

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelumnya, Telah ada penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata yang bisa dijadikan sebagai acuan dalam topik penelitian ini ,Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). Penelitian ini dilaksanakan terhadap peneliti Salah satu hal yang dapat dikembangkan dalam bidang pariwisata adalah keberagaman budaya.

Jurnal pertama oleh (Wilopo and Hakim 2017) dengan judul penelitian Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto) menjelaskan bahwa salah satu area yang bisa ditingkatkan dalam industri pariwisata ialah memperkaya keragaman budaya. Kawasan situs Trowulan adalah salah satu potensi wisata budaya di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur yang dapat menjadi daya tarik utama. Namun, terdapat beberapa tantangan terkait melibatkan komunitas lokal, mempromosikan atraksi wisata, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terkait, serta menyediakan fasilitas pendukung dan akses yang memadai. Strategi yang menggabungkan daya tarik wisata prospektif, aksesibilitas, infrastruktur pendukung, dan organisasi pariwisata diperlukan untuk memperkembangkan kawasan situs Trowulan. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode eksploratif. Informasi dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan ini menghasilkan strategi peningkatan destinasi wisata budaya di kawasan situs Trowulan, menyusun paket wisata yang menarik bagi para wisatawan, membangun citra destinasi pariwisata yang kuat, meningkatkan promosi melalui berbagai media, meningkatkan aksesibilitas melalui peningkatan infrastruktur, mengembangkan fasilitas akomodasi, menambahkan

fasilitas pendukung, dan membentuk lembaga pengelola kawasan situs Trowulan. Peningkatan mutu sumber daya manusia (SDM) di sektor pariwisata. Ini semua dirancang untuk meningkatkan daya tarik, akses, dan pelayanan di destinasi pariwisata kawasan situs Trowulan.

Jurnal kedua oleh (Nursaleh et al. 2021) dalam penelitian yang judulnya Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Wisata Budaya Dan Kearifan Lokal Di Kabupaten Majene menjelaskan bahwa Kekayaan budaya dan kearifan lokal merupakan aset vital dalam memajukan industri pariwisata dan merupakan hasil dari ekspresi kreatif masyarakat yang memiliki nilai ekonomi. Tujuan dari riset ini adalah mengevaluasi pertumbuhan pariwisata yang bergantung pada budaya dan kearifan lokal di Kabupaten Majene, serta langkah-langkah strategis yang diambil oleh pemerintah daerah Majene untuk mengembangkannya. Pendekatan yang diterapkan yaitu analisis kualitatif yang meliputi observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan seperti Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto. Wisata budaya dan kearifan lokal di Kabupaten Majene berpotensi meningkatkan usaha pariwisata melalui pemanfaatan kearifan lokal. Mengembangkan wisata budaya lokal dengan menonjolkan kearifan lokal Kabupaten Majene dapat secara efektif mempromosikan daerah tersebut sebagai daerah tujuan wisata yang kaya akan budaya.

Penelitian ketiga oleh (Helianus Rudianto dan Maya Diella 2022) dalam penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur menjelaskan bahwa industri pariwisata memiliki dampak besar dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pemerintah pusat dan sektor swasta berupaya keras untuk menggali dan mengembangkan potensi pariwisata di setiap daerah. Penelitian ini memiliki tujuan guna mengenal strategi yang diimplementasikan oleh pemerintah Kabupaten Blitar untuk mengoptimalkan potensi destinasi wisata lokal dengan tujuan menarik minat para wisatawan dan mendorong mereka untuk mengeksplorasi serta menikmati keindahan wisata

yang tersedia di daerah tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi review literatur serta penelitian lapangan yang mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian menghasilkan pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Blitar mengungkapkan beberapa strategi kunci, seperti promosi Ulas Kembar, pengenalan *Amazing Blitar: Land of Kings*, penggunaan promosi digital, pemanfaatan pembangunan Jalur Lintas Selatan (JLS), dan peningkatan fasilitas pendukung di sekitar destinasi wisata. Destinasi wisata di Kabupaten Blitar memiliki beragam keunikan yang memiliki potensi besar jika dikelola dengan profesional untuk menggali lebih banyak potensi pariwisata. Dukungan promosi digital juga dianggap sangat penting dalam memperkenalkan destinasi wisata di Kabupaten Blitar kepada wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Penelitian keempat oleh (Berutu 2023) yang penelitiannya berjudul Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Tangga Seribu Delleng Sindeka Sebagai Daya Tarik Wisata Kabupaten Pakpak Bharat Sumatera Utara. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu teknik deskriptif kualitatif, dengan tujuan memahami fenomena yang diamati pada subjek penelitian. Sumber data pokok penelitian ini yaitu informasi yang didapat dari wawancara, observasi, dan referensi dari perpustakaan. Data dievaluasi menggunakan pendekatan triangulasi untuk memperbandingkan dan menafsirkan informasi dari berbagai sumber. Informannya yaitu Dinas Pariwisata Pakpak Bharat dan masyarakat setempat. Temuan penelitian yaitu potensi pengembangan destinasi wisata Tangga Seribu Delleng Sindeka, termasuk daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung, sangat besar, mengingat keunikan dan kekayaan budaya yang dimiliki oleh destinasi tersebut. Meskipun sudah ada upaya pengembangan, namun masih diperlukan pembenahan lebih lanjut agar aspek daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung menjadi lebih optimal. Dinas Pariwisata Pakpak Bharat diharapkan bisa berkolaborasi dengan para pihak yang bersangkutan, termasuk masyarakat dan organisasi pariwisata, guna melakukan perbaikan yang lebih komprehensif terhadap aspek daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan pendukung di destinasi wisata tersebut.

Penelitian kelima oleh (Anwar et al. 2018) yang penelitiannya berjudul Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kalimantan Selatan menjelaskan bahwa UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menggarisbawahi perlunya pembangunan pariwisata guna memperluas peluang usaha, menghadapi perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global, serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Salah satu prioritas pembangunan di Kalimantan Selatan (Kalsel) adalah menjadikannya destinasi wisata nasional. Kajian mengenai pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal sangat penting dalam situasi ini. Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji potensi daya tarik wisata alam yang berakar pada kearifan adat yang dapat menjadi daya tarik utama Kalsel. Selain itu, mengkaji aksesibilitas, infrastruktur, lingkungan, unsur sosial budaya, kearifan lokal masyarakat lokal, dan metode pemasaran yang digunakan. Penelitian ini juga menekankan tantangan dan hambatan dalam membangun pariwisata berbasis kearifan adat di Kalsel. Pendekatan deskriptif kualitatif dipergunakan dalam analisis ini yang menginterpretasikan data dan informasi yang didapatkan sesuai dengan tujuan penelitian. Temuan ini menunjukkan beberapa lokasi wisata alam di Kalsel yang potensial untuk dikembangkan. Ada beberapa masalah utama yang menghambat pengembangan wisata alam berbasis kearifan lokal di Kalsel. Hal ini antara lain terkikisnya pengetahuan tradisional masyarakat lokal akibat modernisasi, tantangan pengelolaan, kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM), dan terbatasnya kesadaran masyarakat terhadap konsep Sapta Pesona yang sangat penting bagi daya tarik pariwisata Indonesia.

Penelitian keenam oleh (Rambulangi and Batara 2021) yang berjudul Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja menjelaskan bahwa Potensi pariwisata di Kabupaten Tana Toraja memiliki potensi yang sangat besar dan diharapkan mampu mendorong perkembangan daerah tersebut. Saat ini, terdapat 7 strategi pengembangan pariwisata yang sudah dijalankan di Tana Toraja. Oleh karena itu, evaluasi diperlukan untuk mengukur keberhasilan implementasi strategi tersebut dan aspek yang

berpengaruh dalam pertumbuhan pariwisata di daerah tersebut. Metode penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Temuan penelitian ini antara lain: Pertama, semua strategi telah dijalankan, namun dampaknya berbeda-beda. Strategi yang paling berhasil adalah pementasan pemasaran dan pengembangan produk yang memberikan hasil yang sangat signifikan. Strategi distribusi, multiplier, dan pengembangan produk juga memberikan pengaruh yang signifikan, meskipun masih ada bagian-bagian tertentu yang belum berhasil diterapkan seperti pengembangan SDM, pengembangan spasial, dan pengolahan interest pariwisata yang belum memberikan dampak signifikan bagi perkembangan pariwisata di Tana Toraja. Kedua, aspek yang mendorong perkembangan pariwisata di Tana Toraja termasuk keaslian objek wisata, peran serta partisipasi masyarakat, serta promosi yang beragam dan kreatif tentang objek wisata. Ketiga, aspek yang menghambat termasuk ketersediaan sarana dan prasarana yang kurang memadai, kurangnya profesionalisme SDM di bidang pariwisata, dan kurangnya landasan hukum terkait peraturan daerah yang spesifik mengenai pariwisata di wilayah tersebut.

Penelitian ketujuh oleh (Widiati and Permatasari 2022) yang berjudul Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung menjelaskan bahwa pembangunan pariwisata tak hanya bertujuan merangsang pertumbuhan perekonomian namun juga untuk menjaga kelestarian alam dan lingkungan. Kabupaten Badung mengalami tantangan terkait infrastruktur pendukung pariwisata yang tidak sejalan dengan regulasi zonasi, yang berpotensi menimbulkan dampak negatif pada lingkungan. Proyek ini bertujuan untuk mengevaluasi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan fokus pada pelestarian lingkungan serta merancang strategi pembangunan pariwisata yang mempertimbangkan aspek lingkungan dalam pembangunan fasilitas pariwisata di Kabupaten Badung. Penting untuk memberikan solusi melalui kebijakan atau strategi yang sesuai untuk mendorong pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Penelitian ini merupakan studi empiris dalam bidang hukum yang mengadopsi data primer dan sekunder. Temuan ini mengungkapkan

bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan menekankan strategi jangka panjang untuk meminimalkan dampak buruk terhadap lingkungan. Pemerintah berperan penting dalam menciptakan kebijakan pembangunan pariwisata yang efektif, khususnya dalam perencanaan yang terorganisir dan komprehensif dalam strategi pengembangan pariwisata di tingkat provinsi dan kabupaten/kota. Prinsip Tri Hita Karana memiliki relevansi yang besar dalam membuat aturan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Untuk mewujudkan strategi pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan di Kabupaten Badung, esensial untuk memastikan bahwa semua pembangunan berada dalam keselarasan dengan tujuan zonasi guna mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Sangat penting untuk memberdayakan penduduk lokal dalam pengembangan pariwisata dengan mempertimbangkan nilai-nilai agama dan budaya mereka serta memastikan pelestarian lingkungan.

Penelitian kedelapan oleh (Choirunnisa et al. 2021) yang berjudul Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung menjelaskan bahwa wisata budaya, yang mengedepankan kekayaan budaya sebagai daya tarik utama, harus dilestarikan sebagai cara bagi generasi mendatang untuk memahami dan meneruskan adat dan budaya setempat dalam menghadapi kemajuan teknologi yang pesat. Penelitian ini bertujuan dalam menemukan strategi pengembangan wisata budaya yang bisa diadopsi pada berbagai tingkatan di berbagai wilayah Indonesia untuk mempertahankan pariwisata budaya. Penelitian ini menerapkan metodologi deskriptif kualitatif dengan pendekatan literature. Berdasarkan tinjauan terhadap temuan-temuan sebelumnya, terungkap bahwa pengembangan pariwisata budaya memiliki potensi yang signifikan dalam mempromosikan pariwisata karena setiap daerah memiliki kekhasan budaya lokal yang menarik bagi para wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata budaya bisa dilaksanakan melalui berbagai cara, antara lain menciptakan atraksi budaya yang menjunjung identitas daerah, melestarikan bangunan bersejarah sebagai warisan budaya, meningkatkan infrastruktur, membangun fasilitas pendukung pariwisata, dan melibatkan

masyarakat lokal secara aktif.

Penelitian kesembilan oleh (Kuswandi 2020) yang berjudul Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pembangunan Pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) menjelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan taktik yang dilakukan pemerintah daerah dalam memajukan sektor pariwisata di Provinsi NTB. Tujuan dari riset ini untuk mengetahui potensi pariwisata, lokasi serta destinasi unggulan, mengatasi permasalahan dalam bisnis pariwisata, dan menganalisis taktik yang digunakan pemerintah daerah untuk meningkatkan sektor pariwisata. Penelitian ini menerapkan metode analisis deskriptif. Datanya dikumpulkan dari tinjauan literatur dan dokumentasi dengan menggunakan sumber data sekunder dari berbagai situs web Pemerintah Provinsi NTB dan entitas terkait. Temuan penelitian menunjukkan bahwa: pertama, Provinsi NTB telah efektif mengembangkan sektor pariwisatanya dengan mengidentifikasi potensi pariwisata, memilih destinasi utama, mengelola kawasan strategis pariwisata daerah, dan membuat rencana induk dan strategi pariwisata di tingkat Dinas Pariwisata. Kedua, pengembangan kepariwisataan dilakukan secara bertahap, kolaboratif, dan melibatkan berbagai pihak terkait. Ketiga, terdapat upaya untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dengan mengubah desa miskin menjadi desa wisata. Keempat, dilakukan pembangunan infrastruktur dan fasilitas pendukung pariwisata, promosi pariwisata melalui pemasaran yang efektif, menggalang kerjasama, meningkatkan kualitas SDM di sektor pariwisata, dan memperkaya jumlah dan kualitas daya tarik pariwisata.

Penelitian kesepuluh oleh (Rustoyo 2018) yang berjudul Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pedesaan Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Pangandaran menjelaskan bahwa penelitian ini bermula dari adanya sengketa antara pengelola objek wisata atau masyarakat lokal dengan pemerintah, serta belum memadainya pelaksanaan rencana strategis pemerataan dan kemajuan industri pariwisata di daerah tersebut. Penelitian ini mengadopsi analisis deskriptif dan berlangsung selama 9 bulan.

Pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara, melakukan observasi, dan mendokumentasikan informasi dari 13 orang. Prosedur pemrosesan data meliputi reduksi data, tampilan, dan verifikasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendekatan pengembangan lokasi wisata perdesaan yang direncanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran belum mencapai efektivitas yang maksimal. Berbagai kendala ditemukan, termasuk penolakan masyarakat dan pengelolaan pariwisata lokal terhadap pihak swasta ataupun investor, tidak ada rencana lokasi dan rencana induk yang tepat, serta kurangnya dana dan tenaga kerja. Upaya-upaya yang diterapkan telah difokuskan pada peningkatan komunikasi, keterlibatan masyarakat, kolaborasi pemangku kepentingan, program pelatihan, dan peningkatan alokasi anggaran tahunan untuk pertumbuhan sektor pariwisata.

2.2 Pariwisata

2.2.1 Konsep Pariwisata

Menurut definisi yang tercantum dalam KBBI, pariwisata adalah aktivitas yang terkait dengan perjalanan untuk tujuan rekreasi dan liburan, sementara wisatawan yaitu individu yang melakukan perjalanan untuk tujuan tersebut, seperti pelancong atau turis. Damanik dan Weber percaya bahwa pariwisata melibatkan pergerakan orang, produk, dan jasa yang rumit, berkaitan erat dengan organisasi, hubungan kelembagaan, persyaratan layanan, dan penyediaan. Spillane mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan sementara antar lokasi untuk bersantai, relaksasi, dan ikatan keluarga. Pariwisata menurut UU No. 10 Tahun 2009 di Indonesia mencakup serangkaian kegiatan bagi wisatawan yang meliputi sarana, prasarana, dan servis yang disiapkan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, pengusaha, dan publik. Lokasi pariwisata biasa disebut dengan atraksi atau situs wisata. Pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang memanfaatkan sarana, prasarana, dan layanan untuk hiburan, relaksasi, dan rekreasi keluarga.

2.2.2 Pengertian Pariwisata

Pariwisata yaitu kegiatan yang diselenggarakan oleh wisatawan yang melaksanakan perjalanan ke sebuah lokasi tujuan wisata yang berbeda dari tempat tinggal mereka, biasanya untuk tinggal sementara, bukan untuk mencari nafkah. Kegiatan ini dipicu oleh berbagai kebutuhan, umumnya untuk kesenangan dan hiburan, yang bertujuan untuk melepaskan kepenatan serta menciptakan pengalaman perjalanan dan layanan kehospitalitasan (Zakaria 2014). Secara etimologis, istilah "pariwisata" asal katanya dari "pari" dan "wisata", yang menunjukkan arti dari perjalanan yang berulang. Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan dalam periode tertentu ke berbagai lokasi yang berbeda secara berkesinambungan, tujuannya adalah untuk bersantai, memenuhi kebutuhan spesifik, terutama kebutuhan sekunder (Rambulangi and Batara 2021). Menurut (Prasetya dan Deddy, 2014), pariwisata adalah serangkaian kegiatan terkait yang bertujuan memberikan layanan kepada pengunjung mulai dari saat keberangkatan hingga mereka sampai di destinasi wisata, termasuk agen wisata, transportasi, penginapan, dan penjualan souvenir. Pertumbuhan dan kemajuan suatu daerah dapat terwujud jika setiap pemerintah daerah memiliki kemampuan dan komitmen untuk mengidentifikasi potensi yang ada di wilayahnya. Ini berarti bahwa setiap pemerintah daerah dapat mengembangkan berbagai strategi untuk merangsang pertumbuhan sektor pariwisata. Berdasarkan definisi tersebut maka kesimpulan dari bahwa pariwisata yaitu kegiatan yang dijalankan oleh wisatawan yang melakukan kunjungan wisata yang berbeda dari tempat tinggal mereka yang bertujuan memberikan layanan kepada pengunjung mulai dari saat keberangkatan hingga mereka sampai di destinasi wisata, termasuk agen wisata, transportasi, penginapan, dan penjualan souvenir dalam periode tertentu.

2.2.3 Fungsi dan Tujuan Pariwisata

UU No. 10 Tahun 2009 mengenai kepariwisataan mendeskripsikan bahwa pariwisata berperan dalam peningkatan pendapatan negara, kesejahteraan rakyat,

dan memenuhi kebutuhan fisik, spiritual, dan intelektual wisatawan melalui perjalanan dan kegiatan rekreasi. Lebih lanjut, tujuan dari pariwisata yaitu meningkatkan pertumbuhan perekonomian, kesejahteraan masyarakat, mengentaskan kemiskinan dan pengangguran, melestarikan warisan alam dan budaya, memperkuat identitas nasional, serta membina hubungan internasional.

2.2.4 Komponen Pariwisata

Menurut (Nugroho, W., & Sugiarti 2018), komponen pendukung pariwisata merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam sebuah destinasi wisata. Menurut Cooper, ada empat komponen kepariwisataan yang disebut sebagai 4A, yaitu *Attraction*, *Accessibility*, *Ancillary*, dan *Amenities* (Nugroho, W., & Sugiarti 2018). Stange dan Brown (Silvia, M., Rahman, M. B., & Rahman 2021) menyebutkan tiga komponen pariwisata, yang disebut sebagai 3A, yaitu *Accessibility*, *Attraction*, dan *Activity*. Selain itu, (Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih 2019) juga menyajikan enam komponen pengembangan pariwisata, termasuk di dalamnya adalah *Activity*, *Attraction*, *Ancillary*, *Amenities*, *Accessibilities*, dan *Available Package*. Berdasarkan pandangan beberapa ahli seperti yang disebutkan tersebut, beberapa konsep produk pariwisata dapat diuraikan antara lain:

1. Konsep Produk Pariwisata

a. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi yaitu elemen yang menarik wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi tertentu. Kawasan ini menampilkan kegiatan budaya, acara khusus, keindahan alam, hiburan, bangunan bersejarah, arsitektur, dan atraksi khas lainnya yang memikat pengunjung. Tujuan atraksi adalah untuk menawarkan hiburan dan keunikan tersendiri yang memotivasi individu untuk mengunjungi lokasi wisata. Setiap lokasi wisata mempunyai ciri khas yang membedakannya dengan lokasi wisata lainnya. (Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih 2019).

b. *Amenities* (Fasilitas)

Fasilitas umumnya meliputi berbagai fasilitas ritel, akomodasi, layanan makanan dan minuman, serta berbagai fasilitas layanan pariwisata lainnya. Fasilitas mencakup layanan termasuk makanan dan minuman (cafe, bar, resto), penginapan (hotel, motel), sumber daya komunikasi (internet, telephone), dan layanan finansial (ATM, transfer digital, perbankan, penukaran mata uang asing). Fasilitas di tempat wisata berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fasilitas dan meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan (Asmoro, A. Y., Bachri, T. B., & Detmuliati 2020).

c. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Komponen ini merujuk pada beragam layanan yang diperlukan dalam menyediakan infrastruktur di destinasi pariwisata. Layanan tambahan ini mencakup informasi wisata, lembaga pengelola, agen perjalanan, kantor pos, kantor berita, serta para pemangku kepentingan yang berperan dalam industri pariwisata (Widyaningsih 2020).

d. *Aksesibilitas*

Bagian ini mengacu pada fasilitas yang memudahkan akses ke suatu tempat, termasuk faktor kenyamanan, keamanan, dan waktu yang dibutuhkan. Pentingnya memprioritaskan aksesibilitas karena berdampak langsung pada kemudahan mencapai lokasi wisata. Peningkatan tingkat kenyamanan dapat menyebabkan peningkatan volume pengunjung (Nabila, A. D., & Widiyastuti 2018).

e. *Aktivitas*

Bagian ini mengacu pada beragam kegiatan yang terjadi di tempat wisata dan aktivitas yang dilaksanakan wisatawan selama kunjungan mereka. Kegiatan wisata dapat bervariasi dari yang bersifat pasif seperti menikmati pemandangan hingga aktif seperti bermain wahana yang tersedia. Kegiatan pariwisata juga dapat dibagi menjadi empat kategori: aktivitas, pemandangan, pembelajaran, dan belanja (Asmoro, A. Y., Bachri, T. B., & Detmuliati 2020).

f. *Available Package* (Paket yang Tersedia)

Komponen ini adalah segala rangkaian paket rekreasi atau wisata yang telah disusun dan diatur sebelumnya oleh pihak perantara atau penyedia destinasi wisata (Octaviany 2016).

2. Produk Pariwisata

Perkembangan sektor pariwisata dalam tiga dasawarsa terakhir telah berdampak pada meningkatnya permintaan pada produk-produk seni lokal baik yang bersifat tangible maupun intangible sebagai souvenir dan pengalaman bagi wisatawan yang mengunjungi sebuah destinasi. Meningkatnya permintaan ini seringkali membawa perubahan tatanan perekonomian pada daerah tujuan wisata. Tidak jarang bahwa produk-produk budaya lokal yang sebelumnya dibuat untuk memenuhi kebutuhan upacara-upacara keagamaan, saat ini telah dimodifikasi dan beralih fungsi sebagai produk untuk melayani pasar pariwisata. Hal seperti ini tampak sangat jelas di destinasi pariwisata seperti Bali dan daerah-daerah tujuan wisata baru lainnya.

Produk dalam industri pariwisata merupakan suatu produk yang disebut dengan produk line dalam arti bahwa penggunaannya dilakukan pada waktu bersamaan (S. Rahayu and Megasari 2018). Produk wisata merupakan keseluruhan fasilitas atau pelayanan yang berbentuk nyata atau tidak nyata disediakan bagi wisatawan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati agar suatu kesatuan rangkaian perjalanan dapat memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilih hingga kembali ketempat asalnya.

3. Inovasi Wisata

Dalam konteks ini inovasi dipandang sebagai kemampuan yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah untuk beradaptasi dengan perubahan-perubahan lingkungan, termasuk dalam hal ini adalah, salah satunya, lingkungan pasar pariwisata tempat ia mengoperasikan bisnisnya (Gallouj and Windrum 2009). Pada garis besarnya inovasi dalam industri pariwisata ini dikendalikan oleh dua faktor utama. Faktor yang pertama dikategorikan sebagai faktor internal

dapat meliputi human capital, kreativitas, keterbukaan (*open mindedness*), dan kewirausahaan, yang merupakan faktor dominan dalam persaingan bisnis kontemporer. Disamping faktor-faktor internal ini faktor eksternal seperti isu-isu global dalam bidang ekonomi, lingkungan, politik, demografi sosial, dan teknologi, juga menjadi faktor makro penentu keberhasilan proses inovasi bagi UKM, disamping faktor mikro seperti selera konsumen, persaingan, dan tekanan pemerintah. Abernathy & Clark (1985) mengemukakan empat tipologi inovasi yang dapat diadaptasikan terhadap inovasi pada UKM yang melayani pasar pariwisata. Keempat tipologi ini mencakup: (1) Inovasi penciptaan ceruk baru, (2) Inovasi arsitektural, (3) Inovasi revolusioner, dan (4) Inovasi regular. Inovasi dalam tipologi pertama merupakan inovasi yang mengarahkan perusahaan untuk bergerak kedalam ceruk pasar yang baru. Perusahaan yang mengadopsi tipe inovasi ini menggunakan teknologi dan kompetensi yang telah dimiliki untuk memasuki ceruk pasar yang selama ini belum dilayani oleh perusahaan. Adopsi terhadap tipe inovasi ini umumnya dilakukan pada pasar yang stabil dengan tujuan untuk memaksimalkan pertumbuhan penjualan. Dengan kata lain, inovasi jenis ini sesuai untuk diterapkan oleh perusahaan yang bermaksud untuk melakukan ekspansi pasar dengan risiko yang rendah.

Inovasi arsitektural adalah tipologi inovasi yang menggunakan teknologi baru untuk menciptakan ceruk pasar baru. Dengan demikian tipe inovasi ini memiliki risiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi tipe pertama. Perusahaan yang berhasil mengimplementasikan tipe inovasi kedua ini memungkinkan untuk menghasilkan perubahan terhadap industri secara menyeluruh. Hal ini disebabkan karena keberhasilan inovasi pada pasar yang baru dapat berdampak positif terhadap pasar-pasar yang selama ini telah dilayani untuk menerima inovasi sebagaimana ditawarkan kepada ceruk pasar yang baru. Pada tipe inovasi ketiga, atau inovasi revolusioner, perusahaan memperkenalkan teknologi baru kepada pasar yang selama ini telah dilayani dengan tujuan untuk memelihara eksistensinya pada pasar yang dimaksud. Dengan berfokus pada pasar-pasar yang telah dilayani, perusahaan dapat

berhadapan untuk menghasilkan dampak perubahan pada sebuah industri dengan tingkat risiko yang tidak terlalu besar. Tipe inovasi keempat merupakan bentuk inovasi yang mengandalkan teknologi dan atau kompetensi yang telah dimiliki untuk meningkatkan pelayanan yang lebih baik terhadap pasar-pasar yang telah dilayani. Dengan demikian tujuan utama dari tipe inovasi ini adalah meningkatkan kepuasan konsumen, sedemikian akan berdampak pada tingkat pembelanjaan dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.2.5 Jenis-Jenis Pariwisata

Setiap wilayah memiliki potensi yang unik, dan demikian pula dengan jenis pariwisata yang dapat dikembangkan di setiap wilayah. Setiap jenis pariwisata memiliki karakteristiknya sendiri yang perlu diperhatikan oleh pemerintah daerah setempat. Penting untuk membedakan jenis-jenis pariwisata dalam perencanaan dan pembangunan, sehingga kebijakan yang mendukung sektor pariwisata dapat ditentukan dengan tepat, dan ini juga memengaruhi pengembangan fasilitas industri pariwisata di wilayah tersebut. Letak geografis tempat wisata mempengaruhi variasi antar wilayah. (Spilane, 1994) mengkategorikan pariwisata ke dalam berbagai bentuk, yaitu:

1. *Pleasure Tourism*

Masyarakat melakukan bentuk pariwisata ini dengan berangkat dari tempat tinggalnya untuk liburan, menikmati udara segar, mengagumi keindahan alam, dan mencari ketenangan jauh dari perkotaan.

2. *Recreation Tourism*

Dilaksanakan oleh sekelompok individu yang berkeinginan untuk bersantai dan memulihkan tenaga selama waktu istirahat. Biasanya, mereka akan tetap berada di tempat yang mereka anggap sebagai tempat rekreasi ideal, seperti pantai atau gunung, selama mungkin.

3. *Cultural Tourism*

Ditandai oleh serangkaian motivasi, seperti harapan untuk memperoleh

pengetahuan di lembaga pendidikan dan penelitian, guna menggali tradisi, institusi, dan gaya hidup, warisan sejarah, seni, dan tarian tradisional masyarakat.

4. *Sport tourism*

Bentuk pariwisata ini terbagi menjadi 2 kategori:

5. *Big Sport event*: acara olahraga yang menarik minat banyak orang.
6. *Sporting tourism of practitioner*: acara olahraga yang menarik minat banyak orang.
7. *Convention Tourism*

Jenis pariwisata ini berfokus pada penyediaan fasilitas pertemuan dan konvensi dengan peralatan terkini yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan konvensi secara efisien. Hal ini sedang dikembangkan di Indonesia.

8. *Bussines Tourism*

Dilaksanakan dalam pertemuan atau transaksi bisnis antara para pengusaha.

1. Pariwisata Alam: jenis wisata ini terfokus pada keindahan alam, pegunungan, serta kehidupan fauna dan flora langka.
2. Pariwisata Budaya: bertujuan untuk menggali lebih dalam pemahaman tentang kehidupan masyarakat lokal, kebiasaan, tradisi, kebudayaan, dan seni daerah.
3. Pariwisata Pertanian: melibatkan kunjungan ke aktivitas pertanian, perkebunan, dan perladangan sembari menikmati keindahan berbagai jenis tanaman.
4. Pariwisata Laut: terkait dengan aktivitas olahraga air atau laut seperti memancing, berselancar, menyelam, berlayar dan eksplorasi kehidupan laut.
5. Pariwisata Kesehatan: fokus pada kebutuhan istirahat fisik dan mental,

sering kali mendatangi tempat-tempat peristirahatan seperti sumber air panas mineral atau daerah dengan iklim yang sejuk dan menyehatkan.

6. Pariwisata Komersial: melibatkan perjalanan untuk menghadiri pameran dagang atau industri serta acara komersial lainnya yang ditampilkan dengan berbagai atraksi seni.
7. Pariwisata Ziarah: terkait dengan aspek agama, sejarah, tradisi, dan keyakinan masyarakat, sering kali berupa kunjungan ke tempat suci, makam tokoh agama, situs bersejarah, atau lokasi yang dianggap keramat.

Sedangkan jenis-jenis pariwisata menurut (Mursito, n.d.), digolongkan menjadi 2 bagaianyaitu:

1. Nilai Budaya Tinggi: terdiri dari hasil kerajinan tangan yang sangat indah berupa ukiran kayu, kulit, dan logam, serta batik, songket, tari, dan music tradisional yang berbeda-beda di setiap daerah. Ini juga dapat mencakup warisan sejarah seperti kuil, istana, dan seni tradisional serta gaya hidup dari banyak lokasi.
2. Keindahan Alam: meliputi pemandangan ombak, pantai berpasir putih, karang laut, formasi tanah unik, pegunungan berapi, mata air panas, air terjun, serta berbagai hidangan khas daerah.

2.3 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan merupakan suatu proses, cara, perbuatan menjadikan sesuatu menjadi lebih baik, maju, sempurna dan berguna (Alwi Hasan et al, 2005:269). Pengembangan merupakan suatu proses/aktivitas memajukan sesuatu yang dianggap perlu untuk ditata sedemikian rupa dengan meremajakan atau memelihara yang sudah berkembang agar menjadi lebih menarik dan berkembang. Pengembangan pariwisata yaitu usaha untuk meningkatkan atau melengkapi fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan oleh para wisatawan agar merasa nyaman saat berada di tempat wisata. Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang (Yoeti,

1995:57). Wisata mengandung unsur-unsur yaitu kegiatan perjalanan, dilakukan secara sukarela, bersifat sementara, dan perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memberikan keuntungan baik itu keuntungan bagi wisatawan maupun keuntungan bagi masyarakat setempat.

Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan manfaat bagi wisatawan maupun masyarakat setempat. Bagi masyarakat setempat manfaatnya dalam hal ekonomi, sosial dan budaya. Namun, jika dalam pengembangannya itu tidak dipersiapkan dan dikelola dengan sangat baik maka dapat juga menimbulkan berbagai permasalahan yang merugikan wisatawan ataupun masyarakat. Maka dari itu untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi wisatawan maupun masyarakat maka perlu pengkajian secara mendalam terhadap semua sumber dan daya pendukungnya

2.3.1 Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism*)

Teori utama dalam penelitian ini adalah *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan. Teori ini dikemukakan oleh Bramwell pada tahun 1993. Menurutnya pariwisata berkelanjutan merupakan suatu pengembangan lingkungan yang memiliki dampak positif untuk sekitarnya yang dapat dirasakan untuk saat ini dan masa yang akan datang (Bramwell, 1993). Pada mulanya konsep pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* berasal dari konsep pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development* yang dimunculkan oleh WCED (*World Commission on Environment and Development*) di tahun 1987 yang selanjutnya *The World Tourism Organization (UNWTO)* mengangkat konsep keberlanjutan dan menjelaskan bahwa pariwisata berkelanjutan merupakan gambaran pariwisata yang mengutamakan kelestarian lingkungan, aspek-aspek budaya dan sosial, serta efek kesejahteraan di sekitar (Tamrin et al. 2021). Maksud konsep tersebut dasardasar keberlanjutan dibuat guna memakai sumber daya dengan maksimal dan bersama-sama menjaga dan meningkatkan kualitas alam

(Pinanatri 2019).

Menurut Sunaryo, banyak pariwisata yang melahirkan kegundahan dari banyak bidang tentang dampak negatif diantaranya bidang sosial, budaya, dan ekonomi yang diakibatkan oleh kegiatan pariwisata sehingga bisa dikatakan bahwa pariwisata berkelanjutan bisa menjadi jawaban atas persoalan yang ada (Agfianto, Antara, and Suardana 2019).

Konsep dasar dari pengembangan pariwisata berkelanjutan menjadikan masyarakat sekitar, lingkungan sekitar, dan ekonomi menjadi pegangan atau pilar dalam pengembangannya. Tujuan konsep dasar tersebut yaitu keseimbangan dari penghasilan masyarakat, pemberdayaan, kebiasaan, nilai-nilai lokal dan kelestarian lingkungan sekeliling lokasi wisata (Agfianto, Antara, and Suardana 2019).

Menurut McIntyre yang tertuang di dalam buku *Sustainable Tourism Development Guide for Local Planner* menjelaskan bahwa terdapat tiga elemen penting yang saling berhubungan dalam membangun dan pengembangan pariwisata berkelanjutan dan jika elemen ini dikaitkan akan menumbuhkan kualitas hidup masyarakat. Tiga elemen tersebut yaitu:

1) Industri Pariwisata

Industri pariwisata merupakan sesuatu yang bisa meningkatkan ekonomi dapat berupa lapangan pekerjaan, meningkatkan penghasilan, mendukung penanaman modal, dan bertambahnya peluang untuk pengembangan usaha.

2) Lingkungan

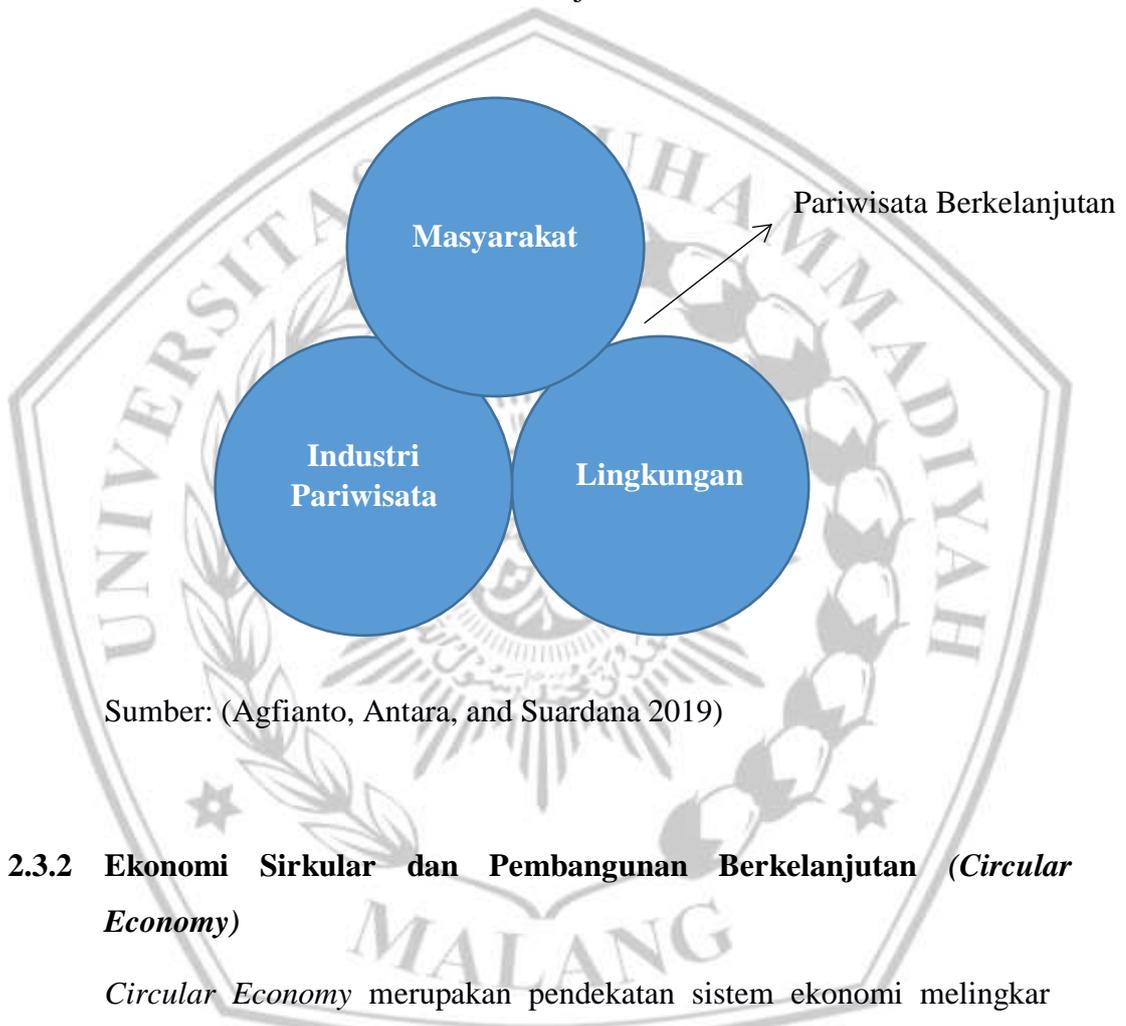
Hal yang mendorong kepariwisataan bisa bertahan lama yaitu model dan tingkat kegiatan kepariwisataan harus proporsional antara daya tampung yang tersedia, baik sumber daya alam ataupun buatan.

3) Masyarakat

Kenaikan taraf hidup masyarakat merupakan aspek pokok. Jika

masyarakat dilibatkan disemua kegiatan maka masyarakat memiliki motivasi dan merasa mempunyai tanggung jawab atas keputusan yang dipilih. Penjelasan tersebut dapat digambarkan seperti gambar berikut ini:

Gambar 2.3.1 Elemen kualitas hidup masyarakat pada pariwisata berkelanjutan



Sumber: (Agfianto, Antara, and Suardana 2019)

2.3.2 Ekonomi Sirkular dan Pembangunan Berkelanjutan (*Circular Economy*)

Circular Economy merupakan pendekatan sistem ekonomi melingkar dengan memaksimalkan kegunaan dan nilai bahan mentah, komponen, serta produk, sehingga mampu mereduksi jumlah bahan sisa yang tidak digunakan dan dibuang ke tempat pembuangan akhir. Penerapannya akan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi hijau yang lebih tinggi dibandingkan skenario “business as usual”. Menurut (Fajar et al. 2023) Ekonomi sirkular adalah konsep memaksimalkan nilai penggunaan suatu produk dan

komponennya secara berulang, sehingga tidak ada sumber daya yang terbuang (*resource efficiency*). *Blue, Green, and Circular Economy* memiliki potensi dan keuntungan besar untuk pembangunan ekonomi global berkelanjutan. Implementasinya dapat menciptakan jutaan lapangan pekerjaan baru, mengurangi sampah dari berbagai sektor, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Konsep ekonomi sirkular dapat dilakukan dengan mengutamakan penggunaan sumber daya, sampah, meminimalkan emisi dan energi terbuang dengan menutup siklus produksi-konsumsi dengan memperpanjang umur produk, inovasi desain, pemeliharaan, penggunaan kembali, remanufaktur, daur ulang ke produk semula, atau daur ulang menjadi produk lain (Fajar et al. 2023).

Pembangunan industri merupakan salah satu pilar utama pembangunan perekonomian nasional. Prinsip-prinsip pembangunan industri yang berkelanjutan didasarkan pada aspek pembangunan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan hidup. Saat ini, pembangunan industri sedang dihadapkan pada persaingan global yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri nasional. Menurut Brundtland Report tersebut pembangunan berkelanjutan adalah proses pembangunan yang bertujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan dari generasi masa depan. Pembangunan berkelanjutan memiliki tiga pilar yaitu ekonomi, sosial serta lingkungan yang terintegrasi. Pemahaman pembangunan berkelanjutan harus dipahami secara luas yaitu pemahaman yang mengaitkan ekonomi, sosial, dan juga lingkungan. Adanya masalah tentang ketersediaan air, tanah, bahan pangan, maupun energi adalah akibat dari perilaku manusia yang mengeksploitasi alam secara besar-besaran.

Dengan adanya konsep pembangunan berkelanjutan dapat secara jelas terlihat pengelolaan dari sumber daya alam yang harus dilakukan secara baik dan hati-hati dengan tujuan generasi yang akan datang akan tetap bisa menikmati kekayaan alam yang dijaga sejak saat ini (Iron Muntafiroh 2011). Saat ini pembangunan berkelanjutan telah dicapai secara pesat dalam meningkatkan

taraf hidup serta kesejahteraan masyarakat. Namun seiring dengan pesatnya pembangunan tersebut, ada kemunduran yang terjadi. Kemunduran tersebut adalah pada kemampuan sumberdaya alam seperti tanah, air, serta hutan telah terkuras. Tidak hanya itu, pada sumberdaya perikanan, minyak, dan juga tambang juga mulai terkuras dan bahkan merusak lingkungan peninggalan dari eksploitasi tersebut. Pembangunan berkelanjutan memiliki tujuan yang harus dicapai yang disebut Sustainable Development Goals. Tujuan dari pembangunan berkelanjutan yaitu pembangunan yang selalu mengawasi tentang peningkatan perekonomian masyarakat yang sejahtera yang dilihat dari kehidupan sosial masyarakatnya, lalu pengawasan juga dilakukan untuk melihat kualitas dari lingkungan hidup dan dapat menjamin terlaksananya tata kelola serta keadilan untuk meningkatkan kualitas hidup setiap generasi (Adams, 2017).

1. **Perkembangan ekonomi Pariwisata**

Perkembangan ekonomi pariwisata (*tourism economics*) yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir mungkin merupakan hasil dari kombinasi beberapa faktor. Namun, salah satu pendorong utamanya tanpa keraguan adalah meningkatnya pariwisata sebagai aktivitas ekonomi penting di seluruh dunia. Pariwisata adalah komoditas gabungan yang melibatkan banyak industri. Jika dihitung secara lengkap, pariwisata merupakan industri terbesar di dunia dari segi lapangan kerja dan produksi secara global. Selain itu, industri pariwisata terus berkembang. Di sisi permintaan, ekspansinya mencerminkan pertumbuhan ekonomi global. Jumlah orang di seluruh dunia yang memperoleh pendapatan per kapita yang lebih tinggi dan lebih banyak waktu luang. Karena permintaan pariwisata elastis terhadap pendapatan dan cenderung meningkat seiring dengan bertambahnya waktu luang yang tersedia, hal ini telah merangsang permintaan pariwisata (Hutson 2002). Di sisi pasokan, kontributor untuk ekspansi pariwisata secara global adalah penurunan biaya perjalanan sebenarnya, penurunan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan perjalanan pada jarak yang sama, peningkatan frekuensi dan kepadatan layanan perjalanan, serta penurunan biaya transaksi dalam

mengatur tour. Argumen juga menyebutkan bahwa meskipun terdapat terorisme, risiko keseluruhan yang terkait dengan pariwisata lebih sedikit daripada masa lalu. Selain itu, pengetahuan tentang kemungkinan perjalanan dan pariwisata lebih mudah diperoleh daripada masa lalu, misalnya, karena kemajuan dalam teknologi informasi. Semua faktor ini (dan kemungkinan faktor lainnya) telah berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata global dan meningkatkan relevansi ekonomi pariwisata bagi dunia modern. Selain itu, setidaknya dalam jangka waktu yang dapat diprediksi, pariwisata global, meskipun memiliki efek jangka pendek dan siklikal (seperti yang disebabkan oleh resesi ekonomi), kemungkinan akan terus berkembang (Hutson 2002).

2. Dampak Ekonomi

Pariwisata menjadi faktor penting dalam ekonomi dikarenakan pariwisata merupakan faktor pendorong suatu perkembangan beberapa sektor ekonomi. Dengan meningkatnya sektor pariwisata meningkat pula industri-industri terkait yang erat hubungannya dengan sektor pariwisata diantaranya handycrafts, souvenir goods serta sektor pertanian di mana wisatawan membutuhkan makanan untuk dikonsumsi. Lebih lanjut, Menurut (Marine 2001) *Ecotourism for Atlantic Area* dalam kaitannya dengan pendapatan masyarakat, terdapat tiga kelompok dampak ekonomi yang ada yaitu efek langsung (*Direct Effects*), efek tidak langsung (*Indirect Effects*), dan efek lanjutan / induksi (*Induced Effects*). Dalam penerapannya, efek tidak langsung dan efek induksi kadang – kadang disebut sebagai efek sekunder (*Secondary Effects*) yang mengikuti efek langsung sebagai efek primer (*Primary Effect*).

3. Dampak Ekonomi Lanjutan (*Induced Effects*)

Menurut Mutiarani menyatakan bahwa dampak ekonomi lanjutan yaitu dampak yang diperoleh dari pengeluaran tenaga kerja lokal seperti biaya hidup sehari-hari, biaya anak sekolah, biaya transportasi, dan lain-lain. Pengeluaran dari pihak tenaga kerja lokal dibagi menjadi dua kategori yaitu biaya pengeluaran dalam lokasi wisata dan di luar wisata (Agfianto, Antara, and Suardana 2019). Indikator dari dampak ekonomi lanjutan yaitu:

- a. Penghasilan.
- b. Proporsi pengeluaran tenaga kerja di lokasi wisata.
- c. Proporsi pengeluaran tenaga kerja di luar lokasi wisata.

Pariwisata menjadi mesin pemberdayaan ekonomi masyarakat dan menjadi salah satu yang dipercaya bisa memajukan pertumbuhan dan perkembangan dalam sektor pekerjaan baru, sumber penghasilan untuk masyarakat, kegiatan pariwisata yang bisa memajukan pertumbuhan dan perkembangan kegiatan ekonomi di lokasi-lokasi sekitar yang belum maju dan terkena pembangunan. Aktivitas pariwisata di beberapa tempat dan daerah bisa menumbuhkan dampak positif dari bidang ekonomi untuk masyarakat sekitarnya. Dan justru memberikan kecenderungan bisa memajukan tingkat penghasilan masyarakat sekitar (Sulistiyadi, Fauziah, and Derinta 2021).

Kekuatan sumber daya alam menjadi modal berupa modal flora, fauna, ekosistem, kejadian alam dan kehidupan budaya masyarakat lokal yang sangat eksklusif, khas, murni, beraneka ragam dan kekuatan, mempunyai daya tarik sebagai lokasi wisata. Tetapi ekosistem lingkungan alam yang menjadi daya tarik tersebut juga tersembunyi dan peka untuk gampang hilang apabila dalam pelaksanaan pengembangan tidak mengarah pada peraturan dan etika pengembangan pariwisata.

2.4 Analisis SWOT

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang. Menurut Chandler Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan pariwisata dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Argyris strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi (Rangkuti, 1999:3).

SWOT adalah akronim untuk kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dari lingkungan eksternal

perusahaan. Menurut Abdillah,W. dan Jogiyanto (2015), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan eksternal dan tantangan yang dihadapi. Analisis SWOT dalam bidang pariwisata dapat dimanfaatkan untuk merumuskan arahan dan skenario pengembangan pariwisata baik dalam skala mikro sampai skala makro yang saling berhubungan, artinya SWOT dapat merumuskan secara rasional dan berurutan sesuai dengan tujuan keperluanya sebagai berikut :

1. Memberikan gambaran mengenai permasalahan yang perlu diindikasikan untuk pengembangan industri pariwisata.
2. Menganalisis hubungan antar isu pengembangan industri pariwisata.
3. Memberikan scenario dan arahan keadaan sekarang dan masa datang yang akan dituju bagi pengembangan industri pariwisata.

Dari hasil analisis SWOT akan dihasilkan beberapa strategi yang akan digunakan untuk perencanaan dan pengembangan industri pariwisata (Fretes, 2013 : 50). Strategi yang berasal dari proses analisis SWOT dapat dibedakan dalam empat macam, yaitu : agresif, diversifikasi, turn-around, dan defensif.

1. Kekuatan (*strengths*) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan.
2. Kelemahan (*weaknesses*) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.
3. Peluang (*opportunities*) adalah faktor-faktor lingkungan yang positif.
4. Ancaman (*threats*) adalah faktor-faktor lingkungan yang negatif.

Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan atau kelemahan internal, digabungkan dengan peluang atau ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Faktor eksternal dan internal menurut (Fahmi, 2012) untuk

menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT.

4. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats. Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi disektor pariwisata. Faktor ini mencakup lingkungan industry dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

5. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strenghts and weaknesses. Dimana faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang dimana ini mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan.

