

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Rangkuti dalam Nainggolan dan Kampana (2015:46) bahwa strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar.

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2016:4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. *Comptetitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Henry Mintzberg dalam Dayansyah (2014:4-5) strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi sebagai rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi, strategi sebagai taktik dan strategi sebagai perspektif.

- Strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita-cita yang telah ditentukan: sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.
- Strategi sebagai pola adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana ataupun diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksud maka strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
- Strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen ataupun para penentu kebijakan: sebuah strategi utamanya ditentukan oleh faktor-faktor eksternal.
- Strategi sebagai taktik merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).
- Strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

Berdasarkan definisi menurut beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu upaya atau cara yang digunakan seseorang atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan dengan efektif dan efisien.

2.2 Pengembangan Destinasi Pariwisata

Pengembangan pariwisata menurut Swarbrooke dalam Soeda dkk (2017:6) merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata.

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.

2.2.1 Komponen-Komponen Pengembangan Pariwisata

Menurut M. Liga Suryadana dalam Putra (2019:18) ada beberapa komponen dasar pariwisata yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata. Komponen tersebut antara lain:

a. Daya Tarik (*Attraction*)

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Indikatornya adalah:

- 1) *Something to See* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata.
- 2) *Something to Do* adalah agar wisatawan bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, dan *relax*.
- 3) *Something to Buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut sehingga bisa dijadikan sebagai ole-ole.

b. Aksesibilitas (*Accessibilities*)

Dalam hal ini dimaksudkan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah mencapai tempat wisata tersebut. objek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu objek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana objek wisata tersebut. Indikatornya adalah:

- 1) Jalan raya
 - 2) Sistem telekomunikasi
 - 3) Transportasi
 - 4) Pelayanan (pos penjaga objek wisata, pusat informasi)
- c. Fasilitas (*Amenities*)

Fasilitas yang tersedia di daerah objek wisata seperti akomodasi dan restoran. Fasilitas menjadi salah satu syarat Daerah Tujuan Wisata (DTW). Dengan adanya fasilitas, maka wisatawan dapat tinggal lebih lama di daerah tersebut. Indikatornya adalah:

- 1) Fasilitas penginapan (hotel, villa, pondok, restoran)
 - 2) Fasilitas kamar mandi umum
 - 3) Fasilitas parkir
- d. Lembaga Pengelola (*Institutions*)

Aspek berikut ini mengacu kepada adanya lembaga atau organisasi yang mengolah objek wisata tersebut. Wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan kenyamanan (*Protection of Tourism*) dan terlindungi baik melaporkan maupun mengajukan suatu kritik dan saran mengenai keberadaan mereka selaku pengunjung atau orang yang bepergian. Indikatornya adalah:

- 1) Pihak pemerintah
- 2) Pihak swasta
- 3) Investor

2.2.2 Dampak Positif dan Negatif Pengembangan Pariwisata

Menurut Spillane dalam Maisarah (2018:10-11) pengembangan pariwisata memiliki dampak positif maupun dampak negatif, maka diperlukan perencanaan untuk menekan sekecil mungkin dampak yang ditimbulkan.

Dampak positif yang diambil dari pengembangan pariwisata meliputi:

1. Penciptaan lapangan kerja, dimana pada umumnya pariwisata merupakan industri padat karya dimana tenaga kerja tidak dapat digantikan dengan modal atau peralatan.
2. Sebagai sumber devisa asing
3. Pariwisata dan distribusi pembangunan spiritual, disini pariwisata secara wajar cenderung mendistribusikan pembangunan dari pusat industri ke arah wilayah desa yang belum berkembang, bahkan pariwisata disadari dapat menjadi dasar pembangunan regional.

Sedangkan Dampak negatif yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan pariwisata meliputi:

1. Pariwisata dan *vulnerability* ekonomi, karena di negara kecil dengan perekonomian terbuka, pariwisata menjadi sumber mudah kena serang atau luka (*vulnerability*), khususnya kalau Negara tersebut sangat tergantung pada satu pasar asing.

2. Banyak kasus kebocoran sangat luas dan besar, khususnya kalau proyek-proyek pariwisata berskala besar dan diluar kapasitas perekonomian, seperti barang-barang impor, biaya promosi ke luar negeri, tambahan pengeluaran untuk warga negara sebagai akibat dari penerimaan dan percontohan dari pariwisata dan lainnya.
3. Polarisasi spasial dari industri pariwisata dimana perusahaan besar mempunyai kemampuan untuk menerima sumber daya modal yang besar dari kelompok besar perbankan atau lembaga keuangan lain, sedangkan perusahaan kecil harus tergantung dari pinjaman atau subsidi dari pemerintah dan tabungan pribadi. Hal ini menjadi hambatan dimana terjadi konflik spasial antara perusahaan kecil dan perusahaan besar.
4. Sifat dari pekerjaan dalam industri pariwisata cenderung menerima gaji yang rendah, menjadi pekerjaan musiman, tidak ada serikat buruh.
5. Dampak industri pariwisata terhadap alokasi sumber daya ekonomi industri ini dapat menaikkan harga tanah dimana kenaikan harga tanah dapat menimbulkan kesulitan bagi penghuni daerah tersebut yang tidak bekerja disektor pariwisata yang ingin membangun rumah atau mendirikan bisnis disini.
6. Dampak terhadap lingkungan, bisa berupa polusi air atau udara, kekurangan air, keramaian lalu lintas dan kerusakan dari pemandangan alam yang tradisional.

2.2.3 Tujuan Pengembangan Kepariwisata

Sesuai dengan instruksi Presiden No 9 Tahun 1969 dikatakan dalam Pasal 2 bahwa tujuan pengembangan kepariwisataan adalah:

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia
3. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional dan internasional.

2.3 Potensi Pariwisata

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahwa potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan daya. Kepariwisataan itu mengandung potensi untuk

dikembangkan menjadi atraksi wisata. Maka untuk menemukan potensi kepariwisataan disuatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan.

Potensi menjadi hal yang harus diperhatikan dan dilihat lebih jauh lagi, agar kelebihan dan potensi yang ada dapat dikembangkan dengan maksimal. Tentu semua itu tidak terlepas dari peran semua pihak yang berkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi suatu daerah dan kepariwisataan merupakan dua hal yang memiliki kaitan erat, keduanya bergerak maju untuk melakukan pengembangan dan pertumbuhan perekonomian daerah.

Sukardi dalam Paat (2014:16) mengungkapkan pengertian potensi wisata adalah segala yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut. Paat (2014:16) juga mengungkapkan hal yang sama mengenai potensi wisata, yaitu sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata.

Jadi yang dimaksud dengan potensi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di objek wisata yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik agar wisatawan mau berkunjung ke tempat tersebut. Menurut Paat (2014:16-17) potensi wisata dibagi menjadi tiga macam, yaitu: potensi alam, potensi kebudayaan dan potensi manusia.

a. Potensi Alam

Potensi alam adalah keadaan dan jenis flora dan fauna suatu daerah, bentang alam suatu daerah, misalnya pantai, hutan, gunung, sungai, dan lain-lain (keadaan fisik suatu daerah). Kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh alam jika dikembangkan dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya niscaya akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke obyek tersebut.

b. Potensi Kebudayaan

Potensi kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia baik berupa adat-istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah nenek moyang berupa bangunan, monument, dan lain-lain.

c. Potensi Manusia

Manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, lewat pementasan tarian/pertunjukan dan pementasan seni budaya suatu daerah.

2.4 Rumah Limas

Rumah limas adalah salah satu bentuk rumah tinggal yang ada di kota Palembang. Rumah limas juga merupakan suatu warisan budaya. Dari namanya sangat jelas bahwa rumah ini berbentuk limas, yaitu bentuk persegi dan persegi panjang. Arahnya menghadap “*matoari edoop*” (timur) yang berarti tanda awal mula kehidupan manusia dan menghadap “*matoari mati*” (barat) yang berarti tanda dari akhir kehidupan atau kematian. Rumah limas rata-rata pintu utamanya menghadap ke sungai. Masyarakat juga sering menyebut rumah limas sebagai rumah bari, bari sendiri memiliki arti dalam bahasa Palembang yaitu lama atau kuno.

Menurut Wahid dalam Sary (2015:856) Rumah Limas memiliki nilai budaya dan historis, yang terlihat pada bentuk arsitektur dan ragam hias yang sangat erat kaitannya dengan sistem kepercayaan, status sosial, lingkungan dan cara hidup masyarakatnya. Pada zaman dahulu Rumah Limas ini dibuat hanya untuk golongan tertentu saja misalnya bangsawan, penguasa, tokoh masyarakat dan orang-orang yang mampu.

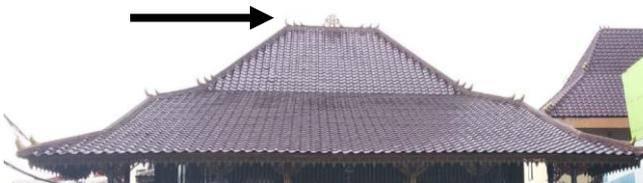
2.4.1 Karakteristik Rumah Tradisional Limas

Adapun karakteristik Rumah Limas Menurut Siswanto dalam Sary (2015:1), antara lain:

1. Rumah Limas berbentuk panggung yang berdiri diatas tiang-tiang penyangga
2. Atap rumah berbentuk limas, yang dilengkapi dengan simbar dan tanduk
3. Bahan bangunan dominan terbuat dari kayu
4. Mempunyai perbedaan ketinggian pada lantai
5. Terdapat ornamen-ornamen tertentu pada kolom, lisplank dan plafon.



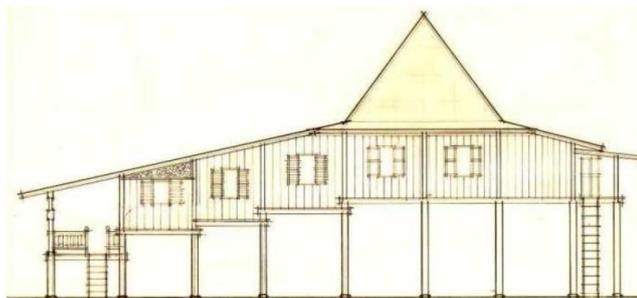
Gambar 2.1
Tiang-Tiang Penyangga
Rumah Limas
Sumber : www.gosumatra.com
Diakses pada tanggal 28 Maret
2019



Gambar 2.2
Atap Rumah Limas dilengkapi
dengan Simbar dan Tanduk
Sumber : Dokumentasi Pribadi
2019



Gambar 2.3
Bahan bangunan dominan
terbuat dari kayu
Sumber :
www.tripadvisor.co.id
Diakses pada tanggal 28 Maret
2019



Gambar 2.4
Perbedaan ketinggian lantai
(kekijing)
Sumber : Siswanto (2009)
dalam Jurnal Local Wisdom
Volume: I Nomor: 1



Ornamen Bunga
Teratai



Ornamen Buah
Srikaya



Ornamen
Sulur-Suluran



Ornamen
Bunga Melati



Plafon



Lisplank

Gambar 2.5
Ornamen-orname, lisplank, dan plafon rumah limas
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Rumah Limas dalam istilah bahasa bermakna lima sifat yakni keagungan dan kebesaran, rukun damai, adab yang sopan santun, aman, subur sentosa serta makmur sejahtera. Hal tersebut tercermin dalam setiap makna bangunan rumah adatnya, seperti bentuk atapnya yang curam dan lima tingkatan pada lantai atau kekijing. Perbedaan tingkat ketinggian lantai memiliki arti yang berbeda-beda. Pada tingkat pertama yang disebut pagar tenggalung, ruangnya tidak memiliki dinding pembatas, terhampar seperti beranda saja. Suasana di tingkat pertama lebih santai dan biasa berfungsi sebagai tempat menerima tamu saat acara adat.

Kemudian ruang di sebut *Jogan*, digunakan sebagai tempat berkumpul khusus untuk pria. Naik ruang ketiga yang diberi nama kekijing ketiga. Posisi lantai tentunya lebih tinggi dan diberi batas dengan menggunakan penyekat. Ruangan ini biasanya untuk tempat menerima para undangan dalam suatu acara atau hajatan, terutama untuk handai taulan yang sudah separuh baya. Lalu Beranjak ke kekijing keempat, sebutan untuk ruang keempat, yang memiliki posisi lebih tinggi lagi. Begitu juga dengan orang-orang yang dipersilakan

untuk mengisi ruangan ini pun memiliki hubungan kekerabatan lebih dekat dan dihormati, seperti undangan yang lebih tua, dapunto dan datuk.

Nah, ruang kelima yang memiliki ukuran terluas disebut *gegajah*. Didalamnya terdapat ruang *pangkeng*, *amben tetuo*, dan *danamben* keluarga. Amben adalah balai musyawarah. Amben tetuo sendiri digunakan sebagai tempat tuan rumah menerima tamu kehormatan serta juga menjadi tempat pelaminan pengantin dalam acara perkawinan. Dibandingkan dengan ruang lainnya, *gegajah* adalah yang paling istimewa sebab memiliki kedudukan privasi yang sangat tinggi. Begitulah setiap ruang dan tingkatan Rumah Limas yang memiliki karakteristiknya masing-masing.

2.5 Analisis SWOT

Menurut Udaya, dkk (2013: 40) Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), ancaman (*threat*) yang dihadapi perusahaan atau organisasi. Melalui analisis ini pemimpin atau manajer dapat menciptakan tujuan sepintas (*overview*) secara cepat mengenai situasi strategi organisasi.

a. Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan merupakan sumber atau kemampuan yang dikuasai atau yang tersedia bagi perusahaan dan memberikan keuntungan dibandingkan dengan para pesaingnya dalam melayani kebutuhan para pelanggan. Umumnya, daerah kekuatan berkaitan dengan keunggulan dari para pegawai atau berdasarkan sumber daya (*resources based*). Dalam hal ini yang menjadi kekuatan dari Kampung Lorong Firma adalah terdapat 7 Rumah Tradisional Limas dan 1 Rumah Kolonial. Rumah Tradisional Limas merupakan daya tarik wisata budaya yang memiliki keunikan tersendiri dan kaya akan seni arsitektur yang tinggi.

b. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam salah satu sumber daya atau kemampuan (*capability*) organisasi dibandingkan dengan para pesaingnya yang menciptakan kerugian dalam usaha memenuhi kebutuhan para pelanggan secara efektif. Dalam hal ini kelemahan dari Kampung Lorong Firma yaitu pemeliharaan dan perawatan rumah belum maksimal sehingga dari ketujuh rumah tersebut ada beberapa rumah yang kayunya sudah mulai rapuh dan berlapuk dan belum tersedianya lahan parkir khusus serta belum tersedia toilet umum.

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang merupakan situasi yang menguntungkan didalam lingkungan organisasi. Kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi merupakan sebuah peluang. Begitu pula perubahan-perubahan di dalam peraturan-peraturan pemerintah pusat atau setempat dan perubahan-perubahan yang terjadi di bidang teknologi,serta perbaikan hubungan antara pembeli dan penjual dapat merupakan sebuah peluang. Peluang dari objek wisata Kampung Lorong Firma adalah jaraknya tidak jauh dari pusat kota. Serta dekat dengan tempat umum dan fasilitas umum.

d. Ancaman (*threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menyenangkan di dalam sebuah lingkungan. Ancaman adalah rintangan utama terhadap posisi saat ini atau posisi yang diinginkan perusahaan atau organisasi. Masuknya pesaing-pesaing baru, pertumbuhan besar yang tersendat, kekuatan tawar-menawar dari para pemasok atau pemakai utama, perubahan teknologi, serta peraturan-peraturan yang baru dapat merupakan ancaman terhadap keberhasilan perusahaan atau organisasi.

Analisis SWOT digunakan karena beberapa manfaat sebagaimana disebutkan dalam Nur'aini (2016: 12) bahwa SWOT bermanfaat untuk:

1. Membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus menjadi dasar sebuah analisis persoalan
2. Mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, serta mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman
3. Membantu kita “membedah” organisasi dari empat sisi yang menjadi dasar dalam proses identifikasinya dan dengan analisis ini kita dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan atau tidak terlihat sama sekali
4. Dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi saat itu
5. Dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasi kelemahan yang ada serta menekan munculnya ancaman yang mungkin akan timbul. Dapat disimpulkan bahwa dengan penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memberikan hasil analisis yang cukup tajam serta dapat menjadi instrumen dengan melihat faktor-faktor yang menjadi landasan atau dasar dalam penyusunan strategi yang terbaik

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi dan guna menghindari adanya plagiarisme beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti, Tahun	Analisis	Hasil
1	Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen	1.Ninik Wahyuning Tyas 2.Maya Damayanti, 2018	Analisis deskriptif dan Analisis <i>Scoring</i>	Hasil analisis dari masing-masing elemen pada aspek sediaan dan aspek permintaan bahwa aspek sediaan memiliki elemen daya tarik dan elemen promosi yang mendukung proses pengembangan Desa Kliwonan sebagai desa wisata batik.
2	Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Air Terjun Silimalima di Kabupaten Tapanuli Selatan	1.Mhd. Rizky Azhari Nasution 2.Agus Purwoko 3.Kansih Sri Hartini, 2015	Analisis SWOT	Berdasarkan hasil analisis SWOT, Air Terjun Silimalima berada pada Kuadran 1 matriks SWOT yang merupakan posisi yang sangat menguntungkan dimana Air Terjun Silimalima memiliki peluang dan kekuatan sehingga peluang yang ada dapat dimanfaatkan secara maksimal.
3	Analisis Potensi Obyek Wisata Air Terjun di Kawasan Raget, Thailand	Suaiman Pohmat, 2018	Analisis data sekunder dengan teknik skoring dan analisis klasifikasi	Berdasarkan analisis pengembangan objek wisata, yang perlu dilakukan arahan pengembangan objek wisata air terjun kawasan Raget meliputi aspek-aspek sebagai berikut, yaitu: Atraksi, Sarana, Infrastruktur, Aksesibilitas, Produk Unggulan, dan Pemasaran/Promosi

Sumber : Data Olahan, 2019