunyai kekhasan/keunikan jenis satwa liar dan atau keanekaragaman satwa liar yang untuk kelangsungan hidupnya memerlukan upaya perlindungan dan pembinaan terhadap populasi dan habitatnya.

Suatu kawasan suaka margasatwa dapat ditunjuk dan ditetapkan sebagai kawasan suaka margasatwa apabila:

- a. Merupakan tempat hidup dan berkembang biak satu atau beberapa jenis satwa langka atau hampir punah.
- b. Memiliki keanekaragaman dan populasi satwa yang tinggi.

- c. Merupakan tempat dan kehidupan bagi jenis satwa migrasi tertentu.
- d. Mempunyai luas yang cukup sebagai habitat jenis satwa.

### **2.2.2 Wisata Cagar Alam**

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 tentang pengelolaan kawasan suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam pasal 1 Ayat 7 mendefinisikan bahwa Cagar Alam adalah KSA yang karena keadaan alamnya mempunyai kekhasan/keunikan jenis tumbuhan dan/atau keanekaragaman tumbuhan beserta gejala alam dan ekosistemnya yang memerlukan upaya perlindungan dan pelestarian agar keberadaan dan perkembangannya dapat berlangsung secara alami. Suatu wilayah dapat ditunjuk dan ditetapkan sebagai kawasan cagar alam yaitu:

- a. Memiliki keanekaragaman jenis tumbuhan dan atau satwa liar yang bergabung dalam sesuatu tipe ekosistem.
- b. Mempunyai kondisi alam, baik tumbuhan dan atau satwa liar yang secara fisik masih asli dan belum terganggu.
- c. Terdapat komunitas tumbuhan atau satwa beserta ekosistemnya yang langka atau keberadaannya terancam.
- d. Memiliki formasi biota tertentu atau unit-unit penyusunnya.
- e. Mempunyai luas yang cukup dan bentuk tertentu dan bentuk yang dapat menunjang pengelolaan secara efektif dan menjamin berlangsungnya proses ekologis secara alami.
- f. Mempunyai ciri khas potensi dan dapat merupakan contoh ekosistem yang keberadaannya memerlukan upaya konservasi.

## **2.3 Manajemen Pariwisata**

### **2.3.1 Definisi Manajemen Pariwisata**

Merujuk kepada seperangkat peranan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau bisa juga merujuk kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut. Fungsi-fungsi manajemen tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Planning* (perencanaan).
2. *Directing* (mengarahkan).
3. *Organizing* (termasuk coordinating).
4. *Controlling* (pengawasan).

Koordinasi merupakan fungsi utama dan terpenting yang harus dipisahkan dan memerlukan pembahasan tersendiri. Fungsi dari koordinasi merujuk kepada fungsi seorang manajer untuk menterjemahkan sebuah informasi, seperti perencanaan dan pengawasan, dan mengaplikasikan informasi tersebut secara sistematis ke dalam semua fungsi manajerial yang diterjemahkan secara nyata dalam kegiatan pengarahan (*directing*), perencanaan (*planning*), dan pengawasan (*controlling*).

### 2.3.2 Pengembangan ODTW Alam

Azas kemanfaatan dari objek data tarik wisata Alam dapat dicapai melalui pengelolaan dan perusahaan yang benar dan tekoordinasi. Pengembangan ekowisata sangat ditentukan peran dari masing-masing pelaku ekowisata seperti industri pariwisata, masyarakat lokal, wisatawan, pemerintah dan instansi akademisi. Menurut suhandi dalam Salim (2010:26) para pelaku ekowisata mempunyai peran dan karakter tersendiri yaitu sebagai berikut:

1. Industri pariwisata yang mengoperasikan ekowisata merupakan industri pariwisata yang peduli terhadap pentingnya pelestarian alam dan keberlanjutan pariwisata serta mempromosikan dan menjual program wisata yang berhubungan dengan flora, fauna dan alam.
2. Masyarakat lokal perlu dilibatkan dalam perencanaan, penerapan, pengawasan dan pembangunan ekowisata.
3. Wisatawan yang berkunjung ke objek daya tarik wisata merupakan wisatawan yang peduli terhadap lingkungan.
4. Pemerintah juga berperan penting dalam pembuatan peraturan-peraturan yang mengatur tentang pembangunan fasilitas ekowisata agar tidak terjadi eksploitasi terhadap lingkungan yang berlebihan.
5. Akademisi bertugas untuk mengkaji tentang pengertian ekowisata dan mengadakan penelitian untuk mengkaji apakah prinsip-prinsip

yang dituangkan dalam pengertian ekowisata sudah diterapkan dalam prakteknya.

Dalam pengembangan pariwisata ada beberapa aspek penting yang harus perlu diperhatikan, menurut Oka A. Yoeti dalam (Demartoto 2008:37) yaitu:

1. Wisatawan (Tourist)  
Karakteristik wisatawan harus diketahui, dari Negara mana mereka berasal, usia, hobi mereka dan tujuan mereka datang ke Indonesia itu untuk apa.
2. Atraksi  
Suatu objek wisata yang akan dijual harus memperhatikan dan memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dilihat, apa yang dilakukan dan apa yang akan dibeli pada suatu daerah tujuan wisata tersebut.
3. Transportasi  
Harus mengetahui bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.
4. Fasilitas pelayanan  
Fasilitas apa saja yang terdapat di suatu daerah tujuan wisata, bagaimana akomodasinya dan apakah memiliki restoran dan pelayanan umum disuatu tujuan wisata tersebut.
5. Informasi dan promosi  
Informasi dan promosi juga diperlukan karena calon wisatawan mengetahui tiap paket yang ada dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

## 2.4 Strategi

Menurut Hanum (2014:122) Strategi adalah cara pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi yang dapat mempengaruhi keberlangsungan sebuah perusahaan atau organisasi, strategi memberikan kekuatan bagi suatu organisasi atau perusahaan dalam menghadapi lingkungan jangka panjang.

Menurut Suryono dalam Primadany (2013) strategi pada prinsipnya berkaitan dengan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana dan prasarana. Oleh karena itu strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah haruslah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata



Menurut Departemen Kehutanan dalam Salim (2010:27) strategi pengembangan ODTW Alam yaitu meliputi:

1. Aspek perencanaan pembangunan ODTW alam dengan mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan tata ruang wilayah, identifikasi potensi, standarisasi, pendanaan, dan sistem informasi pada ODTW alam tersebut.
2. Aspek kelembagaan meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas institusi, sebagai mekanisme yang bisa mengatur berbagai kepentingan dan peraturan pemerintah yang sesuai dan memiliki efisiensi tinggi.
3. Aspek saran dan prasarana yang memiliki dua kepentingan yaitu yang pertama, alat memnuhi kebutuhan pariwisata alam, yang kedua, pengendalian dalam memelihara keseimbangan lingkungan, pembangunan sarana dan prasarana yang dapat meningkatkan daya dukung sehingga upaya pemanfaatan dapat dilakukan secara optimal.
4. Aspek pengelolaan, dengan mengembangkan pola pengelolaan ODTW Alam yang siap mendukung kegiatan pariwisata alam dan mampu memanfaatkan potensi secara lestari.
5. Aspek pengusahaan yang memberi kesempatan dan mengatur pemanfaatan ODTW alam untuk tujuan pariwisata yang bersifat komersial kepada pihak ketiga dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat.
6. Aspek pemasaran yaitu dengan mempergunakan teknologi dan bekerja sama dengan berbagai pihak baik dalam negeri maupun luar negeri.
7. Aspek peran serta masyarakat melalui kesempatan-kesempatan usaha sehingga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
8. Aspek penelitian dan pengembangan meliputi aspek fisik lingkungan, sosial dan ekonomi dari ODTW alam tersebut. Dengan adanya aspek ini diharapkan dapat menyediakan informasi bagi prngembangan dan pembnagunan kawasan, kebijaksanaan dan arahan mengenai pemanfaatan ODTW alam.

Berdasarkan beberapa pengertian menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah pencapaian yang dilakukan oleh pihak pengelola/organisasi dalam mencapai tujuan perusahaan untuk melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah haruslah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.

## 2.5 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016:19) adalah identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Adapun elemen-elemen dasar yang membentuk adanya SWOT adalah sebagai berikut:

### a. *Strenghts* (Kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi atau konsep bisnis itu sendiri. Yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki oleh Suaka Margasatwa Padang Sugihan di Kabupaten Banyuasin, dengan mengetahui kekuatan tersebut maka pariwisata di suatu daerah dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bersaing untuk perkembangan selanjutnya yang menyangkut pengembangan di suatu daerah.

### b. Kelemahan (*Weakness*)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat di dalam suatu organisasi atau konsep bisnis yang ada, kelemahan disini di artikan segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata.

### c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan kondisi yang berkembang di masa yang akan datang yang terjadi , kondisi yang dapat terjadi merupakan peluang dari luar organisasi atau konsep bisnis yang ada.

### d. Ancaman (*threats*)

Ancaman merupakan kondisi yang mengancam dari luar suatu organisasi atau konsep bisnis yang ada.

### 2.5.1 Matrik SWOT

Menurut Rangkuti (2016: 83) Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman

eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

**2.1 Tabel Matrik SWOT**

EFAS EFAS	<b>Strengths (S)</b> Tentukan 5-10 Faktor-faktor Kekuatan Internal	<b>Weaknesses (W)</b> Tentukan 5-10 Faktor-faktor Kelemahan Internal
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan 5-10 Faktor-faktor Peluang Eksternal	<b>Strategi SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Tentukan 5-10 Faktor-faktor Ancaman Eksternal	<b>Strategi ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2016

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT diatas :

1. Strategi SO (*Strength and Opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.
2. Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Untuk bahan pertimbangan dalam penelitian, peneliti mencantumkan kan hasil penelitian terdahulu yang pernah penulis baca. Penelitian terdahulu ini bermanfaat dalam analisis pengembangan dan kendala yang menghambat dan pendukung objek wisata yang timbul dalam analisis pengembangan suaka margasatwa Air Sugihan di Kabupaten Banyuasin. Walaupun masalah dan pembahasannya tidak sama persis tetapi sangat membantu peneliti menemukan sumber-sumber pemecahan masalah. Di bawah ini adalah hasil penelitian yang peneliti baca:

**Tabel 2.2**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1.	Alamsyah Flamin, Asnaryati (2013)	Potensi Ekowisata dan Strategi Pengembangan Tahura Nipa-Nipa, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara	Analisis Deskriptif Kualitatif menggunakan analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi objek wisata kawasan Tahura terdiri dari potensi flora-fauna dan panorama alam. Alternatif strategi pengembangan ekowisata yaitu strategi SO dengan cara mengembangkan secara optimal potensi yang ada baik flora-faun, panorama alamnya dan kearifan lokal masyarakat setempat. Sedangkan strategi WO yaitu memanfaatkan dukungan dari masyarakat dan Pemda untuk meningkatkan

				kualitas objek wisata.
2.	Mario Barreto, I.G.A. Ketut Giantari (2015)	Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste	Kualitatif menggunakan Analisis SWOT	Strategi pengembangan objek wisata yang memadai yang dapat diterapkan adalah dengan melakukan pengembangan wisata seperti pada periode hari Raya Natal dan Tahun Baru dengan harga yang kompetitif dan lebih variatif sehingga dapat memenuhi target. Pengembangan obyek wisata dapat dilakukan dengan diversifikasi objek wisata dan modifikasi sistem sehingga para wisatawan dapat melakukan perjalanan dengan mudah. Hasil studi berimplikasi kepada semua pihak untuk memberi perhatian yang serius terhadap pengembangan objek wisata air panas Marobo.

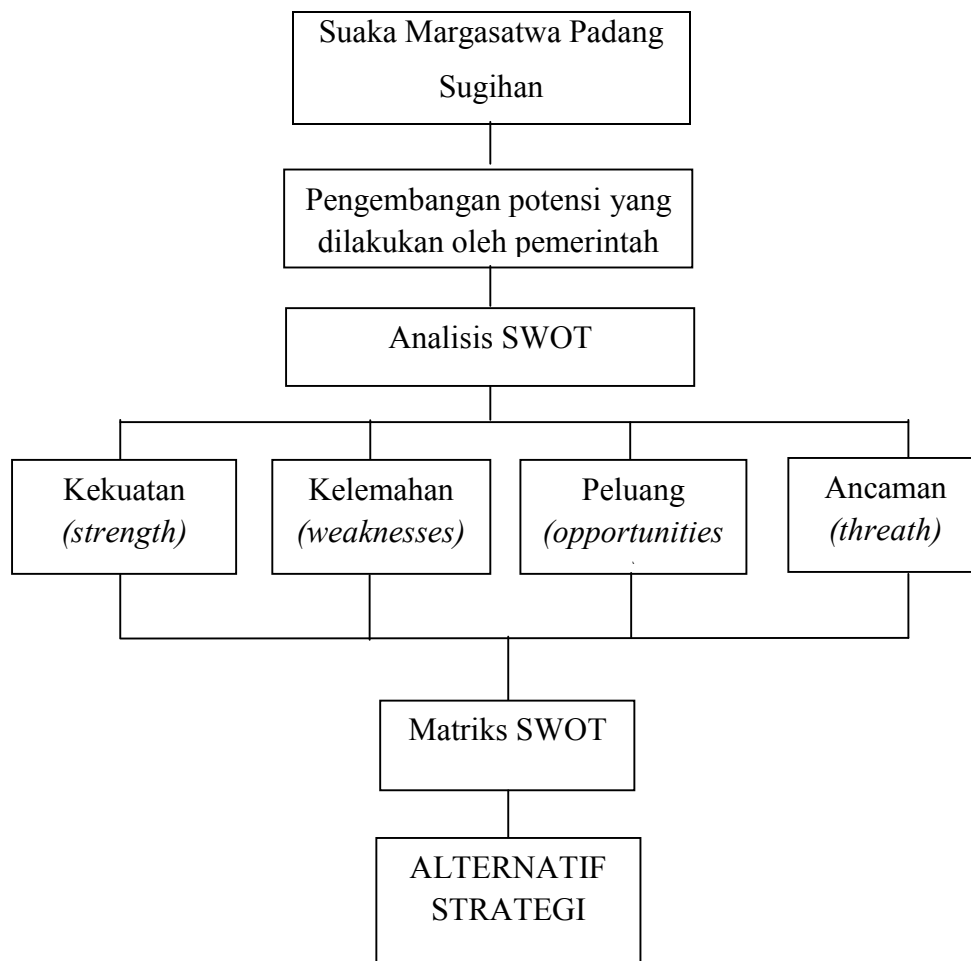
3.	Asma Nurdianti, dkk. (2013)	Potensi Pengembangan wisata alam di habitat Maleo ( <i>Macrocephalon maleo</i> ) Taman Nasional Lore Lindu Bidang Pengelolaan Wilayah (BPW) I Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi	Kualitatif Menggunakan Analisis SWOT	Hasil dari Penelitian ini adalah bentuk pengembangannya ialah terbagi menjadi dua bagian yaitu bagian utama dan bagian pendukung dimana bagian utama merupakan titik penetasan telur Maleo atau tempat beraktifitas maleo. Bagian pendukung ialah kawasan sekitar penangkaran yang dikembangkan dengan memadukan aktifitas wisata modern tetapi bernuansa alam seperti arum jeram, pada bagian pendukung dibagi menjadi 4 yaitu zona A, zona B, zona C, zona D dan semua zona tersebar di beberapa titik teluar kawasan penangkaran Maleo.
----	-----------------------------	--	--------------------------------------	--

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa dalam mengembangkan sebuah objek wisata atau kawasan konservasi juga harus memperhatikan aspek pengembangan sumberdaya alam, sumberdaya manusia, promosi dukungan sarana dan prasarana. Pada penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu. Persamaannya adalah mengkaji tentang strategi pengembangan objek wisata dan perbedaannya adalah cara menganalisis data.

## 2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka Pemikiran diterapkan sebagai dasar dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, dan hubungannya dengan masalah yang telah dirumuskan. Mengacu pada teori dan konsep yang ada, maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Rangkuti diadopsi oleh Penulis (2017)*

**Adapun kerangka pemikiran tersebut dapat di uraikan sebagai berikut:**

Pengembangan Suaka Margasatwa Padang Sugihan dimulai dengan melihat pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah yang meliputi potensi Suaka Margasatwa Padang Sugihan yaitu kawasan Konservasi Pusat Pelatihan Gajah yang mana sangat berpotensi untuk dikembangkan. Pengembangan daerah konservasi Suaka margasatwa Padang Sugihan tidak lepas dari peranan Pengelola kawasan tersebut oleh karena pemerintah harus dikembangkan dengan serius, agar dapat menambah daya tarik wisatawan yang akan mengunjungi kawasan sekitar serta mempermudah akses menuju kawasan obyek wisata.

Kondisi tersebut menyebabkan pihak pengelola kawasan harus memperbaiki manajemen dalam pengelola kawasan Konservasi Suaka Margasatwa sebagai obyek wisata, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai strategi pengembangan Suaka margasatwa padang Sugihan Sebagai Objek wisata di Kabupaten Banyuasin. Hal ini dilakukan untuk melihat pengembangan apa yang tepat yang akan dilakukan, sehingga diharapkan dapat membantu pemerintah pusat untuk memilih alternatif strategi yang sesuai dan tepat bagi pihak pengelola kawasan tersebut.

Alternatif strategi pengembangan tersebut dilakukan dengan mengidentifikasi faktor eksternal dan faktor internal kawasan tersebut yang dapat berpengaruh terhadap pengembangan kawasan SM Padang Sugihan. Faktor internal merupakan Kekuatan dan Kelemahan SM Padang Sugihan yang di analisis meliputi Atraksi, amenitas, aksesibilitas. Faktor eksternal berupa Peluang dan Ancaman yang dianalisis meliputi sosial, budaya, lingkungan, dan pemerintah. Setelah mengetahui faktor internal dan faktor eksternal maka langkah selanjutnya adalah menyusun faktor-faktor strategi bagi Kawasan Suaka Margasatwa Padang Sugihan dengan menggunakan Matriks SWOT dan akan menghasilkan alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh pihak pengelola kawasan tersebut.