

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori-teori yang Menunjang Penulisan

2.1.1. Strategi Pengembangan

Pengertian strategi ada beberapa macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Kata strategi berasal dari kata *strategos* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan.

Menurut Chandler (1962) dalam Rangkuti (2016) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya Quinn (1999:10) mengartikan strategi ada suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh.

Pada hakikatnya pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan pribadi mandiri (Iskandar Wiryokusumo dalam Afrilianasari ; 2014).

Pengembangan adalah suatu sistem pembelajaran yang bertujuan untuk membantu proses belajar peserta didik, yang berisi serangkaian peristiwa yang dirancang untuk mempengaruhi dan mendukung terjadinya proses belajar yang bersifat internal atau segala upaya untuk menciptakan kondisi dengan sengaja agar tujuan pembelajaran dapat tercapai (Gagne dan Brings dalam Warsita, 2003: 266).

Pendekatan Perencanaan Strategis muncul dan diminati berkaitan dengan semakin terbatasnya sumber daya internal organisasi dan banyaknya tantangan eksternal yang dipengaruhi kinerja dan peran organisasi (Baiquni dalam Hermawan, 2017:67). Suatu perencanaan yang strategis mengandung unsur efektif dan efisien dalam mengali sumber daya. Perencanaan strategis dalam hubungannya dengan pengembangan kawasan dibutuhkan literatur yang aktual dan relevan dengan kondisi dan konsep perencanaan kawasan (Hunger dan Wheelen dalam Hermawan, 2017:67).

2.1.2. Pengertian Pengembangan Pariwisata

Menurut Supriadi dan Roedjinandari (2017:133), Pengembangan kepariwisataan 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 daya tarik wisata maupun bagi pemerintah.

Inskeep (1991) dalam Supriadi dan Roedjinandari (2017:133) berpendapat bahwa tujuan pengembangan pariwisata adalah optimalisasi pemanfaatan dan pengembangan sumber-sumber daya pariwisata. Menurut pendapat tersebut, maka pengembangan pariwisata adalah suatu kegiatan menata dan memajukan suatu daya tarik wisata untuk dikembangkan lebih layak dan diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat secara ekonomi. Ditinjau dari segi produk, pengembangan pariwisata bertujuan untuk menghasilkan produk yang bernilai dan diminati oleh wisatawan, sehingga akan memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal.

Pengembangan objek wisata merupakan perluasan produk- produk wisata yang ada di suatu daerah guna membudidayakan lokal wisata yang ada di daerah- daerah wisata. Pengembangan tersebut harus dilakukan secara berencana dan menyeluruh sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Pengembangan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya untuk menarik jumlah wisatawan yang semakin banyak secara terus menerus sehingga akan menjadi aset penting dalam pembangunan. Berdasarkan instruksi Presiden Nomor 16 Tahun 2005, tujuan pengembangan pariwisata adalah :

- a. Menyiapkan informasi yang lengkap dibidang kebudayaan dan pariwisata
- b. Meningkatkan kerjasama dengan daerah dan kerjasama internasional dalam rangka menunjang promosi pariwisata indonesia
- c. Mendorong pengembangan destinasi pariwisata Indonesia
- d. Mendorong tingkat kesadaran masyarakat terhadap kelestarian peninggalan budaya dan daya tarik wisata.

Soekadijo (1996) dalam Bambang dan Nanny (2017:134), mengemukakan beberapa syarat harus dipenuhi dalam pengembangan pariwisata, yaitu :

- a. Kegiatan dan objek yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik. Untuk dapat memberikan kepuasan, atraksi wisata harus dalam keadaan baik, baik atraksi yang berupa kegiatan seperti tarian dan upacara, maupun atraksi yang berupa objek, seperti candi, keris dan lain sebagainya.
- b. Atraksi wisata harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajian harus tepat. Atraksi wisata boleh dikatakan berhasil kalau menimbulkan kesan kepada wisatawan, sehingga ia merasa puas. Kepuasan itu tidak hanya tergantung kepada keadaan atraksi wisata itu sendiri, akan tetapi juga kepada caranya mempresentasikan di hadapan wisatawan.

- c. Daya tarik wisata terintergrasi dengan syarat-syarat pariwisata lainnya, yaitu jasa pelayanan, transportasi dan aktualisasi.
- d. Dapat menahan wisatawan di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama.

Menurut Cooper dkk dalam Sunaryo (2013:159) menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut :

- a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/ *artificial*.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata
- d. Fasilitas Umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata
- e. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

2.1.3. Pariwisata Alternatif

Pariwisata Alternatif secara luas didefinisikan oleh Valene (1992:36) dalam Antara (2011:5) adalah sebagai bentuk dari kepariwisataan yang konsisten dengan alam, sosial, dan masyarakat serta mengijinkan interaksi dan berbagi pengalaman antara wisatawan dengan masyarakat lokal.

Sedangkan Menurut Suwanto (2004:75) Istilah *Pariwisata Alternatif* atau *Alternative Tourism* mempunyai dua pengertian, yaitu :

- a. Sebagai salah satu bentuk kepariwisataan yang timbul sebagai reaksi terhadap dampak-dampak negatif dari pengembangan dan perkembangan pariwisata konvensional;
- b. Sebagai bentuk kepariwisataan yang berbeda (yang merupakan alternatif) dari pariwisata konvensional untuk menunjang kelestarian lingkungan.

2.1.4. Konsep Kepariwisataaan

Istilah kepariwisataan berasal dari akar kata wisata. Dalam kepustakaan tentang kepariwisataan di Indonesia, seperti halnya yang tercantum dalam UU No.10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan; Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pariwisata merupakan perjalanan untuk bersenang-senang, mengunjungi objek atau atraksi wisata, dan menyaksikan secara langsung adat istiadat suatu daerah atau tujuan lainnya tetapi bukan untuk mencari penghasilan selama lebih dari 24 jam, sehingga memerlukan sarana-sarana lain selama perjalanan tersebut, seperti akomodasi, transportasi, restoran, dan lainnya (Marlina, 2014:4). Menurut UU No.10 Tahun 2009, Pasal 1 tentang Kepariwisataaan yang dimaksud dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Istilah kepariwisataan sebenarnya merupakan gabungan atau cakupan dari beberapa istilah sebelumnya yakni istilah wisata, pariwisata dan kepariwisataan. Kepariwisataan ini berarti keseluruhan kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan dilengkapi oleh fasilitas dan infrastruktur pendukung yang disediakan oleh para *stakeholders* pariwisata. Namun unsur yang paling utama dalam suatu pengembangan kepariwisataan adalah unsur daya tarik wisata. (Wilopo dan Hakim 2017:58).

2.1.5. Aspek 3A (*Attraction, Accessibility, Amenities*)

a. Attraction

Menurut Sunaryo (2013:172) Atraksi merupakan daya tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi. Sedangkan Menurut Panjaitana dkk dalam Sari (2019) Daya Tarik merupakan faktor yang membuat orang

berkeinginan untuk mengunjungi dan melihat secara langsung ke tempat yang mempunyai daya tarik tersebut. Suwena dalam Wilopo dan Hakim (2017: 59), Atraksi atau obyek daya tarik wisata (ODTW) merupakan komponen yang signifikan dalam menarik kedatangan wisatawan. Hal yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut dengan modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga, yaitu 1) *Natural Resources* (alami) seperti gunung, danau, pantai dan bukit; 2) atraksi wisata budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, keramah-tamahan, makanan; dan 3) atraksi buatan seperti acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi dan lain-lain.

b. Accessibility

Menurut Sunaryo (2013: 173), aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait”. Menurut French dalam Sunaryo (2013: 173) menyebutkan faktor-faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.

c. Amenities

Sunaryo (2013:173) menjelaskan bahwa Amenitas merupakan fasilitas dasar seperti: utilitas, jalan raya, transportasi, akomodasi, pusat informasi pariwisata dan pusat perbelanjaan yang kesemuanya perlu disediakan untuk membuat wisatawan yang berkunjung ke destinasi merasa nyaman dan senang. French dalam Sunaryo (2013: 173) memberikan batasan bahwa amenitas bukan merupakan daya

tarik bagi wisatawan, namun dengan kurangnya amenities akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.

2.1.6. Syarat Objek Wisata yang dapat Dikembangkan

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, suatu objek wisata dapat dikatakan layak dikembangkan apabila memiliki syarat-syarat antara lain :

- a. *Accessibility* : Kemudahan cara untuk mencapai tempat wisata tersebut
- b. *Amenity* : Fasilitas yang tersedia di objek wisata tersebut seperti hotel dan restoran.
- c. *Attraction* : Segala sesuatu yang menjadi ciri khas dan menjadi daya tarik wisatawan agar mau berujung ketempat wisata tersebut.

2.1.7. Teori Siklus Hidup Pariwisata

Dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata khususnya pengembangan kawasan wisata atau obyek wisata, pada umumnya mengikuti alur atau siklus kehidupan pariwisata yang lebih dikenal dengan Tourist Area Life Cycle (TALC). Dengan teori siklus hidup ini posisi pariwisata yang akan dikembangkan dapat diketahui dengan baik dan selanjutnya dapat ditentukan program pembangunan, pemasaran, dan sasaran dari pembangunan pariwisata tersebut dengan tepat. Kerangka ini merupakan sebuah alur natural, akan tetapi baru diteliti pada awal 1980 oleh Butler. TALC memberikan dampak besar bagi kehidupan dan perkembangan industri pariwisata. Siklus hidup area wisata mengacu pada pendapat Buttlar dalam Tambunan (2016) terbagi atas tujuh fase yaitu :

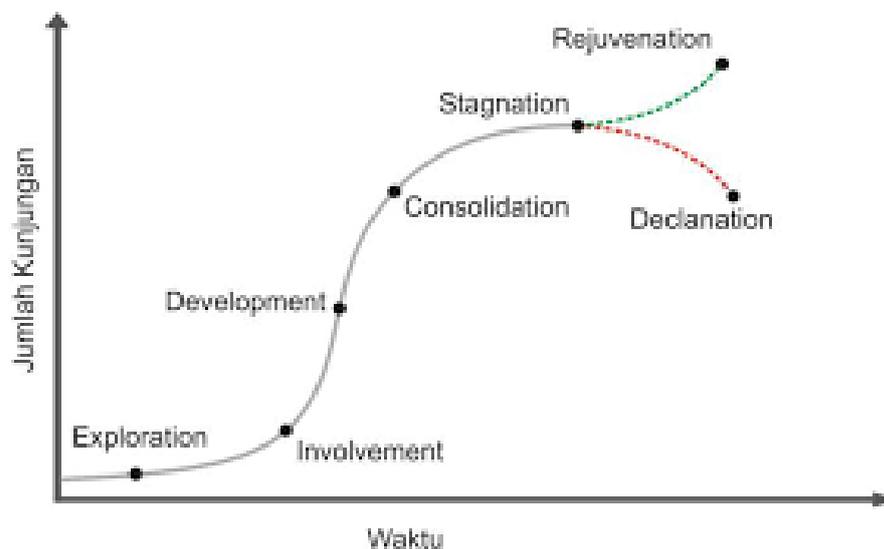
- a. **Tahapan exploration (penemuan)** yang berkaitan dengan discovery yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata, baru ditemukan baik oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Potensi pariwisata berada pada tahapan identifikasi dan menunjukkan destinasi memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik atau destinasi wisata karena didukung oleh keindahan alam yang masih alami, daya tarik wisata alamiah masih sangat asli. Pada sisi lainnya telah ada kunjungan wisatawan dalam jumlah kecil, wisatawan tertarik pada

daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasinya sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi minat karena belum ramai dikunjungi. Karakteristik ini cukup untuk dijadikan alasan pengembangan sebuah kawasan menjadi sebuah destinasi atau daya tarik wisata.

- b. Involvement phase (pelibatan)** pada fase ini, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mengakibatkan sebagian masyarakat lokal mulai mengambil inisiatif untuk menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus diperuntukkan bagi wisatawan. Kontak antara wisatawan dengan masyarakat lokal masih tinggi dan masyarakat mulai mengubah pola-pola sosial yang ada untuk merespon perubahan ekonomi yang terjadi. Di sinilah mulai suatu daerah menjadi suatu destinasi wisata yang ditandai oleh mulai adanya promosi.
- c. Development phase (pengembangan)** pada fase ini, investasi dari luar mulai masuk serta mulai munculnya pasar wisata secara sistematis. Daerah semakin terbuka secara fisik, advertensi (promosi) semakin intensif, fasilitas lokal sudah tersisih atau digantikan oleh fasilitas yang benar-benar touristic, dan atraksi buatan sudah mulai dikembangkan untuk menambahkan atraksi yang asli alami. Berbagai barang dan jasa impor menjadi keharusan termasuk tenaga kerja asing untuk mendukung perkembangan pariwisata yang pesat. Organisasi pariwisata mulai terbentuk dan menjalankan fungsinya khususnya fungsi promotif yang dilakukan bersama-sama dengan pemerintah sehingga investor asing mulai tertarik dan memilih destinasi yang ada sebagai tujuan investasinya.
- d. Consolidation phase (konsolidasi)** pada fase ini, sektor pariwisata menunjukkan dominasi dalam struktur ekonomi pada suatu kawasan dan ada kecenderungan dominasi jaringan internasional semakin kuat memegang peranannya pada kawasan wisatawan atau destinasi tersebut. Jumlah kunjungan wisatawan masih menunjukkan peningkatan yang cukup positif. Pemasaran semakin gencar dan diperluas untuk mengisi berbagai fasilitas yang sudah dibangun. Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan.
- e. Stagnation phase (stagnasi)** pada fase ini, kapasitas berbagai faktor sudah terlampaui di atas daya dukung sehingga menimbulkan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kalangan industri sudah mulai bekerja berat untuk memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki khususnya dengan mengharapkan repeater guests atau wisata konvensi/bisnis. Program-program promosi dilakukan dengan sangat intensif namun usaha untuk mendatangkan wisatawan atau pelanggan

baru sangat sulit terjadi. Selain itu, atraksi buatan sudah mendominasi atraksi asli alami (baik budaya maupun alam), citra awal sudah mulai meluntur, dan destinasi sudah tidak lagi populer.

- f. **Decline phase (penurunan)** pada fase ini, wisatawan sudah beralih ke destinasi wisata baru atau pesang dan yang tinggal hanya 'sia-sia', khususnya wisatawan yang hanya berakhir pekan. Banyak fasilitas pariwisata sudah berlatih atau dialihkan fungsinya untuk kegiatan non-pariwisata, sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan. Partisipasi lokal mungkin meningkat lagi terkait dengan harga yang merosot turun dengan melemahnya pasar. Destinasi bisa berkembang menjadi destinasi kelas rendah (a tourism slum) atau sama sekali secara total kehilangan diri sebagai destinasi wisata.
- g. **Rejuvenation phase (peremajaan)** pada fase ini, perubahan secara dramatis bisa terjadi (sebagai hasil dari berbagai usaha dari berbagai pihak) menuju perbaikan atau peremajaan. Peremajaan ini bisa terjadi karena adanya inovasi dalam pengembangan produk baru dan menggali atau memanfaatkan sumber daya alam dan budaya yang sebelumnya belum dimanfaatkan. Jika Ingin melanjutkan pariwisata, perlu dilakukan pertimbangan dengan mengubah pemanfaatan destinasi, 33 mencoba mencari pasar baru, mereposisi atraksi wisata ke bentuk lainnya yang lebih menarik.



Gambar 2.1
Siklus Hidup Pariwisata

Sumber : Galih Alco Pranata dan Hertiar Idajati/ Jurnal Pariwisata

2.1.8. Desa Wisata

Menurut Muliawan (2008) dalam Atmoko (2014), Desa Wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan dikelola dan dikemas kehidupan secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya, dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktifitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat. Adapun menurut Muliawan (2008) dalam Atmoko (2014), prinsip pengembangan desa wisata adalah sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain :

- a. Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat.
- b. Menguntungkan masyarakat setempat
- c. Berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat
- d. Melibatkan masyarakat setempat
- e. Menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan

Menurut Muliawan (2008) dalam T. Prasetyo (2014), kriteria dari desa wisata adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas (sebagai atraksi wisata), baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan.
- b. Memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, yang antara lain dapat berupa : akomodasi/ penginapan. Ruang interaksi masyarakat dengan wisatawan/ tamu, atau fasilitas pendukung lainnya.

- c. Memiliki interkasi dengan pasar (wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut.
- d. Adanya dukungan, inisiatif dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan (sebagai desa wisata).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis, namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Hasil
1	Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman	T. Prasetyo Hadi Atmoko (2014)	Metode yang digunakan oleh peneliti adalah Metode Kualitatif.	Berdasarkan hasil penelitian bahwa potensi yang dimiliki oleh desa Brajan memiliki Potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Seperti : kerajinan bambu, kesenian, keindahan alam, serta penginapan.
2	Strategi Pengembangan Pariwisata Alternatif di Desa Pelaga	I Ketut Antara (2011)	Metode yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dilihat dari aspek potensi, pengembangan

	Kecamatan Petang Kabupaten Badung		kualitatif	wilayah desa pelaga didukung adanya beberapa potensi pariwisata seperti : aksesibilitas, fasilitas penunjang, atraksi wisata. Dan juga dukungan masyarakat desa terhadap perencanaan dan pengembangan pariwisata alternatif sangat sejalan dengan konsep yang digunakan yaitu pariwisata berbasis kemasyarakatan.
3	Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungung	Fitra Delita, Elfayetti, dan Tumiar Sidauruk (2012)	Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode Deskriptif Kualitatif	Hasil yang di dapatkan dari penelitian ini adalah Strategi pengembangannya antara lain membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi objek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata.

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, Strategi pengembangan memang menjadi hal penting. Strategi pengembangan digunakan sebagai media yang digunakan oleh pengusaha maupun objek wisata untuk mengembangkan objek tersebut agar lebih baik dan dapat bersaing dengan tempat – tempat lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti

berfokus pada strategi pengembangan apa yang digunakan, serta apakah ada alternatif strategi pengembangan produk wisata berdasarkan analisis SWOT.

Adapun yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat dari tabel dibawah ini

Tabel 2.2
Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Perbedaan
1	Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman	T. Prasetyo Hadi Atmoko (2014)	Metode yang digunakan oleh peneliti adalah Metode Kualitatif.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dapat dilihat dari penentuan lokasi penelitian. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh T. Prasetyo Hadi Atmoko adalah di desa wisata Brajan Kabupaten Sleman Yogyakarta, sementara lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah Desa Sungsang Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan.
2	Strategi Pengembangan Pariwisata Alternatif di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung	I Ketut Antara (2011)	Metode yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dapat dilihat dari penentuan lokasi dengan teknik pengumpulan data. Lokasi penelitian yang dilakukan I Ketut Antara adalah di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung, Bali dan juga penentuan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung

				atau observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun lokasi penelitian penulis ialah pada objek wisata desa sungsang, kabupaten banyuasin sumatera selatan dengan menggunakan teknik pengambilan data observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner dengan 30 orang responden dan juga studi literatur.
3	Analisis SWOT untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungung	Fitra Delita, Elfayetti, dan Tumiar Sidauruk (2012)	Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode Deskriptif Kualitatif	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dapat dilihat dari penentuan lokasi dan cara analisis data. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh Fitra Delita, Elfayetti, Tumiar Sidauruk adalah pada Objek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungung dan adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dapat dilakukan melalui reduksi data dan model data menggunakan matriks SWOT. Sedangkan dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi objek wisata desa sungsang kabupaten banyuasin

				sumatera selatan dengan menggunakan teknik analisis data yang dirumuskan melalui matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks Grand Strategy dan Matriks SWOT.
--	--	--	--	---