

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Strategi Pengembangan

##### 2.1.1 Pengertian Strategi Pengembangan

Istilah strategi berasal dari istilah Yunani yaitu *strategos*, artinya “a general set of maneuvers cried out over come an enemy during combat” yang diartikan sebagai pola pikir yang dikembangkan untuk memenangkan perang oleh para jenderal. Kemudian dalam kamus Indonesia-Belanda, strategi merupakan ungkapan yang memiliki arti taktik peperangan, kata ini berlaku dalam dunia militer untuk berusaha agar mampu memenangkan perang oleh karena itu perlu perencanaan atau siasat dalam penerapannya. Istilah strategi dapat dikatakan sebagai proses perencanaan agar tercapainya tujuan organisasi dalam jangka waktu yang sudah ditentukan.

Menurut Iskandar Wiryokusumo, pengembangan adalah upaya pendidikan, baik formal maupun non-formal, yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab. Tujuannya adalah untuk mengenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan dasar kepribadian yang seimbang, utuh, dan harmonis, serta pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuan individu. Pengembangan ini bertujuan sebagai bekal untuk memotivasi individu agar terus menambah, meningkatkan, dan mengembangkan dirinya serta lingkungan di sekitarnya, dengan tujuan untuk mencapai martabat, kualitas, dan kemampuan manusia yang optimal.

Strategi pengembangan merupakan upaya yang teratur dan berjangka dalam penerapan pola perilaku untuk mengembangkan sistem, dengan menggunakan metode refleksi dan analisis diri. Strategi ini berfungsi sebagai wadah untuk proses perubahan yang direncanakan, yang memerlukan dukungan dari semua pihak dalam organisasi agar dapat mengembangkan dan meningkatkan kinerja organisasi. Hal ini memerlukan upaya dalam jangka pendek, menengah, maupun panjang untuk menghadapi tantangan dan perubahan di masa depan.

### **2.1.2 Perumusan Strategi Pengembangan**

a. Misi

Misi organisasi adalah tujuan atau landasan yang mendasari pendirian suatu organisasi. Misi ini harus dirumuskan dengan jelas dan tepat agar dapat mengidentifikasi tujuan utama organisasi tersebut, serta membedakannya dengan organisasi lain.

b. Tujuan

Tujuan merupakan hasil dari proses yang telah direncanakan sejak awal. Tujuan berisikan hal-hal hendak dicapai di dalam organisasi.

c. Strategi

Strategi adalah perumusan rencana secara menyeluruh terkait cara organisasi menembus misi dan tujuan awal mereka. Dalam pelaksanaan strategi memerlukan pemaksimalan kelebihan dalam bersaing dan membatasi kekurangan.

d. Kebijakan

Kebijakan merupakan hal mendasar dalam organisasi untuk mencapai sebuah keputusan. Hal ini pula yang menjadi dasar dalam penentuan terkait

perencanaan strategi serta pengerjaannya. Pengembangan suatu organisasi memerlukan strategi yang efektif dimana dapat mendorong terciptanya keseimbangan satu sama lain di setiap organisasi dan ruang lingkungannya serta dalam hal pencapaian tujuan strategis organisasi.

### 2.1.3 Pengelompokan Strategi

Strategi sendiri dapat dibagi dalam empat bagian, yaitu:

a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Hal ini memiliki tujuan supaya sebuah organisasi atau perusahaan dapat menerapkan sistem pengawasan intensif kepada Pengirim Produk, Penyedia atau saingan bisnis lewat pembatasan, ambil alih maupun membangun usaha atau organisasi milik pribadi.

b. Strategi Intensif (*Intensiv Strategy*)

Strategi intensif merupakan strategi dengan menerapkan pengerjaan yang intensif dalam mengembangkan produk perusahaan guna meningkatkan persaingan.

c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi diversifikasi adalah rencana organisasi yang digunakan dalam pengembangan produk yang terbaru. proses ini semakin ditinggalkan dikarenakan perbedaan tingkat kesulitan dalam mengatur kinerja perusahaan atau organisasi.

d. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi bertahan memiliki tujuan supaya sebuah organisasi atau perusahaan menerapkan tindakan antisipasi untuk menghindari berbagai kerugian yang akan dialami perusahaan agar perusahaan tidak mengalami kebangkrutan.

## **2.2 Wisata Halal (Halal Tourism)**

### **2.2.1 Pengertian Wisata Halal**

Wisata halal (Halal Tourism) merupakan sebuah kebijakan dalam dunia pariwisata dengan dijalankan sesuai aturan syariah yang diperuntukkan bagi wisatawan muslim agar dapat melakukan perjalanan dengan rasa aman, nyaman dan terpercaya dengan tetap dapat dinikmati oleh wisatawan non muslim. Pengembangan wisata halal dilakukan untuk menjadikan Indonesia sebagai World's Best Halal Tourism Destination dengan peluang besar pasar pariwisata halal menuju 20 juta wisman (wisatawan mancanegara) dan 275 juta perjalanan wisnus (wisatawan nusantara) pada tahun 2019.

### **2.2.2 Karakteristik Wisata Halal**

Karakteristik yang paling menonjol dalam wisata halal yaitu penyediaan sarana serta pelayanan yang sesuai syariah untuk para wisatawan. Meskipun mengutamakan penyediaan fasilitas dan pelayanan untuk turis muslim, turis non muslim juga tetap bisa menikmati perjalanan wisata yang baik.

Salah satu karakteristik wisata halal yang lebih spesifik dapat dilihat dari penyediaan akomodasi pada hotel. Terdapat beberapa kriteria yang

wajib dijalankan dalam kegiatan operasional hotel untuk memenuhi standarisasi konsep wisata halal. Kriteria hotel syariah dapat dilihat dari beberapa sudut pandang sebagai berikut:

#### 1. Produk

- a. Toilet umum: Pemisahan toilet untuk pria dan wanita, dengan urinoir yang dipasang pembatas untuk menjaga privasi. Toilet dilengkapi dengan sarana aman, nyaman, serta memudahkan proses bersuci setelah menggunakan kloset atau urinoir
- b. Kamar Tidur: menyediakan sarana agar bisa beribadah berupa alat sholat dan petunjuk arah kiblat.
- c. Kamar mandi tamu: tersedianya sarana yang baik dan lengkap untuk proses wudhu agar terjaga privasi.

#### 2. Pelayanan

- a. Proses Mengelola Usaha: Menerapkan standar yang sesuai dengan jaminan halal
- b. Tenaga Kerja: Pihak yang bekerja sebagai staff diharuskan berseragam wajib sesuai aturan hotel tempat mereka bekerja

Karakteristik penting lainnya dari penerapan wisata halal dapat dilihat dari sektor penyedia makanan. Sektor penyedia makanan adalah faktor paling penting dalam penerapan wisata halal. Penentuan terkait makanan dan minuman halal dilakukan oleh lembaga sertifikasi halal MUI dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Makanan dan minuman yang telah terjamin kehalalannya dapat dilihat dengan adanya logo halal resmi yang tercantum pada produk tersebut. Dengan adanya jaminan halal

pada produk makanan dan minuman tidak hanya menguntungkan bagi wisatawan muslim tetapi juga bagi wisatawan non muslim dimana mereka dapat mengetahui bahwa makanan dan minuman yang dikonsumsi aman bagi tubuh. Fokus dari wisata halal adalah memberikan edukasi bagi produsen hingga konsumen untuk dapat memproduksi, mengonsumsi barang maupun jasa yang terjamin kemananan dan kesehatannya. Esensi utama dari wisata halal adalah mempedulikan aspek-aspek kemanusiaan dan lingkungan yang ada pada suatu produk barang maupun jasa.

### **2.2.3 Kebijakan dan Regulasi Wisata Halal**

Kebijakan dan regulasi meliputi komitmen dari pemerintah daerah serta pemerintah pusat dalam perumusan anggaran dan menstimulasi pertumbuhan serta kemajuan pariwisata. Pengembangan wisata halal dilakukan dengan mengacu pada UU No. 10 Tahun 2019 mengenai pariwisata yang menerangkan terkait pengembangan pariwisata akan dijalankan berdasarkan pada rencana pembangunan nasional. Untuk pelaksanaan pedoman penyelenggaraan pariwisata syariah mengacu pada nota kesepahaman Kementerian Pariwisata dengan Dewan Syariah Nasional MUI tahun 2016 Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/X/2016. Sedangkan untuk pelaksanaan pengembangan wisata halal pada tingkat daerah di Kota Malang dilakukan dengan mengacu pada rumusan peraturan walikota malang No 25 tahun 2020 mengenai Perencanaan Pemerintah Kota malang tahun 2020 dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah daerah (RPJMD) Kota Malang Tahun 2018-2023.

Guna mempercepat penerapan program wisata halal ini, Kementerian Pariwisata membentuk TP3H dengan 10 program yang dicanangkan, yaitu:

1. mempersiapkan penjualan serta mengatur paket wisata halal yang diunggulkan.
2. Menggencarkan program *hard selling*
3. Kampanye penjualan dengan intensif baik secara langsung maupun secara digital
4. Promosi, branding, PR-ing
5. Meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi serta industri pariwisata
6. Sertifikasi Industri Pariwisata Halal
7. Global Leadership Initiatives
8. Melatih tenaga kerja pariwisata halal
9. Connectivity
10. IT Dashboard Monitoring and Evaluation Halal Tourism Indonesia-War

Room M-17

## **2.3 Smart Tourism**

### **2.3.1 Pengertian Smart Tourism**

Dalam dunia pariwisata penggunaan teknologi pintar dapat dapat mengubah pengalaman pelanggan dan menghasilkan bisnis model kepariwisataan kreatif. Dalam dunia bisnis, konsep smart tourism (pariwisata cerdas) menghadirkan cara baru dalam mengatur arus wisatawan, memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan, memberikan model baru dalam pemasaran dan usaha kolaboratif baru yang membentuk

layanan cloud serta keterbukaan data untuk melakukan inovasi dengan tanpa adanya batasan bagi pariwisata tradisional ataupun konvensional.

Konsep smart tourism (pariwisata cerdas) sangat erat kaitannya dengan konsepsi smart City. Konsep ini terlahir dari konsep smart city dengan bergantung pada infrastruktur dan penguatan setiap subsistem atas konsep smart city. Smart tourism merupakan perubahan konsep pariwisata tertata dan intens yang didasarkan pada generasi terbaru Teknologi Informasi serta Komunikasi (TIK) yang bertujuan agar memberikan kepuasan dan pengalaman dalam berwisata sehingga dapat menciptakan efektivitas dan optimalisasi sumberdaya pariwisata dan sumberdaya sosial.

### **2.3.2 Komponen Smart Tourism**

Konsep smart tourism memiliki empat komponen utama dalam pelaksanaannya, adapun empat komponen tersebut sebagai berikut:

a. Informativeness

Unsur informativeness dapat diartikan sebagai pemberian informasi kepada para wisatawan melalui teknologi sesuai dengan konsep smart tourism. Kelengkapan informasi mengenai destinasi wisata sangat penting bagi wisatawan muslim agar mereka dapat berwisata dengan rasa aman, nyaman dan terpercaya yang sesuai dengan syariat.

b. Accessibility

Unsur accessibility didefinisikan sebagai pemberian kemudahan akses bagi wisatawan muslim dalam menggunakan teknologi selama melakukan wisata pada destinasi wisata halal.

c. Interactivity

Unsur interactivity merupakan penyediaan akses bagi wisatawan muslim untuk berinteraksi melalui sebuah platform yang dapat dijadikan sebagai Tourist Information Center. Penyediaan Tourist Information Center juga dapat digunakan sebagai saran untuk memberikan feedback baik ulasan kritik maupun saran bagi destinasi wisata halal.

d. Personalization

Unsur personalization merupakan pemberian kebebasan bagi wisatawan muslim untuk berkomentar kepada pengelola destinasi wisata dengan tujuan untuk membangun dan membenahi kekurangan dari destinasi wisata yang dikunjungi.

