

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan referensi untuk penelitian yang saya teliti ialah :

Strategi Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata Di Desa Sembalun Lawang Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur.

Penelitian ini dilakukan oleh Kanzul Fikri Majid Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, Pulau Lombok memiliki destinasi wisata alam yang tidak kalah menariknya dari wisata-wisata yang berada di pulau-pulau lainnya yang berada di Indonesia, tiap-tiap desa memiliki wisata yang indah salah satunya wisata yang terkenal hingga luar negeri yaitu taman Nasional Rinjani yang bisa menarik perhatian para wisatawan asing maupun lokal. Pemerintahn desa sembalun kini lagi berupaya menyusun strategi untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa Sembalun setelah terjadinya bencana gempa bumi yang banyak mengakibatkan kerusakan di destinasi wisata sembalun, maka dari itu peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dari teori pengembangan dengan tujuan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi suatu objek wisata dan daya tarik sehingga bermanfaat bagi masyarakat sekitar maupun pemerintah. Maka dari itu perbedaan yang terjadi antara strategi pengembangan objek daya tarik wisata wisata sembalun ini ialah objek wisata sembalun ini ialah wisata pendakian yaitu gunung rinjani, mengunjungi kebun stroberi, area pertaniann masyarakat,, hingga atraksi

paralayang bahkan para wisatawan juga dapat melihat langsung proses penenunan kain Londong yang dikerjakan para wanita di Desa Sembalun, dan untuk persamaan yang mendekati ialah objek wisata ini dengan wisata *Rafting* (Arung Jeram) berada di kawasan pedesaan yang mana masih banyaknya kopi yang diolah oleh warga setempat. Untuk strategi yang digunakan yang pastinya tidak jauh juga melakukan pengembangan wisata baik secara sosial media maupun Banner yang tersebar.

2.2 Konsep Strategi

2.2.1 Defenisi Strategi

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana yang dilakukan oleh para pemimpin puncak yang berorientasi pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara ataupun upaya yang dilakukan untuk bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹ Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya. Dengan demikian, beberapa ciri strategi yang utama adalah pertama, *goal-directed actions*, yaitu aktivitas yang menunjukkan “apa” yang diinginkan oleh setiap organisasi dan “bagaimana” mengimplementasikannya, kedua mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.²

¹ Husein Umar, *Disain Penelitian Manajemen Strategik : Cara Meneliti Masalah Masalah manajemen Strategik untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*. (Jakarta : Rajawali Press, 2010), Ed ke-1, Hlm 16

² Mudjrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta :Erlangga, 2005),Hlm.12.

Sedangkan menurut Siagian P. sondang Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan sadar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran dalam suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut.³

Kata “strategi” dalam kamus besar bahasa Indonesia mempunyai beberapa arti, antara lain:

- a. Ilmu dan seni mengembangkan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.
- b. Ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam kondisi perang atau dalam kondisi yang menguntungkan.
- c. Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁴

2.2.2. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu :

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungan
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan

³ Siagian P. Sondang, Manajemen Strategi, (bumi aksara, Jakarta, 2004) hal.20

⁴ Undang-undang RI No. 20 / 2003 tentang Sisdiknas

yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.

- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.⁵

Strategi yang digunakan dalam Penelitian ini ialah :

Merencanakan Unit Usaha BUMDes

Tujuan kajian kelayakan penentuan unit usaha BUMDes mencakup antara lain :

- a. Memperhitungkan keadaan internal desa (potensi desa dan kebutuhan masyarakat) dan eksternal desa (peluang dan ancaman pengembang usaha) sebagai acuan pengelola unit usaha.
- b. Memantapkan gagasan ekonomi.
- c. Merencanakan sumberdaya manusia (SDM), terutama agar mampu mempersiapkan orang-orang yang berkualitas sebagai pengelola unit usaha.
- d. Merancang organisasi unit usaha.
- e. Memperhitungkan peluang dan resiko usaha.
- f. Menentukan jenis usaha yang memungkinkan dan menguntungkan.

2.2.3 Perencanaan Strategi

⁵ *Ibid.* hal.13

Strategi merupakan prosedur manajerial untuk mengembangkan serta mempertahankan konsistensi yang layak antara keahlian, sumberdaya, sasaran serta peluang pasar yang berubah. Tujuan perencanaan strategi yaitu upaya untuk membentuk dan menyempurnakan produk perusahaan sehingga memenuhi target yang akhirnya meningkatkan pertumbuhan suatu organisasi. Perencanaan suatu organisasi harus melalui prosedur yang sistematis terkoordinasi serta berkesinambungan. Berikut proses perencanaan strategi organisasi atau perusahaan:⁶

- a. Misi bisnis merupakan implikasi adanya suatu organisasi dalam masyarakat
- b. Analisa lingkungan internal (peluang dan ancaman) organisasi harus memperhatikan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi usaha yang ada.
- c. Analisa lingkungan internal dan eksternal merupakan faktor penentu bagi keberlangsungan hidup organisasi.
- d. Merumuskan tujuan serta sasaran untuk perencanaannya.
- e. Menetapkan strategi sasaran untuk memperlihatkan arah tujuan yang akan dituju oleh suatu bisnis
- f. Menerapkan program dan mengembangkan strategi pokok untuk mencapai sasaran

2.2.4 Pengembangan

⁶ Nur Wenning, dkk, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan pada Objek Wisata Kebun Rada dan Kebun Binatang (KRKB) Gembira Loka Di Kota Yogyakarta, Jurnal Kajian Bisnis, Vol. 22, No. 1, Tahun 2014, hal. 12

Definisi Pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, dan mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh dan selaras, pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuankemampuannya, sebagai bekal untuk selanjutnya atas prskarsa sendiri menambah, meningkatkan dan mengembangkan dirinya, sesama, maupun 20 lingkungannya ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal dan prbadi yang mandiri.⁷

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoretis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Pendidikan sendiri berhubungan dengan peningkatan pengetahuan umum dan latihan. Sedangkan latihan adalah suatu usaha peningkatan pengetahuan dan keahlian seorang karyawan untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu. Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa tehnik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. Strategi pengembangan adalah suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintergrasikan keinginan individu akan

⁷ Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandilika, Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan (Jakarta: CV. Rajawali, 1982),hal. 93

pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu system total sepanjang periode tertentu, dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi.⁸

Tahapan Pengembangan Dalam melakukan kegiatan pengembangan, ada beberapa tahapan yang harus dilalui, diantaranya :⁹

1. Memiliki ide usaha Awal usaha seseorang berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seseorang bisa berasal dari mana saja. Ide usaha muncul setelah melihat keberhasilan orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business yang kuat dari seorang wirausaha.
2. Penyaringan Ide/Konsep Usaha Pada tahap selanjutnya, menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.
3. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*) Komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan adalah perhitungan proyeksi laba-rugi (*performa income statement*) dari bisnis yang akan dijalankan. Performa income statement merupakan *income statement*

⁸ James L. Gibson, Organisasi Dan Manajemen, Perilaku Struktur Dan Proses, Terj. Djoerban Wahid (Jakarta: Erlangga, 1990), hal. 658

⁹ Ismail Solihin, Pengantar Bisnis: Pengenalan Praktis dan Studi Kasus, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 123

yang disusun berdasarkan perkiraan asumsi usaha yang akan datang dan disusun berdasarkan data-data historis.

4. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh seseorang. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seseorang akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usahanya.

2.3 Badan Usaha Milik Desa

2.3.1. Pengertian BUMDes

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan usaha yang didirikan yang didasari oleh komitmen masyarakat desa untuk saling bekerja sama, gotong royong dan juga membangun ekonomi rakyat yang bertujuan untuk kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat desa. Dalam Undang-undang Nomer 6 tahun 2014 tentang desa, menjelaskan bahwa Badan Usaha Milik Desa adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa.¹⁰

Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa dilakukan oleh Pemerintah Desa bersama dengan masyarakat. Pengelolaan BUMDes dengan langsung

¹⁰ UU No. 6 tahun 2014 tentang Desa

melibatkan masyarakat diharapkan mampu untuk mendorong perekonomian masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Setiap desa yang telah membentuk Badan Usaha Milik Desa diberikan dana dari pemerintah. Setiap usaha desa yang dijalankan 15 UU No. 6 tahun 2014 tentang Desa memiliki keunggulan masing-masing sesuai dengan kebutuhan dan potensi yang terdapat di desa-desa tersebut. Peluang BUMDes sangat besar sebagai pilar kemandirian bangsa yang sekaligus menjadi lembaga yang menampung kegiatan ekonomi masyarakat yang berkembang menurut ciri khas desa dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, juga menjawab tren industri Usaha Kecil Menengah yang mulai menurun.¹¹

Terdapat 7(Tujuh) ciri utama yang membedakan BUMDes dengan lembaga ekonomi komersial pada umumnya yaitu :

- 1) Badan Usaha ini dimiliki oleh desa dan dikelola secara bersama;
- 2) Modal Usaha bersumber dari desa (15%) dan dari masyarakat (49%) melampaui pernyataan modal (saham atau andil);
- 3) Operasionalisasinya menggunakan falsafah bisnis yang berakar dari budaya lokal (*local wisdom*)
- 4) Bidang Usaha yang diajalankan didasarkan pada potensi dan hasil informasi pasar;

¹¹ Singgih Tri Atmojo, Skripsi: “Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa” (Jember: Universitas Jember, 2015), hal. 3

- 5) Keuntungan yang diperoleh ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota (penyerta modal) dan masyarakat melalui kebijakan desa (*Village Policy*);
- 6) Difasilitasi oleh Pemerintah, Pemprov, Pemkab, Pemdes;
- 7) Pelaksanaan operasionalisasinya dikontrol secara bersama (Pemdes, BPD, anggota).¹²

Berdasarkan uraian di atas maka disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan BUMDes adalah suatu badan yang didirikan atau dibentuk secara bersama oleh masyarakat dan pemerintah desa dan pengelolaanya dilakukan oleh pemerintah desa dan bermasyarakat dalam rangka Mengembangkan.

2.3.2. Maksud dan Tujuan Pembentukan BUMDes

Dalam buku “Pembangunan BUMDes dan Pemberdayaan Masyarakat Desa” Purnomo menyebutkan maksud pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah :

Adapun Maksud dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah :

1. Menumbuhkembangkan perekonomian desa
2. Meningkatkan sumber Pendapatan Asli Desa
3. Menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan jasa bagi peruntukan hajat masyarakat desa
4. Sebagai perintis bagi kegiatan usaha desa.

Adapun tujuan dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah :

¹² Departemen Pendidikan Nasional Pusat Kajian Dinamika dan Sistem Pembangunan (PKDSP) Buku *Panduan Pendirian dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*, 2007, Hlm.4

- a. Meningkatkan peranan masyarakat yang ada desa dalam mengelola sumber-sumber pendapatan lain yang sah.
- b. Menumbuhkembangkan kegiatan ekon~~rafting~~omi masyarakat desa, dan unit-unit usaha desa.
- c. Menumbuhkembangkan usaha sektor informal untuk dapat menyerap tenaga kerja masyarakat di desa.
- d. Meningkatkan kreaktifitas berwirausaha desa masyarakat yang berpenghasilan rendah.¹³

Berikut Program dari Unit BUMDes Wisata *Rafting* (Arung Jeram) :

1. Musyawarah Desa (MUSDes)
2. Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADesa)
3. Mengembangkan Objek Wisata & Sektor Pariwisata
4. Aktifnya Kegiatan Pihak Karang Taruna
5. Indikator Keberhasilan

2.3.3 Kualifikasi Jenis Usaha BUMDes

a. BUMDes *Banking*

BUMDes yang bertipe Banking atau semacam lembaga keuangan mikro sebagainya hadir paling awal sebelum lahir BUMDes tipe-tipe lain, bahkan sebelum istilah BUMDes ini lahir.

b. BUMDes *Serving*

BUMDes *Serving*, mulai tumbuh secara incremental di banyak desa. Keterbatasan air bersih dan ketidakmampuan sebagian besar

¹³ Purnomo, *Pembangunan Bumdes dan Pemberdayaan Masyarakat Desa, Lombok Timur: Makalah BPMPD.2004*

warga mengakses air bersih, mendorong banyak desa mengelola dan melayani air bersih dengan wadah BUMDes atau PAM Des.

c. BUMDes *Renting*

Menjalankan usaha penyewaan untuk memudahkan warga mendapatkan berbagai kebutuhan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan misalnya penyewaan gedung, alat pesta, penyewaan traktor dan sebagainya.

d. BUMDes *Trading*

BUMDes *Trading* menjalankan usaha penjualan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat yang selama ini tidak bisa dilakukan warga secara perorangan . Misalnya, BUMDes mendirikan pom bensin bagi kapal-kapal di desa nelayan. BUMDes mendirikan pabrik es dengan lebih murah untuk menjaga kesegaran ikan tangkapan mereka ketika melaut

e. BUMDes *Holding*

BUMDes membangun sistem usaha terpadu yang melibatkan banyak usaha di desa. Misalnya, BUMDes mengelola wisata desa dan membuka akses seluasnya pada penduduk untuk bisa mengambil berbagai peran yang dibutuhkan dalam kegiatan usaha wisata itu.

2.3.4 Pemerintah Desa

Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa

masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pemerintah desa terdiri dari Pemerintah Desa dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD). Pemerintah desa atau yang disebut dengan nama lain kepala desa dan perangkat desa sebagai unsur penyelenggara pemerintah desa. Kepala Desa bertugas menyelenggarakan Pemerintah Desa, melaksanakan pembangunan Desa, Pembinaan kemasyarakatan Desa, dan pemberdayaan masyarakat Desa. Sedangkan BPD adalah lembaga yang merupakan perwujudan demokrasi dalam penyelenggaraan pemerintah desa sebagai unsur penyelenggara pemerintah desa. Mengenai susunan organisasi dan tata kerja pemerintah desa ditetapkan dengan peraturan desa. Peraturan Desa adalah peraturan perundang-undangan ditetapkan oleh Kepala Desa setelah dibahas dan disepakati bersama Badan Permusyawaratan Desa.¹⁴ Pihak Pemerintah selalu Mengadakan Musaywarah Desa (MUSDes) setiap dalam mengambil keputusan terutama dalam upaya mengembangkan BUMDes.

2.4 Pendapatan Asli Desa(PADes)

Pendapatan Asli Desa (PADes) merupakan segala usaha yang dilakukan oleh pemerintah desa untuk menunjang penyelenggaraan Pemerintahan Desa dalam rangka pelaksanaan otonomi Desa (Undang-undang 6 Tahun 2014 tentang Desa pasal 71). Pendapatan asli desa sendiri terdiri dari beberapa jenis dan objek pendapatan sebagai berikut :

¹⁴ Pasal 1 Ayat (1 dan 7) UU Nomor 6 Tahun 2014

1. Hasil usaha desa, antara lain bagi hasil BUMDes
2. Hasil aset antara lain tanah kas desa, pemandian umum, jaringan irigasi, dan hasil aset lainnya sesuai dengan kewenangan berdasarkan hak asal-usul dan kewenangan lokal berskala desa.
3. Swadaya, partisipasi dan gotong royong adalah penerimaan yang berasal dari sumbangan masyarakat desa
4. Pendapatan asli desa lain, antara lain hasil pungutan desa.

2.5 Objek Wisata

Banyak wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata tertentu menjadi salah satu bukti bahwa daerah tersebut mempunyai daya tarik wisata yang besar. Objek wisata merupakan potensi yang menjadi daya tarik wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya, yang sangat menentukan itu maka objek wisata harus dirancang dan dibangun atau dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Membangun suatu objek wisata harus dirancang sedemikian rupa berdasarkan kriteria yang cocok dengan daerah wisata tersebut.¹⁵

2.4.1. Pengertian Objek Wisata

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi keuntungan wisatawan karena mempunyai sumberdaya baik alamiah maupun buatan manusia seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monument-monumen, candi-candi,

¹⁵ Ni Komang Sri Wulandari dan Sigit Triandaru, "Peran Pariwisata Dalam Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tabanan, 1990-2014", Jurnal Uajy (2014) : 4

tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas yang lainnya.¹⁶ Objek wisata juga merupakan perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 Ayat 5 berbunyi : “ Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan “. ¹⁷ Unsur yang terkandung dalam pengertian diatas dapat dipahami bahwa :

- a. Setiap daya tarik wisata memiliki keunikan dan keindahan
- b. Daya tarik dapat berupa alam, budaya atau hasil karya manusia yang berseni tinggi dan layak untuk dijadikan satu produk
- c. Yang menjadi sasaran utama adalah wisatawan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa objek wisata yaitu suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber daya. Dimana sumber daya yang dimaksud adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan sehingga terjadi interaksi antara sesama manusia.

2.4.2. Peran Objek Wisata

¹⁶ Hugo Itamar, “ Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tanah Toraja “, Jurnal Ilmu Pemerintahan, Vol.7 No.2 (2014) : 13

¹⁷ Undang-undang Indonesia Nomor 10 tahun 2009, tentang kepariwisataan

Pertumbuhan yang berimbang bagi perekonomian itu dapat terjadi sebagai akibat majunya pertumbuhan industri pariwisata yang dikembangkan dengan baik. Tidak hanya perusahaan-perusahaan yang dapat menyediakan kamar untuk menginap (hotel). Makanan dan minuman (bar dan restoran) , perencanaan perjalanan wisata, agen perjalanan, industri kerajinan, pariwisata, tenaga terampil, yang diperlukan tetapi juga prasarana ekonomi seperti jalan raya, jembatan, terminal, pelabuhan dan lapangan udara.¹⁸

Peran pariwisata saat ini antara lain adalah pertama, peran ekonomi yaitu sebagai sumber devisa Negara. Kedua, peran social yaitu sebagai pencipta lapangan pekerjaan, dan yang terakhir adalah peran kebudayaan yaitu sebagai memperkenalkan kebudayaan dan kesenian. Ketiga poin diatas dapat di jelaskan yaitu sebagai berikut :

a. Peran Ekonomi

Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan persinggahannya seperti untuk hotel, makan, dan minum, cinderamata, jasa angkutan dan sebagainya, selain itu mendorong peningkatan dan pertumbuhan di bidang pembangunan sektor lain. Salah satu dari khas pariwisata adalah sifatnya yang tergantung dan terikat dengan idang pembangunan sektor lainnya.

¹⁸ Fauchia Eddyono, Pengelolaan Destinasi Pariwisata, (Jawa Timur:Uwais Inspirasi Indonesia, 2021), 84

Pengembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan peluang tenaga usaha dan kerja. Peluang usaha dan kerja tersebut lahir karena adanya permintaan wisatawan. Dengan demikian, kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat tersebut untuk menjadi pengusaha hotel, wisma, homestay, restoran, warung, angkutan dan lain-lain.

Peluang usaha tersebut akan memberikan kesempatan kepada masyarakat local untuk bekerja dan sekaligus dapat menambah pendapatan untuk menunjang kehidupan rumah tangganya.

b. Peran Sosial

Sarana dan prasarana seperti hotel, restoran dan perusahaan perjalanan adalah usaha-usaha yang “ Padat Karya”. Untuk menjelaskan jenis usaha yang tumbuh dibutuhkan tenaga kerja dan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung, maka semakin banyak pula lapangan pekerjaan yang tercipta. Di Indonesia penyerapan tenaga kerja yang bersifat langsung dan menonjol adalah bidang perhotelan, biro perjalanan, pemandu wisata, instansi pariwisata pemerintah yang memerlukan tenaga di bidang yang tidak langsung berhubungan, seperti bidang kontrsuksi , dan jalan.

c. Peran Kebudayaan

Indonesia memiliki beraneka ragam adat istiadat, kesenian, peninggalan sejarah yang selain menjadi daya tarik wisata juga menjadi modal utama untuk mengembangkan pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan

pariwisata akan mengupayakan agar modal utama tersebut tetap dipelihara, dilestarikan dan dikembangkan.

Kekayaan dan keindahan alam seperti flora dan fauna, taman laut, pegunungan, pantai dan sebagainya, merupakan daya tarik wisata. Daya tarik itu harus dipelihara dan dilestarikan karena hal yang ini merupakan modal bangsa untuk mengembangkan sektor pariwisata. Wisatawan selalu menikmati segala sesuatu yang khas dan asli. Hal ini memicu masyarakat untuk tetap menjaga dan memelihara apa yang khas dan asli dari wisata tersebut untuk diperlihatkan kepada wisatawan.

2.4.3. Jenis-jenis Objek Wisata

Objek wisata berdasarkan jenisnya dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu¹⁹ :

a. Wisata Alam , yang terdiri dari :

1. Wisata pantai (*Marine Tourism*), merupakan kegiatan pariwisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
2. Wisata Etnik (*Etnik Tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.

¹⁹ Liga Suryadarma dan vanny Octaria, Pengantar Pemasaran Pariwisata, (Bandung : Alfabeta,2015), hal 32-33

3. Wisata Cagar ALAM (*Ecotourism*), merupakan wisata alam yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pergunungan, keajaiban hidup bintang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
4. Wisata Baru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
5. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan dan lading pembibitan dimana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan tinjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman sekitarnya.

Berdasarkan teori diatas bahwa uraian tersebut sesuai dengan objek wisata yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu yaitu wisata alam dan wisata sosial budaya. Adapun wisata alam yang meliputi wisata pantai dan cagar alam. Sedangkan yang termasuk ke dalam wisata sosial budaya adalah mengkaji peninggalan bersejarah kepurbakalaan dan monument, dalam hal ini yaitu museum dan makam pahlawan yang berada di kabupaten Ogan Komering Ulu.

2.4.4. Sarana dan Prasarana Objek Wisata

Suatu daerah untuk dapat dikembangkan menjadi objek wisata atau menjadi sebuah desa wisata perlu adanya unsur-unsur yang mendukung.

Tidak hanya mengandalkan keindahan alam dan akomodasinya saja, aksesibilitas yang baik akan menentukan mudah atau tidaknya lokasi untuk dijangkau. Selain itu jaringan jalan juga merupakan salah satu yang berpengaruh terhadap kelancaran pelayanan umum yang sangat penting.

Sarana objek wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.

Prasarana objek wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya, dan itu termasuk ke dalam prasarana umum. Untuk kesiapan objek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun dengan disesuaikan dengan lokasi dan kondisi objek wisata yang bersangkutan. Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri. Di samping berbagai kebutuhan yang telah disebutkan di atas, kebutuhan

wisatawan yang lain juga perlu disediakan di daerah tujuan wisata, seperti bank, apotek, rumah sakit, pom bensin dan pusat-pusat perbelanjaan.²⁰

Dalam pembangunan prasarana wisata pemerintah lebih dominan, karena pemerintah dapat mengambil manfaat ganda dari pembangunan tersebut, seperti untuk meningkatkan arus informasi, arus lalu lintas ekonomi, arus mobilitas manusia antar daerah, dan sebagainya yang tentu saja meningkatkan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitarnya.

2.5. Sektor Pariwisata

Sektor Pariwisata Dalam kehidupan masyarakat modern, rekreasi merupakan kebutuhan hidup manusia yang tidak dapat dihilangkan lagi. Hal ini berkaitan erat dengan kesibukkan hidup sehari-hari yang pada akhirnya membutuhkan penyeimbang berupa kesantiaian dan refreshing. Kebutuhan akan kesantiaian dan refreshing ini perlu mendapat jawaban berupa bisnis rekreasi dan hiburan. Dalam hal ini sektor pariwisata adalah yang berkepentingan.

2.5.1. Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata terlahir dari bahasa sansekerta yang komponen-komponennya terdiri dari “Pari” yang berarti penuh, lengkap, berkeliling; “Wis” yang berarti rumah, properti, kampung, komunitas dan “ata” berarti pergi terus-terusan, mengembara yang bila dirangkai menjadi satu kata

²⁰ Nina Mistriani, et.al, Pengantar Pariwisata dan Perhotelan, (Medan:Yayasan Kita Menulis, 2021), 101-102.

melahirkan rumah (Kampong) berkeliling terus menerus dan tidak bermaksud untuk menetap di tempat yang menjadi tujuan perjalanan.²¹

Menurut Kurt Morgenroth, Pariwisata dalam arti sempit adalah lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya sementara waktu, untuk berpesiar di tempat lain semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan, guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayannya atau keinginan yang beraneka ragam dari pribadinya.²²

Menurut Robinson, pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah yang baru, mencari perubahan suasana atau untuk mendapat perjalanan baru.²³ Menurut Kurt Morgenroth, pariwisata dalam arti sempit adalah lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar di tempat lain semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan, guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayannya atau keinginan yang beraneka ragam dari pribadinya.²⁴

Pariwisata adalah suatu kegiatan kemanusiaan berupa hubungan antar orang baik dari Negara yang sama atau antar Negara atau hanya dari daerah geografis yang terbatas. Di dalamnya termasuk tinggal untuk sementara waktu di daerah lain atau negara lain atau benua lain untuk memnuhi

²¹ Gamal Suwanto, Dasar-Dasar Pariwisata, (Yogyakarta: ANDI, 2001), 3.

²² Warpani P. Suwarjoko, Warpani P. Indira, Pariwisata dalam tata ruang wilayah, (ITB Bandung, 2007), 6

²³ I Gede Pitana, Sosiologi Pariwisata, (Yogyakarta: ANDI, 2005), 40

²⁴ *Ibid.* Hal.42

berbagai kebutuhan kecuali kegiatan untuk memperoleh penghasilan, meskipun pada perkembangan selanjutnya batasan “memperoleh penghasilan” masih kabur.

Dari beberapa pengertian mengenai pariwisata di atas dapat dipahami bahwa pariwisata yaitu suatu kegiatan perjalanan yang melibatkan orang-orang yang bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan serta memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu yang baru dalam kurun waktu tertentu dan bukan mencari nafkah, selain itu juga dapat menimbulkan dampak ekonomi bagi masyarakat pada lokasi pariwisata tersebut.

2.5.2. Jenis-Jenis Pariwisata

Seseorang yang melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah biasanya karena ingin sekedar untuk refreshing dan sekedar untuk berjalan-jalan. Selain itu, ada juga yang melakukan perjalanan wisata karena ada urusan bisnis ke suatu daerah. Ada berbagai jenis pariwisata yang dikelompokkan berdasarkan tujuan atau motif seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata. Berikut jenis-jenis pariwisata : ²⁵

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*) jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan

²⁵ Erika Refida, et.al, Pengantar Pariwisata, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 4.

alam atau bahkan untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*) jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*) jenis pariwisata ini dilakukan karena adanya keinginan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan dan cara hidup rakyat daerah lain, selain itu untuk mengunjungi monument bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, pusat-pusat kesenian, pusat pusat keagamaan, atau untuk ikut serta dalam festival festival seni musik, teater, tarian rakyat dan sebagainya.

2.5.3. Sarana dan Prasarana Pariwisata

Faktor utama yang menyebabkan industri pariwisata berkembang adalah sarana prasarana yang memadai. Sarana dan prasarana dalam kepariwisataan merupakan komponen terbesar dan paling menentukan dalam menyukseskan penyelenggaraan pariwisata.²⁶

Sarana pariwisata dapat dibagi menjadi dua bagian penting, yaitu:

- a. Sarana pelengkap kepariwisataan

Sarana pelengkap ini adalah perubahan atau tempat-tempat penyedia fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya bukan sekedar untuk

²⁶ Bungaran Antonius, Sejarah Pariwisata, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2006), 3-

melengkapi sarana pokok kepariwisataan. Fungsi terpenting adalah untuk membuat wisatawan dapat tinggal lebih lama pada suatu tempat yang dikunjungi. Kategori ini meliputi: sarana seperti Mushola, Toilet/tempat salin,tempat makan, tempat duduk/isirahat dan sebagainya;

b. Sarana menunjang kepariwisataan

Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan penunjang sarana pokok dan sarana pelengkap, yang berfungsi bukan saja untuk membuat para wisatawan lebih lama tinggal, tetapi yang lebih penting adalah untuk membuat wisatawan lebih banyak mengeluarkan uangnya atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi. Sarana penunjang kepariwisataan seperti ini sebenarnya tidak mutlak harus ada di suatu daerah kunjungan wisata, karena tidak semua wisatawan membutuhkan sarana penunjang tersebut.²⁷

Prasarana kepariwisataan adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi dan lain sebagainya. Jadi, prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sedemikian rupa dalam rangka memberikan pelayanan kepada pariwisata

1. Prasarana Perekonomian (Economy Infrastructures) dibagi atas:

²⁷ *Ibid.* Hal.54-5

Pengangkutan adalah pengakuan yang dapat membawa para wisatawan dari negara dimana ia biasanya tinggal ketempat atau negara yang merupakan daerah tujuan wisata.

2. Prasarana Sosial (Social Infrastructures)

Prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada.,

2.5.4. Pengembangan Pariwisata

Perencanaan dan pengembangan pariwisata merupakan suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan menuju ketataran nilai yang lebih tinggi dengan cara melakukan penyesuaian dan koreksi berdasar pada hasil monitoring dan evaluasi serta umpan balik implementasi rencana sebelumnya yang merupakan dasar kebijaksanaan dan merupakan misi yang harus dikembangkan. Pengembangan pariwisata dilakukan bertujuan untuk menjadikan pariwisata maju dan berkembang kearah yang lebih baik dari segi kualitas sarana prasarana, memudahkan akses kemana saja, menjadi destinasi yang diinginkan, dan menjadikan manfaat yang baik secara ekonomi bagi masyarakat sekitar. Perencanaan dan pengembangan pariwisata bukanlah sistem yang berdiri sendiri, melainkan terkait erat dengan sistem perencanaan pembangunan yang lain secara inter sektoral dan inter regional.

Basis 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 antara lain memperluas lapangan kerja, bertambahnya kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, terpeliharanya kebudayaan setempat, dan dikenalnya kebudayaan setempat oleh wisatawan.

Sedangkan dampak negatif dari pariwisata tersebut akan menyebabkan terjadinya tekanan tambahan penduduk akibat pendatang baru dari luar daerah, timbulnya komersialisasi, berkembangnya pola hidup konsumtif, terganggunya lingkungan, semakin terbatasnya lahan pertanian, pencemaran budaya, dan terdesaknya masyarakat setempat. Adapun indikator keberhasilan pengembangan wisata menurut Yoeti antara lain :²⁸

a. Tersedianya objek dan daya tarik wisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata menjadi salah satu penentu banyaknya kunjungan wisatawan.

b. Adanya Aksesibilitas

²⁸ Ayu Karlina, "Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam Di Kabupaten Aceh Jaya", (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan, 2019), 16-18

Aksesibilitas merupakan salah satu ukuran tingkat kenyamanan yang berkaitan dengan mudah atau sulitnya seseorang dalam mencapai lokasi tertentu. Dalam industri pariwisata, aksesibilitas memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pengembangan wisata terutama yang berkenaan dengan transportasi. Dengan adanya transportasi maka jarak yang akan ditempuh akan lebih dekat sehingga dapat menghemat waktu perjalanan sekaligus menekan biaya perjalanan.

c. Adanya fasilitas

Keberhasilan pengembangan pariwisata salah satunya sangat tergantung pada kelengkapan fasilitas wisata. Fasilitas wisata dalam hal ini berkenaan dengan sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Pada saat berkunjung pada objek wisata, wisatawan tidak hanya sekadar menikmati keindahan penunjang di dalamnya.

2.5.5. Hubungan Objek Wisata dan Sektor Pariwisata

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 ayat 5 mengatakan bahwa: “daya tarik wisata adalah sesuatu yang dimiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.”²⁹

Objek wisata merupakan suatu tempat yang menjadi sasaran bagi wisatawan. Objek wisata alam maupun buatan merupakan bentuk keindahan yang dapat dinikmati oleh wisatawan, dengan keanekaragaman objek wisata di suatu daerah menjadikan hal tersebut menjadi tolak ukur wisatawan yang akan berkunjung semakin tinggi daya tarik pada objek wisata tersebut maka semakin memikat hati wisatawan. Sehingga hal ini mempengaruhi penerimaan sektor pariwisata

2.5.6. Pemasaran Pariwisata

➤ Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Berdasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh bertanggung jawab kepada kepuasan produk yang ditawarkan. Maka dari itu segala aktivitas perusahaan diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang

pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba serta dapat mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya.

Pemasaran pariwisata adalah seluruh kegiatan untuk mempertemukan permintaan dan penawaran, sehingga pembeli mendapat kepuasan dan penjual mendapat keuntungan maksimal dengan risiko seminimal mungkin³⁰ Berdasarkan konsep tersebut, maka pemasaran pariwisata dalam haini untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan. Hal ini menjadi sangat penting karena produk pariwisata berbeda dengan produk barang lainnya dan memiliki ciri khas tersendiri Berdasarkan konsep tersebut, maka pemasaran pariwisata dalam hal ini untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan. Hal ini menjadi sangat penting karena produk pariwisata berbeda dengan produk barang lainnya dan memiliki ciri khas tersendiri salah satunya dengan cara *Promotion* (Promosi) Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya pada pasaran sasarannya. Yang termasuk dalam promosi yaitu iklan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

2.6 Kerangka Pikir

Kerangka Pikir adalah serangkaian konsep dan kejelasan hubungan antar konsep disebut yang dirumuskan oleh peneliti berdasarkan tinjauan

³⁰ Nurhayani dan Deni Suryano, Strategi Pemasaran Kontemporer, (Surabaya: CV Penerbit Qiara Media, 2019), 2

pustaka,dengan meninjau teori yang disusun dan hasil-hasil penelitian dulu yang terkait. Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana Strategi Badan Usaha Milik Desa dalam pengembangan wisata *Rafting* (Arung Jeram) di Desa Mendingin Kecamatan Ulu Ogan Kabupaten Ogan Komering Ulu.