

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategeia* (*stratos* yang berarti militer dan *ag* yang berarti memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.¹ Strategi adalah suatu proses perencanaan yang akan dilaksanakan dan mencapai hasil yang maksimal. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*).

Strategi juga dapat diartikan sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan tentang sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi².

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan rencana jangka panjang yang disusun oleh suatu perusahaan dengan memaksimalkan sumber daya agar tercapainya tujuan akhir perusahaan. Suatu organisasi perlu menyusun strategi untuk pengembangan perusahaannya agar mampu terus bertahan dan berkembang dimasa yang akan datang.

2.2 Pengembangan Objek Wisata

2.2.1 Pengertian Pengembangan Objek Wisata

Menurut Nuryanti dalam Heri Tjahjono, pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan *matching and adjustment* yang terus menerus antara sisi *supply* dan *demand* kepariwisataan yang tersedia untuk mencapai misi

¹ Onay Fitriana Sitorus, Novelia Utami. 2018. Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran. Hal:4.

² Husein Umar. 2017. Strategic Management in Action. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hal:31.

yang telah ditentukan.³ Sebuah objek wisata akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Dalam meningkatkan potensi pariwisatanya, hal yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan wisata agar dapat lebih baik dari sebelumnya. Tiga prinsip utama dalam pariwisata berkelanjutan adalah: Heri Tjahjono, Analisis Potensi dan Masalah Pariwisata

1. *Ecology Sustainability*, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan proses ekologi, biologi, dan keragaman sumberdaya ekologi yang ada.
2. *Social and Cultural Sustainability*, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat sekitar dan sesuai dengan kebudayaan serta nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat tersebut.
3. *Economic Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efisien secara ekonomi dan bahwa sumberdaya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang.⁴

Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam. Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara pengembangan produk pariwisata dan pengembangan pemasaran pariwisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata. Menurut *Spillance*, yaitu perkembangan pariwisata yang sangat pesat dapat menimbulkan berbagai dampak. Secara umum dampak yang ditimbulkan adalah dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari pengembangan pariwisata meliputi:

1. Memperluas lapangan kerja

³ Heri Tjahjono. Analisis Potensi dan Masalah Pariwisata di Kelurahan Kandri. Jurnal Forum Ilmu Sosial, Vol. 37, No 2 Desember 2019. Hal:162

⁴ Marceilla Hidayat. Strategi Perencanaan Pengembangan Objek Wisata, Tourism and Hospitality Essentials (THE) journal. Vol. 1, No. 1, 2019. Hal:37

2. Bertambahnya kesempatan kerja
3. Meningkatkan pendapatan
4. Terpeliharanya kebudayaan setempat
5. Dikenalnya kebudayaan setempat oleh wisatawan.

Dampak negatif dari pariwisata tersebut akan menyebabkan:

1. Terjadinya tekanan tambahan penduduk akibat pendatang baru dari luar daerah.
2. Timbulnya komersialisasi
3. Berkembangnya pola hidup konsumtif
4. Terganggunya lingkungan
5. Semakin terbatasnya lahan pertanian
6. Pencemaran budaya
7. Terdesaknya masyarakat setempat⁵.

2.2.2 Langkah Pokok Pengembangan Objek Wisata

Pengembangan potensi wisata adalah langkah yang dilakukan untuk membuat daya tarik wisata ini maju sehingga banyak dikunjungi⁶. Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Langkah pokok pengembangan pariwisata yaitu :

1. Dalam jangka pendek dititik beratkan pada optimasi, terutama untuk :
 - a. Mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan
 - b. Meningkatkan mutu tenaga kerja
 - c. Meningkatkan kemampuan pengelolaan
 - d. Memanfaatkan produk yang ada
 - e. Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada.

⁵ Cory Cornelia, Ima Amaliah, Aan Julia. Dampak Taman Wisata Perairan (TWP) terhadap Kegiatan Ekonomi dan Sosial Masyarakat di Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara. Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 2 No. 1 Tahun 2016. Hal: 46

⁶ Yoeti.Oka A.2018.perencanaan dan pengembangan pariwisata.Jakarta PT. Pradnya Paramita. Hal:50

2. Dalam jangka menengah dititik beratkan pada konsolidasi, dalam:
 - a. Memantapkan citra kepariwisataan Indonesia
 - b. Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan
 - c. Mengembangkan dan diversifikasi produk
 - d. Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja.

3. Dalam jangka panjang dititik beratkan pada pengembangan dan penyebaran dalam :
 - a. Pengembangan kemampuan pengelolaan
 - b. Penembangan dan penyebaran produk dan pelayanan
 - c. Pengembangan pasar pariwisata baru
 - d. Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.⁷

Menurut Manulang dalam pengembangan wisata dibutuhkan sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan suatu organisasi:⁸

- a. *Man* (Manusia)

Untuk melakukan berbagai aktivitas dalam organisasi kita perlukan manusia. Tanpa adanya manusia, manajer tidak akan mungkin mencapai tujuannya. Harus diingat bahwa manajer adalah orang yang mencapai hasil melalui orang lain.

- b. *Money* (Uang)

Sarana manajemen yang kedua adalah uang. Untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang. Seperti upah atau gaji orang yang mengadakan pengawasan, bekerja dalam proses produksi, membeli bahan-bahan peralatan, dan lain sebagainya. Uang

⁷Meiwany A. K. Tapatfeto dan Juita L.D Bessie. 2018. Strategi Pengembangan Objek Wisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten TTS). Journal of Management (SME's). Vol. 6No.1. Hal: 5

⁸Wardana. 2017. Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Barat. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Hal:24-25

sebagai sarana manajemen harus digunakan sedemikian rupa. Karena kegagalan atau ketidaklancaran proses manajemen sedikit banyak ditentukan atau dipengaruhi oleh perhitungan atau ketelitian dalam penggunaan uang.

c. *Material* (Bahan-Bahan)

Dalam proses pelaksanaan kegiatan, manusia menggunakan material atau bahan-bahan, karenanya dianggap pula sebagai alat atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan.

d. *Methods* (Cara)

Agar dapat melakukan kegiatan-kegiatan secara berdaya guna dan hasil guna maka manusia dihadapkan pada berbagai alternative method atau cara melakukan pekerjaan. Oleh karena itu metode atau cara dianggap pula sebagai sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

e. *Market* (Pasar)

Sarana manajemen yang penting lainnya adalah pasar atau market. Tanpa adanya pasar, maka tujuan tidak akan mungkin tercapai.

2.2.3 Peranan Pemerintah dalam Pengembangan Objek Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pemerintah dapat meningkatkan potensi pariwisata suatu daerah diukur melalui indikator sebagai berikut:⁹

1. Memfasilitasi

Dalam pengembangannya, daya tarik wisata sebaiknya dibangun secara sinergis dengan memerhatikan fasilitas wisata, fasilitas umum, aksesibilitas/sarana prasarana. Tidak kalah

⁹ Sukaris, Aries Kurniawan dan Moh. Dian Kurniawan. 2023. Strategi Pengembangan Wisata Desa Yang Berkelanjutan. Jurnal Manajerial, Volume 10 Nomor 01.

penting, pembangunan pariwisata haruslah berbasis pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan ini harus mengadopsi sistem yang utuh dan berkelanjutan.

2. Mendorong penanaman modal

Pemerintah dan Pemerintah Daerah mendorong penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing di bidang kepariwisataan sesuai dengan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, provinsi, dan kabupaten/kota.

3. Pengembangan pariwisata

Pemerintah bersama lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan.

4. Mengelola pariwisata

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah mengatur dan mengelola urusan kepariwisataan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

5. Mengalokasikan anggaran untuk meningkatkan potensi wisata

Pendanaan pariwisata menjadi tanggung jawab bersama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, pengusaha, dan masyarakat. Pemerintah Daerah mengalokasikan sebagian dari pendapatan yang diperoleh dari penyelenggaraan pariwisata untuk kepentingan pelestarian alam dan budaya.

2.3 Pariwisata

2.3.1 Pengertian Wisata

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.¹⁰ Wisata dalam hal ini dapat memikat dan menjadi tempat pariwisata. Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha¹¹.

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa 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.¹² Wisata juga dapat dikatakan kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Hal tersebut memiliki dua elemen yang penting, yaitu: perjalanan itu sendiridan tinggal sementara di tempat tujuan dengan berbagai aktivitas wisatanya.

Uraian tersebut di atas memiliki pengertian bahwa tidak semua orang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat (tempat asal) ke tempat lain termasuk kegiatan wisata. Perjalanan rutin seseorang ke tempat bekerja walaupun mungkin cukup jauh dari segi jarak tentu bukan termasuk kategori wisatawan. Dengan kata lain, kegiatan pariwisata adalah kegiatan bersenang-senang (*leisure*) yang mengeluarkan uang atau melakukan tindakan konsumtif.

Berdasarkan beberapa pengertian wisata dapat diketahui bahwa wisata mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan; dilakukan secara sukarela; bersifat sementara; perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

2.3.2 Jenis-jenis Wisata

¹⁰Baginda Syah Ali. 2016. Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia. Hal:11

¹¹ Ismayanti. 2016. Pengantar Pariwisata. Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana Indonesia. Hal:1

¹² Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009

Potensi yang dimiliki atau warisan yang ditinggalkan nenek moyang pada suatu Negara, maka timbullah bermacam-macam jenis pariwisata yang dikembangkan sebagai kegiatan yang lama kelamaan mempunyai ciri tersendiri. Untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, perlu adanya perbedaan antara pariwisata, karena dengan demikian akan dapat ditentukan kebijaksanaan apa yang perlu mendukung sehingga jenis pariwisata yang dikembangkan akan dapat terwujud seperti yang diharapkan dari kepariwisataan. Ditinjau dari segi ekonomi, pemberian klasifikasi tentang jenis pariwisata dianggap penting karena dengan cara itu dapat ditentukan penghasilan devisa yang diterima dari suatu pariwisata yang dikembangkan di suatu tempat atau daerah tertentu.

Pengertian wisata mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan; dilakukan secara sukarela; bersifat sementara; perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu:¹³

1. Wisata Alam, yang terdiri dari:

- a. Wisata pantai (*Marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
- b. Wisata Etnik (*Etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
- c. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, Kesegaran hawa di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.

¹³Baginda Syah Ali.Op. Cit. Hal:12

- d. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negri-negri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
 - e. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjunganpeninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.
2. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:
- a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
 - b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, anantara lain museum arkeologi, sejarah, entologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

2.4 Daerah Tujuan Wisata

Daerah Tujuan Wisata (DTW) merupakan tempat dimana segala kegiatan pariwisata bisa dilakukan dengan tersedianya segala fasilitas dan atraksi wisata untuk wisatawan. Wisatawan dalam melakukan aktivitas perjalanannya dirangsang atau ditimbulkan oleh adanya “sesuatu yang menarik” yang lazim disebut daya tarik wisata yang dimiliki tempat kunjungan tersebut. Dalam mendukung keberadaan daerah tujuan wisata perlu ada unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna wisatawan bisa tenang, aman dan nyaman berkunjung.

Wisatawan yang melakukan perjalanan ke daerah tujuan wisata memerlukan berbagai kebutuhan dan pelayanan. Untuk memenuhi kebutuhan dan pelayanan tersebut, daerah tujuan wisata harus didukung empat komponen utama atau yang dikenal dengan istilah “4A” yaitu:¹⁴

1. *Attraction* (Atraksi)

Daya tarik wisata disebut juga dengan objek wisata ataupun atraksi. Atraksi adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Secara garis besar daya tarik wisata diklarifikasikan ke dalam 3 (tiga) klarifikasi yaitu:

- a. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam bersumber dari kondisi alam yang ada termasuk juga kedekatan dengan alam sekitar atau lingkungan seperti wisata pantai, wisata bahari, wisata alam pegunungan, wisata daerah liar dan terpencil, ataupun wisata taman dan daerah konvensional.

- b. Daya Tarik Budaya

Daya tarik budaya memiliki objek yang bersumber dari kondisi sosial budaya masyarakat ataupun peninggalan seperti kondisi adat istiadat masyarakat, kondisi sosial masyarakat, dan acara tradisional.

¹⁴ Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar, Bali: Pustaka Larasan. Hal:101

c. Daya Tarik Buatan Manusia

Daya tarik buatan manusia ini merupakan daya tarik yang mengembangkan sesuatu yang bersumber dari buatan manusia, atau termasuk sebagai daya tarik khusus seperti: taman hiburan rakyat, festival-festival musik, festival tahunan atau lokasi ajang perlombaan.

2. *Amenity* (Fasilitas Wisata)

Secara umum pengertian fasilitas wisata adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat bersantai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata¹⁵. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan (*accomodation*), rumah makan (*restaurant*) dan transportasi.

3. *Accessibility* (Akseibilitas)

Accessibility atau akseibilitas adalah sarana dan infrastuktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk jalan merupakan aspek penting bagi seluruh destinasi. *Access* identik dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Adapun faktor-faktor yang memungkinkan transferabilitas ialah:

- a. Konektivitas antar daerah satu ke daerah yang lain.
- b. Tidak adanya penghalang yang merintanginya adanya transferabilitas antar daerah.
- c. Tersedianya sarana angkutan daerah.

¹⁵ Florentina Anna Triant Pertiwi. 2018. "Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Konservasi". Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Hal:37

- d. *Ancillary Service* (Fasilitas Pendukung) Fasilitas pendukung harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata.

Ancillary service lebih kepada ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan yang juga mendukung terselenggaranya kegiatan wisata seperti bank, ATM, rumah sakit, dan sebagainya. *Ancillary service* mencakup keberadaan berbagai organisasi untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan destinasi bersangkutan.

2.5 Strategi Pengembangan Wisata

Faktor penentu keberhasilan dalam pengelolaan dan mengembangkan wisata Salah satunya dibutuhkan strategi yang tepat agar objek wisata dapat berkembang, strategi yang dapat dilakukan sebagai berikut: ¹⁶

1. Gotong royong dalam mengembangkan wisata

Pengembangan pariwisata dibutuhkan gotong royong dari masyarakat sekitar agar pembiayaan diawal kegiatan pengembangan wisata tepat dan sesuai sasaran.

2. Dukungan dan kerjasama dalam mengembangkan wisata

¹⁶ Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Dukungan dan kerjasama dalam mengembangkan wisata sangat dibutuhkan salah satunya yaitu dukungan dari pemangku kepentingan disuatu desa, seperti kepala desa, tokoh agama dan tokoh masyarakat.

3. Pendampingan dalam pengelolaan wisata desa

Pengelolaan pariwisata dan pengembangannya dibutuhkan pendamping agar pengerjaannya dapat terarah dan dapat menambah ilmu pengetahuan para pengelola yang didapatkan dari pendamping seperti pemerintah dari dinas pariwisata.

4. Pembinaan dalam pembangunan

Pelaksanaan pengembangan pariwisata dibutuhkan pembinaan orang-orang yang berpengalaman dalam bidangnya seperti mitra usaha atau pemerintah daerah.

5. Perbaikan fasilitas wisata

Fasilitas menjadi faktor utama dalam menarik wisatawan, fasilitas wisata haruslah semakin berkembang dan harus semakin lengkap sehingga wisatawan merasa nyaman saat melakukan wisata.

6. Pembangunan sarana dan prasarana wisata yang menarik

Prasarana dan sarana sangat dibutuhkan karena jika sarana dan prasarana tidak mendukung maka pengembangan wisata tidak akan berjalan.

7. Mempromosikan Tempat Wisata

Mempromosikan tempat wisata adalah sebuah teknik pemasaran yang berguna untuk memperkenalkan tempat wisata kepada wisatawan. Teknik promosi ini sangat cocok dan penting dilakukan oleh pelaku usaha yang mengembangkan wisata.

2.6 Pemerintah Desa

Pemerintahan dalam arti luas adalah segala urusan yang dilakukan oleh Negara dalam menyelenggarakan kesejahteraan rakyatnya dan kepentingan Negara sendiri, jadi tidak diartikan sebagai Pemerintah yang hanya menjalankan tugas eksekutif saja, melainkan juga meliputi tugas-tugas lainnya termasuk legislatif dan yudikatif. Pemerintahan Desa adalah suatu proses pemaduan usaha-usaha masyarakat desa yang bersangkutan dengan usaha-usaha pemerintah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.¹⁷

Dalam undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa Pasal 23, ditegaskan bahwa Pemerintahan Desa diselenggarakan oleh Pemerintahan Desa. Pada Pasal 1 ayat 3 dirumuskan bahwa: Pemerintahan Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat Desa sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Desa. Jadi pemerintahan Desa merupakan organisasi penyelenggara pemerintahan Desa yang terdiri atas:¹⁸

1. Unsur Pimpinan, yaitu kepala Desa
2. Unsur Pembantu Kepala Desa (Perangkat Desa), yang terdiri atas:
 - a. Sekretariat desa, yaitu unsur staf atau pelayanan yang diketuai oleh sekretaris desa.
 - b. Unsur pelaksana teknis, yaitu unsur pembantu kepala desa yang melaksanakan urusan teknis di lapangan seperti urusan pengairan, keagamaan, dan lain-lain.
 - c. Unsur kewilayahan, yaitu pembantu kepala desa di wilayah kerjanya seperti kepala dusun.

Pemerintah desa terdiri atas kepala desa dan perangkat desa. Sementara, perangkat desa terdiri dari sekretaris desa dan perangkat desa lainnya. Yang dimaksud dengan “perangkat desa lainnya” dalam ketentuan ini adalah perangkat pembantu kepala desa yang terdiri dari sekretariat desa, pelaksana teknis lapangan seperti kepala urusan, dan unsur kewilayahan

¹⁷Adon Nasrullah Jamaludin. 2019. Sosiologi Perdesaan, Pustaka setia, Surakarta. Hal:109- 111.

¹⁸ Hanif Nurcholis, 2018. Pertumbuhan dan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa, Erlangga, Jakarta. Hal:73.

seperti kepala dusun atau dengan sebutan lain. Jumlah perangkat desadisesuaikan dengan kebutuhan, kondisi sosial masyarakat setempat, dan kemampuan keuangan desa.¹⁹

Undang-undang Nomor 6 tahun 2014 tentang Desa menyebutkan bahwa pemerintah desa adalah kepala atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintahan desa, dalam melaksanakan tugas.

1. Kepala Desa Menurut Pasal 26 Undang-undang No. 6 tahun 2014 Tentang desa disebut bahwa:
 - a. Kepala Desa bertugas menyelenggarakan pemerintahan desa, melaksanakan pembangunan desa, pembinaan kemasyarakatan desa, dan pemberdayaan masyarakat desa.
 - b. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Kepala Desa berwenang:
 - 1) Memimpin penyelenggaraan pemerintahan desa
 - 2) Mengangkat dan memberhentikan perangkat desa
 - 3) Memegang kekuasaan pengelolaan keuangan dan asset desa
 - 4) Menetapkan peraturan desa
 - 5) Menetapkan anggaran pendapatan dan belanja desa
 - 6) Membina kehidupan masyarakat desa
 - 7) Membina ketenteraman dan ketertiban masyarakat desa
 - 8) Membina dan meningkatkan perekonomian desa serta mengintegrasikannya agar mencapai perekonomian skala produktif untuk sebesar-besarnya kemakmuran masyarakat desa.
 - 9) Mengembangkan sumber pendapatan desa

¹⁹Didik G. Suharto. 2016. Membangun Kemandirian Desa: Perbandingan UU No. 5/1979, UU No. 22/1999, dan UU No. 32/2004 Serta Perspektif UU No. 6/2014. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal:193.

- 10) Mengusulkan dan menerima pelimpahan sebagian kekayaan negara guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.
- 11) Mengembangkan kehidupan sosial budaya masyarakat desa.
- 12) Memanfaatkan teknologi tepat guna.
- 13) Mengoordinasikan pembangunan desa secara partisipatif.
- 14) Mewakili desa di dalam dan di luar pengadilan atau menunjuk kuasa hukum untuk mewakilinya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, dan
- 15) Melaksanakan wewenang lain yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.²⁰

2. Perangkat Desa

Perangkat desa terdiri dari: Sekretaris desa, pelaksana kewilayahan, Pelaksana teknis. Sedangkan tugas mereka adalah membantu kepala desa dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya. Karena itu, mereka diangkat dan diberhentikan oleh kepala desa. Kemudian, dalam melaksanakan tugas dan wewenangannya, perangkat desa bertanggung jawab kepada kepala desa.

3. BPD (Badan Permusyawaratan Desa)

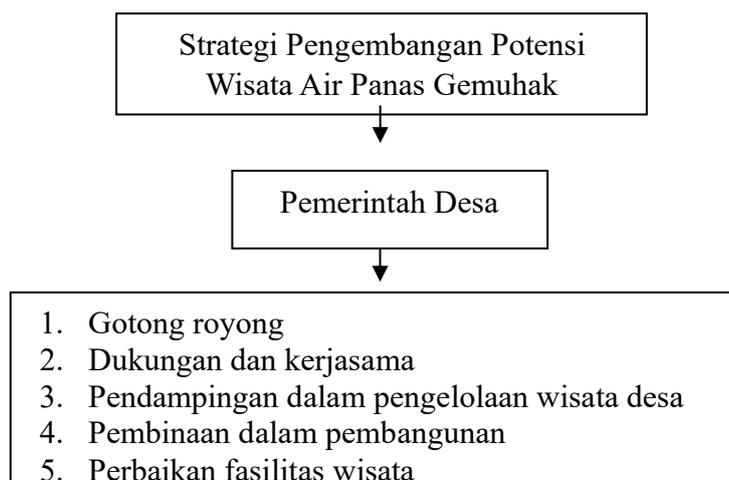
BPD (Badan Permusyawaratan Desa) mitra kepala desa dalam menjalankan tugas dan wewenangannya. Keanggotaan BPD merupakan wakil dari penduduk desa berdasarkan keterwakilan wilayah yang pengisiannya dilakukan secara demokratis. Jumlah anggota BPD ditetapkan dengan jumlah paling sedikit 5 (lima) orang dan paling banyak 9 (sembilan) orang, dengan memperhatikan wilayah, perempuan, penduduk, dan kemampuan keuangan desa. Sedangkan peresmiannya ditetapkan dengan keputusan Bupati/Walikota.

²⁰Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa.

2.7 Kerangka Pikir

Pengembangan wisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan pencapaian misi yang telah ditentukan. Sebuah objek wisata akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Dalam meningkatkan potensi pariwisatanya, hal yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan wisata agar dapat lebih baik dari sebelumnya. Kegiatan pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan cara gotong royong, meminta dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, pendampingan dalam pengelolaan wisata desa dari pemerintah atau orang-orang yang ahli dalam bidangnya, pembinaan dalam pembangunan dari pemerintah desa setempat, perbaikan fasilitas wisata yang sudah seharusnya dilakukan, pembangunan sarana dan prasarana wisata yang menarik untuk meningkatkan minat kunjungan para wisatawan, dan jika strategi yang lain sudah dilaksanakan maka langkah akhir untuk meningkatkan potensi wisata adalah dengan mempromosikan tempat wisata tersebut.

Penelitian ini membahas mengenai Strategi Pemerintah Desa dalam Pengembangan Potensi Air Panas Gemuhak di Desa Lawang Agung Kecamatan Muaradua Kisam Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. Alur kerangka pikir yang lebih sederhana digambarkan dalam bentuk bagan berikut ini:





Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata
Air Panas Gemuhak

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran