

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU
POSO PADA DINAS PARIWISATA KABUPATEN POSO**

Agnes Veronika Ralampi

E011171324



**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**



UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agnes Veronika Ralampi
NIM : E011171324
Program Studi : Administrasi Negara
Judul : Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Poso
Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Poso

Telah diperiksa oleh Pembimbing I, Pembimbing II dan Tim Penguji skripsi dan dinyatakan sesuai dengan saran perbaikan Ujian Skripsi, Departemen Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Makassar, 13 Oktober 2021

Menyetujui:

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Rusdi, M.Si
NIP 19700301 199902 1 001

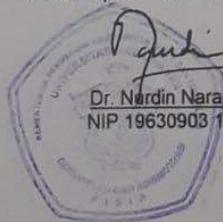
Pembimbing II

Dr. Muh. Tang Abdullah, S.Sos.,MAP
NIP 19720507 200212 1 001

Mengetahui:

Ketua Departemen Ilmu Administrasi,

Dr. Nurdin Nara, M.Si
NIP 19630903 198903 1 002





UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agnes Veronika Ralampi
NIM : E011171324
Program Studi : Administrasi Negara
Judul : Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Poso Pada
Dinas Pariwisata Kabupaten Poso

Telah diperiksa oleh Pembimbing I, Pembimbing II dan Tim Penguji skripsi dan dinyatakan sesuai dengan saran perbaikan Ujian Skripsi, Departemen Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Makassar, 13 Oktober 2021

Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Muhammad Rusdi, M.Si (.....)

Sekretaris : Dr. Muh. Tang Abdullah, S.Sos., MAP (.....)

Anggota : 1. Prof. Dr. Muh. Nur Sadik, MPM (.....)

2. Drs. Nelman Edy, M.Si (.....)



UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AGNES VERONIKA RALAMPI
NIM : E011171324
Program : ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul " Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Poso Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Poso" Adalah benar merupakan karya hasil pribadi dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar dalam daftar pustaka

Makassar, 01 September 2021

Yang Menyatakan



Agnes Veronika Ralampi

E011171324

KATA PENGANTAR

Shalom, Salam Sejahtera

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Poso Dalam Mengembangkan Wisata Danau Poso” dengan baik, sesuai dan seturut kehendak-Nya.

Skripsi ini merupakan sebuah karya tulis ilmiah untuk melatih diri dan mengembangkan wawasan dalam berpikir. Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S-1 pada Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Berkat kasih dan penyertaan-Nya, skripsi ini boleh terselesaikan dengan baik. Segala kesulitan yang penulis dapatkan serta berbagai kendala dan hambatan yang menyebabkan proses penyelesaian skripsi ini menjadi panjang dan memakan waktu. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada orang tua, ngkai **Marthen Ralampi** dan Nenek **Mathilda Ule** serta mama tersayang **Kristina Ralampi**, terimakasih telah merawat dan mendidik penulis sehingga penulis boleh menapaki setiap jalan kehidupan sampai dengan jenjang pendidikan saat ini. Terimakasih atas pengorbanan, perjuangan, cinta kasih dan doa yang tulus, kiranya Tuhan Yesus akan selalu menjaga dan melimpahkan berkat-berkat-Nya.

Terima kasih juga penulis persembahkan buat **mama ade Tirza, mama awi Dewi, Tua Memes dan Mama ani Rid** dan seluruh **keluarga besar Ralampi-Ule** atas semangat, dukungan dan doa yang selalu penulis dapatkan

serta bantuannya selama penulis melaksanakan perkuliahan di Universitas Hasanuddin, kiranya Tuhan Yesus memberkati kalian semua.

Serta ucapan terima kasih penulis berikan kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung selama menempuh pendidikan dan penyelesaian skripsi ini. Banyak hambatan yang dialami penulis namun berkat bimbingan dan dorongan dari semua pihak yang telah memberikan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini, maka dari itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Palubuhu, MA** selaku rektor Universitas Hasanuddin.
2. **Prof. Dr. Armin, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
3. **Dr. Nurdin Nara, M.Si** selaku Ketua Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Hasanuddin.
4. **Dr. Muhamman Rusdi, M.Si** selaku Pembimbing I sekaligus Dosen Penasehat Akademik penulis selama proses perkuliahan, yang senantiasa memberikan motivasi arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. **Dr. Muh. Tang Abdullah, S.Sos, M.AP** selaku Sekretaris Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin sekaligus sebagai Pembimbing II terima kasih telah menyempatkan waktu untuk memberikan masukan, saran dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.
6. **Prof. Dr. Muh. Nur Sadik, MPM dan Drs. Nelman Edy, M.Si** selaku dosen penguji yang senantiasa memberikan kritikan dan saran kepada

penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas setiap ilmu yang diberikan, semoga selalu diberkahi dan dilindungi Tuhan Yang Maha Esa.

7. **Dosen Departemen Ilmu Administrasi Universitas Hasanuddin**, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga ilmu yang diberikan dapat dimanfaatkan penulis sebaik mungkin.
8. Seluruh Staf Departemen Ilmu Administrasi (**Ibu Rosmina, Ibu Darma, Pak Lili, Ibu Cia**), terima kasih atas bantuannya selama ini.
9. **Dinas Pariwisata Kabupaten Poso** yang telah membantu dan mendukung selama pelaksanaan penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. **Pengelola Wisata Danau Poso** yang telah mendukung dan membantu selama pelaksanaan penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Terima Kasih kepada kakak ku **Wardalia Ngkulolo, S.H., M.H.** atas segala bantuan, saran dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada keluarga besar **PMKO FISIP UNHAS** yang telah menjadi 'rumah' selama penulis menempuh pendidikan, untuk segala pengalaman dan suka duka dalam pelayanan serta berorganisasi, tetaplah menjadi organisasi yang tumbuh dalam Tuhan dan selalu menamburkan benih kasih bagi semua orang.
13. Terima kasih kepada keluarga besar **Humanis Fisip Unhas** yang telah memberikan wadah bagi penulis dalam berorganisasi.
14. Terima kasih teman seperjuangan **Leader 2017** atas segala canda tawa, tangis dan semua pengalaman yang tidak akan terlupakan selama kurang lebih 4 tahun perkuliahan serta tentunya terima kasih atas segala bantuan

selama penulis menempuh pendidikan sebagai seorang mahasiswa, sehat-sehat ki selalu. Im Leader, We are Leader Hu Hu Hu Ha Ha !!!

15. Terima kasih kepada keluarga besar **D'B3 Voice Fisip Unhas** yang telah menjadi salah satu wadah penulis untuk berorganisasi dan juga mengembangkan bakat di bidang suara. Terima kasih atas segala pengalamannya. Sing For Fun !!
16. Terima kasih kepada keluarga besar **VBC Fisip Unhas** sebagai wadah penulis berorganisasi dan mengembangkan bakat dalam bidang olahraga. Terima kasih atas segala kebersamaannya.
17. Terima kasih kepada **Regina, Claudia, Devinka, Riska, Niken, Dewi dan Jeki** telah menjadi saudara seiman yang selalu menjadi tempat berbagi selama penulis menempuh pendidikan. Semoga selalu sehat dan tetap terus bertumbuh dalam iman kepada Tuhan Yesus.
18. Terima kasih kepada **Isma Nuryana Ismail, S.A.P** sobat 24/7 yang selalu membantu selama perkuliahan dan terima kasih atas segala bantuan dalam penyusunan skripsi. Semoga selalu sehat dan selalu diberikan kemudahan.
19. Terima kasih kepada **Rein Hard** terkasih atas dorongan, motivasi dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi, untuk selalu ada dan memberi semangat serta turut mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kiranya Tuhan Yesus selalu memberkati dalam pekerjaan dan kehidupan setiap hari.
20. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan doanya. Semoga senantiasa mendapatkan perlindungan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan terkhusus bagi pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan permohonan maaf atas segala kekurangan. Terima kasih.

Makassar, 1 September 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAC.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	3
I.2 Rumusan Masalah	16
I.3 Tujuan Penelitian	16
I.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
II.1 Konsep Strategi.....	18
II.1.1 Pengertian Strategi.....	18
II.1.2 Peranan Strategi	21
II.1.3 Jenis-Jenis Strategi	22
II.3 Perencanaan Strategi.....	24
II.4 Analisis SWOT	28
II.5 Konsep Pariwisata	34
II.5.1 Pengertian Pariwisata	34
II.5.2 Tujuan Pariwisata.....	36
II.6 Pengembangan Pariwisata.....	36
II.3.4 Objek Wisata	39
II.4 Penelitian Terdahulu.....	40
II.5 Kerangka Pikir	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
III.1 Jenis Penelitian.....	43
III.2 Lokasi Penelitian.....	43
III.3 Tipe Penelitian	43
III.4 Unit Analisis.....	44
III.5 Narasumber atau Informan	44
III.6 Sumber Data	45
III.7 Teknik Pengumpulan Data.....	45
III.8 Teknik Analisis Data.....	48
III.9 Fokus Penelitian	49
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	50
IV.1 Gambaran Umum Kabupaten Poso	50
IV.2 Gambaran Dinas Pariwisata Kabupaten Poso.....	53
IV.3 Kawasan Wisata Danau Poso	62
IV.4 Saran dan Prasarana.....	67
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	69
V.1 Objek dan Daya Tarik Wisata	69
V.2 Faktor Internal dan Faktor Eksternal Wisata Danau Poso	69
V.3 Analisis Matriks SWOT	74
BAB VI PENUTUP.....	84
VI.1 Kesimpulan.....	84
VI.2 Saran.....	85
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Danau Poso.....	7
Gambar 4.1 Logo Kabupaten Poso.....	46
Gambar 4.2 Luas wilayah Kabupaten Poso Menurut Kecamatan.....	48
Gambar 4.3 Peta Kabupaten Poso.....	49
Gambar 4.4 Dinas Pariwisata Kabupaten Poso.....	49
Gambar 4.5 Kawasan Wisata Danau Poso.....	60
Gambar 4.6 Taman Anggrek Bancea.....	61
Gambar 4.7 Air Terjun Saluopa.....	62
Gambar 4.8 Gua Pamona.....	62
Gambar 4.9 Gua Latea.....	63
Gambar 4.10 Pantai Siuri.....	64
Gambar 4.11 Watu Mpangasa Angga.....	65
Gambar 4.12 Pada Marari.....	66
Gambar 5.1 Sarana dan Prasarana yang rusak.....	71
Gambar 5.2 Sarana dan Prasarana yang rusak.....	71
Gambar 5.3 Kegiatan Festival Danau Poso.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Pariwisata di Kabupaten Poso.....	11
Tabel 1.2 Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDRB.....	12
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	29
Tabel 2.2 Kerangka Pikir.....	39
Tabel 4.1 Perubahan Nama Dinas Pariwisata.....	50
Tabel 4.2 Daftar Nama Kepala Dinas Pariwisata.....	51
Tabel 4.3 Daftar Nama Pegawai Dinas Pariwisata.....	55
Tabel 4.4 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata.....	58
Tabel 4.5 Kecamatan dan Desa/Kelurahan Yang Menjadi Kawasan Danau Poso.....	60
Tabel 5.1 Analisis Matriks SWOT.....	75



UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ABSTRAK

Agnes Veronika Ralampi, (E011171324), Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Poso Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Poso, xvi halaman+112 halaman + 16 Gambar + 13 Tabel + 17 Pustaka, Dibimbing Oleh Dr. Muhammad Rusdi, M.Si dan Muh. Tang Abdullah, S.Sos., M.AP

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis strategi Dinas Pariwisata dalam pengembangan wisata Danau Poso dengan menggunakan analisis SWOT yaitu kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) sebagai strategi untuk meningkatkan upaya pengembangan destinasi wisata Danau Poso di Kabupaten Poso.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif untuk menganalisis tujuan penelitian secara komprehensif dan mendalam untuk mendapatkan informasi yang valid. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Adapun focus penelitian ini menggunakan konsep analisis SWOT yaitu kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) yang dimiliki oleh objek wisata Danau Poso sebagai acuan dalam analisis Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Poso Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Poso.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saat ini kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh destinasi wisata Danau Poso belum dapat dimanfaatkan dengan optimal oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Poso. Masih kurangnya kerjasama antar stakeholder sehingga usaha pengembangan destinasi wisata Danau Poso belum dapat terlaksana secara optimal. Maka dari itu dibutuhkan perencanaan serta kerjasama yang baik antar pihak pengelola dan pemerintah daerah dalam pengembangan destinasi wisata Danau Poso.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan Swot, pariwisata



UNIVERSITAS HASANUDDIN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ABSTRAC

Agnes Veronika Ralampi, (E011171324), Strategy for Development of Lake Poso Tourism Objects at the Tourism Office of Poso Regency, xvi pages+112 pages + 16 Figures + 13 Tables + 17 Libraries, Supervised by Dr. Muhammad Rusdi, M.Si and Muh. Tang Abdullah, S.Sos., M.AP

This study aims to describe and analyze the strategy of the Tourism Office in the development of Lake Poso tourism by using a SWOT analysis, namely Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats as strategies to increase efforts to develop Lake Poso tourist destinations in Poso Regency.

This study uses a qualitative approach and descriptive methods to analyze the research objectives comprehensively and in depth to obtain valid information. Data collection techniques using interviews and observation. The focus of this research uses the concept of SWOT analysis, namely Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats owned by Lake Poso tourism objects as a reference in the analysis of the Lake Poso Tourism Object Development Strategy at the Regency Tourism Office Poso.

The results of this study indicate that currently the strengths and opportunities possessed by the Poso Lake tourism destination have not been optimally utilized by the Poso Regency Tourism Office. There is still a lack of collaboration between stakeholders so that efforts to develop Lake Poso tourist destinations cannot be carried out optimally. Therefore, good planning and cooperation between the management and local government is needed in the development of Lake Poso tourist destinations.

Keywords: Strategy, SWOT Development, touris

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbentang dari sabang sampai merauke yang memiliki ribuan potensi pariwisata alam dan budaya di setiap masing-masing daerahnya yang sangat luas dan bervariasi. Destinasi pariwisata alam bahari termasuk di dalamnya pantai dan pulau-pulau kecil, merupakan salah satu kekuatan kepariwisataan di Indonesia untuk menarik kunjungan wisatawan internasional.

Pariwisata merupakan salah satu aspek yang penting bagi suatu negara. Karena melalui pengembangan potensi pariwisata yang ada di daerah-daerah khususnya di Indonesia dapat mendogkrak devisa negara. Perkembangan sector pariwisata juga dapat menjadi pengaruh besar bagi perkembangan sector-sektor lainnya seperti sector pertanian, perkebunan, peternakan yang dapat menunjang industri wisata itu sendiri, sehingga sector-sektor tersebut dapat berkembang dan dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat.

Sector pariwisata di Indonesia adalah hal yang sangat mudah untuk dikembangkan karena banyaknya potensi-potensi wisata yang dimiliki oleh Negara Indonesia. Usaha pengembangan itu sendiri dapat dilakukan dengan perbaikan dan pengembangan infrastruktur, mengelola keamanan serta management yang baik sehingga mampu menciptakan sector pariwisata yang memiliki daya jual yang tinggi yang dapat diminati oleh wisatawan local maupun wisatawan asing.

Pembangunan pariwisata perlu mendapatkan prioritas dalam pembangunan nasional. Pembangunan pada umumnya dan pembangunan pariwisata pada khususnya perlu memperhatikan kondisi daerah serta factor fisik dan non fisik, hal ini untuk mengurangi kerusakan lingkungan yang berlebihan. Oleh karena itu, pembangunan di sector pariwisata hendaknya memperhatikan prinsip pembangunan yang berwawasan lingkungan dan pengembangan masyarakat local. Pengembangan pariwisata yang berwawasan lingkungan adalah pengembangan pariwisata yang berkontribusi tinggi terhadap ekonomi masyarakat setempat, dengan kata lain pengembangan tersebut hendaknya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan tetap mempertahankan kelestariannya.

Pentingnya pengembangan pariwisata merupakan suatu alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara local, regional, atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Dengan kata lain, pengembangan kepariwisataan pada satu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Pengembangan pariwisata itu lebih banyak bersifat non ekonomis. Salah satu motivasi wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata adalah untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam dan termasuk didalam cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah dan candi-candi, bangunan bangunan kuno yang sangat luas dengan di dukung sumberdaya yang beraneka ragam yang berpotensi untuk dikembangkan.

Dalam pembangunan sebuah lokasi wisata jika tidak disertai dengan kemampuan dalam merencanakan, mengelola serta mengoperasikan dengan

baik pembangunan wisata tersebut akan sulit bagi pihak pengelola untuk mencapai tujuan dari didirikannya wisata tersebut, seperti minimnya kunjungan wisatawan karena obyek wisata dan atraksi wisata yang dikembangkan kurang menarik, hal ini dapat mempengaruhi laba yang diperoleh pihak pengelola wisata. Untuk itu strategi pengembangan untuk membuat konsep wisata sangatlah penting dalam mengembangkan tempat wisata agar selalu diminati oleh wisatawan dan tertarik dengan obyek wisata tersebut serta mau membeli/mencoba produk yang dimiliki.

Strategi merupakan tindakan yang harus dilakukan secara terus menerus dan meningkat. Strategi juga merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien. Selain itu strategi juga sebagai proses penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang tersebut. Dalam pembentukan strategi ini, pengelola harus menyusun sebuah perencanaan seperti apa konsep wisata tersebut akan dibangun. Strategi berkaitan dengan kebijakan perusahaan yang memiliki tahap-tahap proses kebijakan sebagai suatu agenda setting dalam menentukan urutan suatu kebijakan yang akan menjadi strategi dalam implementasinya, sehingga strategi yang dibuat tersebut sesuai dengan dinamika masalah yang ada.

Indonesia dengan bentangan wilayah yang sangat luas yang didukung sumber daya alam yang beraneka ragam serta berpotensi untuk diolah dan dimanfaatkan. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional. Indonesia memiliki berbagai macam potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya karena Indonesia memiliki bermacam-macam

suku, adat-istiadat, dan kebudayaan yang karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam dan satwa.

Di Provinsi Sulawesi Tengah terdapat banyak potensi wisata yang sudah terkenal dan banyak diminati oleh wisatawan local dan juga ada beberapa yang sudah terkenal sampai ke wisatawan-wisatawan asing. Contohnya Wisata Pulau Togean yang terletak di Kabupaten Tojo una-una, taman wisata wera yang terletak di Kabupaten Donggala, objek wisata Teluk Palu di Kota Palu, objek wisata Salakan Banggai di Kabupaten Banggai Kepulauan, Air Terjun saluopa di Kabupaten Poso, wisata Danau Poso di Kabupaten Poso dan masih banyak lagi tempat-tempat wisata yang terdapat di seluruh provinsi Sulawesi Tengah. Dalam pengembangan sebuah kawasan wisata tentunya memerlukan strategi yang baik, sehingga pengembangan objek wisata yang dilakukan akan lebih efektif dan efisien. Setiap daerah khususnya pada Dinas Pariwisata daerah masing-masing, sudah seharusnya memiliki Rencana Strategis (RENSTRA) yang akan menjadi pedoman dalam melakukan pengembangan pariwisata demi tercapainya efektivitas dan efisiensi yang diharapkan.

Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata dan perlu melakukan pengembangan sarana dan prasarananya adalah Kabupaten Poso. Menjadi salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Tengah, Poso memiliki luas wilayah sebesar 8.712,25 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 244.857 jiwa (*Sumber: BPS, Poso dalam angka 2020*). Kabupaten Poso dianugerahi ragam tempat wisata dan juga budaya. Potensi wisata meliputi wisata bahari bawah laut maupun di permukaan laut. Selain itu terdapat wisata sejarah wisata budaya, dan agrowisata yang dapat dikembangkan sebagai tempat rekreasi.

Salah satu objek wisata unggulan yang dimiliki Kabupaten Poso adalah Danau Poso.

Danau ini termasuk danau tektonik dan terluas nomor 3 (tiga) setelah Danau Toba di Sumatera Utara dan Danau Towuti di Sulawesi Selatan. Danau Poso terletak di kota Tentena Kabupaten Poso, Propinsi Sulawesi Tengah, pada posisi strategis lintasan perjalanan Trans Sulawesi antara Toraja, Poso, Gorontalo dan Manado. Danau Poso dapat dicapai dengan perjalanan darat 57 kilometer dari kota Poso atau 283 kilometer dari kota Palu. Danau Poso membentang dari utara ke selatan sepanjang 32 kilometer dengan lebar 16 kilometer. Danau Poso memiliki kedalaman hingga 510 meter. Berdasarkan hasil pengukuran bulan April 2007 Danau Poso mempunyai luas 368,9 km² (39.890 ha), panjang garis pantai mencapai 127 km dengan kedalaman maksimum mencapai 384,6 m, kedalaman rata-rata 194,7 m dengan kecerahan mencapai 10 m (*Laporan Teknis Ekobiologi dan kegiatan perikanan di perairan Danau Poso, 2011*). Di sekitar kawasan danau poso sendiri terdapat beberapa objek wisata alam dan wisata budaya yang terkenal antara lain, Air Terjun Saluopa, Bukit Padamarari, Pantai Siuri, Gua Pamona dan anjungan Festival Danau Poso. Daya tarik wisata Danau Poso ini dapat terlihat dalam event Festival Danau Poso yang menjadi agenda tahunan Kabupaten Poso. Festival ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 1989 dan termasuk dalam agenda utama kegiatan yang diselenggarakan pemerintah Kabupaten Poso (Putro Jati, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa kawasan objek wisata Danau Poso memiliki keistimewaan dan potensi masing-masing yang mampu menjadikan kawasan objek wisata Danau Poso sebagai pariwisata unggulan Kabupaten Poso.

Danau Poso memiliki keunikan yang menjadi daya tarik ketika berkunjung ke objek wisata ini antara lain seperti air di tepi danau yang berwarna hijau namun di tengah danau berwarna biru berbeda dengan danau-danau lain pada umumnya, gelombang air yang dimiliki Danau Poso mirip dengan gelombang air laut. Keunikan selanjutnya yaitu hamparan pasir danau Poso yang berwarna putih bercampur kuning keemasan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan luar daerah sehingga selalu ingin membawa pulang pasir dari Danau Poso ini karena berbeda dengan yang lainnya. Danau Poso juga dikelilingi oleh perbukitan yang ditumbuhi oleh tanaman Cengkeh yang selalu berbunga setiap bulan juli hingga November sehingga aroma cengkeh yang khas akan di rasakan ketika sedang berkunjung ke wisata Danau Poso.

Danau Poso ini juga adalah salah satu danau terindah yang dimiliki oleh provinsi Sulawesi Tengah yang menyimpan berbagai macam keanekaragaman hayati dan manfaat yang dapat dilihat dan dinikmati oleh seluruh penduduk yang bermukim di wilayah sekitar Danau Poso. Banyak manfaat dan fungsi yang dimiliki oleh Danau Poso antara lain :

- a. Sebagai tempat berlangsungnya siklus hidup flora dan fauna
- b. Sebagai sumber air bersih yang digunakan langsung oleh masyarakat setempat
- c. Sebagai sarana transportasi yang menghubungkan desa satu dengan yang lainnya
- d. Sebagai objek wisata
- e. Sebagai potensi pengembanagn perikanan air tawar
- f. Sebagai potensi pertanian

- g. Sebagai sumber Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) yang dikelola oleh PT. Poso Energy.

Gambar 1.1

Danau Poso



Sumber : id.wikipedia.org 2016

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan memberikan peluang kepada pemerintah daerah untuk mengembangkan dan mengoptimalkan segala potensi daerah yang dimiliki dalam peningkatan pembangunan kesejahteraan masyarakat. Potensi daerah yang secara tidak langsung ikut dikembangkan termasuk pariwisata. Pengembangan pariwisata memiliki hubungan yang sangat erat antara daya tarik wisata dan juga Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Melalui keputusan Menteri Pariwisata dan Komunikasi KM no.05/UM.209/MPPT89, membuat suatu program pengembangan pariwisata yaitu Sapta Pesona. Sapta

Pesona merukan tujuh unsure daya tarik wisata yang dapat mempengaruhi keinginan wisatawan untuk tinggal lebih lama di tempat yang dituju. Tujuh unsur tersebut meliputi : pesona aman, pesona tertib, pesona bersih, pesona sejuk, pesona indah, pesona ramah-tamah, pesona kenangan.

Berdasarkan dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata dan juga program Sapta Pesona bahwa masyarakat merupakan factor yang penting sebagai daya dukung bagi pengembangan pariwisata sehingga pengembangan pariwisata khususnya pariwisata Danau Poso dapat dengan mudah ditinjau dari peran masyarakat itu sendiri. Pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, dimana masyarakat memainkan peranan paling penting dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi dan member manfaat terhadap kehidupan dan lingkungan (Gumelar S. Sastrayuda, 2010). Partisipasi masyarakat pada kawasan wisata Danau Poso dilihat dengan adanya upaya dan kesediaan masyarakat untuk turut serta dalam berbagai acara wisata dikawasan wisata Danau Poso.

Dalam rencana induk pengembangan pariwisata Kabupaten Poso, terdapat 3 wilayah struktur pengembangan atau kawasan pengembangan pariwisata. Kawasan wisata Danau Poso termasuk dalam kawasan pengembangan pariwisata (KPP2), Danau Poso dan sekitarnya. Kawasan pengembangan pariwisata pada Danau Poso dan sekitarnya meliputi wilayah kecamatan Pamona Utara, Kecamatan Pamona Selatan, dan Kecamatan Pamona Barat, juga termasuk beberapa obyek daya tarik wisata seperti Pantai Siuri, Pantai Pasir Putih, Siuri Cottage, Pantai Saluki dan taman anggrek bancea.

Pengembangan kawasan wisata ini setiap tahunnya mengalami perkembangan yang dilakukan secara bertahap oleh pemerintah Kabupaten Poso dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Poso. Terlepas dari kenyataan bahwa Kabupaten Poso merupakan daerah bekas konflik yang harus bangkit dari keterpurukan sejak kejadian tahun 1998 sampai dengan tahun 2000 adalah tantangan tersendiri bagi pemerintah untuk melakukan pengembangan kawasan-kawasan wisata yang ada khususnya wisata Danau Poso. Citra Kabupaten Poso sebagai salah satu daerah destinasi wisata terganggu dengan adanya kerusuhan Poso yang terjadi sekitar tahun 1998–2000. Konflik komunal yang dilatarbelakangi isu Suku, Agama, Ras dan Antar-golongan (SARA) menjadikan image Kabupaten Poso berubah menjadi “Kota Konflik”. Kabupaten Poso yang awalnya damai dan dijuluki sebagai miniatur Indonesia yang kaya akan ragam suku dan agama berubah menjadi tempat yang menegangkan. Konflik yang melibatkan unsur etnis dan agama ini mengakibatkan ribuan korban jiwa serta hancurnya rumah, fasilitas umum dan tempat peribadatan (Alganih, 2016; Gogali, 2009). Sejak konflik berlangsung, Kabupaten Poso dan wilayah sekitarnya disinyalir menjadi sarang teroris dibandingkan dengan daerah-daerah lain di tanah air (Ali, 2016). Konflik tersebut membuat masyarakat di daerah sekitar maupun di luar Kabupaten Poso takut, dan menyebabkan Kabupaten Poso dianggap sebagai kabupaten yang kurang aman dan menciptakan image negatif.

Sepuluh tahun setelah konflik komunal, Kabupaten Poso berangsur-angsur telah menjadi kabupaten yang aman dan damai. Hal tersebut didukung dengan kembali diadakannya event Festival Danau Poso yang mengundang wisatawan domestik maupun mancanegara. Festival tersebut menandakan

bahwa Kabupaten Poso kini sudah kembali aman dan damai. Masih adanya image Poso “kurang aman”, akibat banyaknya isu dan pemberitaan konflik yang terjadi dan beredar di berbagai media massa. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam mengembalikan minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Poso. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang baik sebagai usaha untuk mengembalikan image positif dan daya tarik wisatawan guna meningkatkan jumlah kunjungan dan jumlah investor di wilayah wisata Danau Poso.

Dalam proses pengembangan kawasan wisata di Kabupaten Poso khususnya Objek Wisata Danau Poso banyak menghadapi masalah seperti belum optimalnya penyediaan dan penataan objek wisata dan destinasi unggulan yang mampu memberikan daya tarik serta mampu bersaing dengan kawasan destinasi daerah lain, belum optimalnya upaya promosi dan pemasaran yang dilakukan baik secara regional, nasional dan internasional, selain itu tingkat pelayanan dalam bidang industri pariwisata belum optimal yang disebabkan karena kualitas kemampuan SDM (Sumber Daya Manusia) bidang pariwisata masih rendah. Seiring berjalannya waktu dalam proses pengembangan kawasan wisata Danau Poso sudah mulai terlihat adanya sarana dan prasarana yang telah dibangun oleh pemerintah daerah disekitar wisata Danau Poso. Walaupun pada kenyataannya sarana dan prasarana yang ada tersebut dapat dikatakan kurang layak serta terdapat beberapa fasilitas wisata yang sudah rusak/tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya karena dimakan oleh usia serta fasilitas yang ada tersebut kurang terawat, akses jalanpun menuju kawasan wisata sangat sempit ada beberapa tempat yang mengalami kerusakan sehingga dapat membahayakan para wisatawan ketika hendak mengunjungi kawasan wisata Danau Poso.

Table 1.1

Jumlah Kunjungan Pariwisata di Kabupaten Poso Tahun 2016-2020

NO	LAPANGAN USAHA	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Jumlah Kunjungan Wisman	3.061	1.450	1.129	1.691	214
2	Jumlah Kunjungan Wisnu	79.098	86.540	55.456	37.427	19.374
	Total kunjungan wisatawan	82.159	87.990	56.585	39.118	19.588

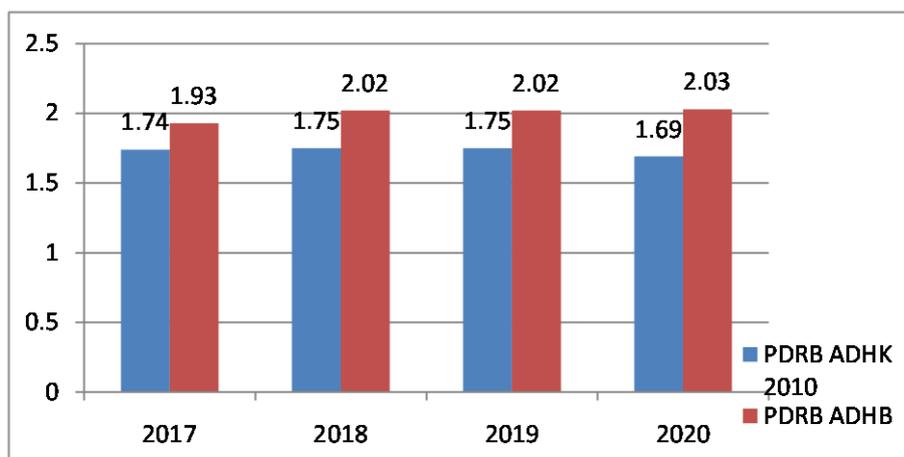
Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Poso, 2021

Perbedaan signifikan jumlah kunjungan wisatawan yang mengunjungi objek wisata di Kabupaten Poso yang berarti termasuk salah satu diantaranya adalah Danau Poso menunjukkan bahwa perlunya perhatian pemerintah daerah setempat agar mengembangkan sarana dan prasarana yang ada baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya dan juga melakukan promosi-promosi yang dapat kembali menarik minat wisatawan local maupun nusantara apalagi di situasi pandemic Covid-19. Sebagaimana dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 pasal 23 tentang Kepariwisata, dikatakan bahwa pemerintah daerah berkewajiban untuk menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, memfasilitasi dan memberikan kepastian hukum. Maka dari itu, pemerintah daerah Kabupaten Poso berkewajiban untuk menyediakan fasilitas yang layak di kawasan objek wisata Danau Poso. Perhatian lebih dari pemerintah, masyarakat dan solusi yang tepat dalam melakukan pengembangan sektor pariwisata kawasan Danau Poso menjadi sangat

penting. Mengingat hal ini akan berdampak bagi para wisatawan maupun masyarakat setempat. Dengan pengembangan sarana dan prasana yang baik maka diharapkan akan memberikan dampak positif antara lain menambah daya tarik objek wisata dan membuka peluang usaha bagi masyarakat setempat yang ada disekitar Danau Poso.

Sebagaimana tertulis dalam Rancangan Akhir Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMD) Kabupaten Poso Tahun 2021-2026 bahwa pembangunan sektor pariwisata di berbagai daerah di Sulawesi Tengah, belum mampu diikuti oleh pembangunan sektor pariwisata di Kabupaten Poso. Meski jumlah objek wisata yang tersedia cukup banyak, namun perkembangan sektor ini belum besar kontribusinya terhadap perekonomian daerah. Pengembangan potensi objek dan tempat wisata belum optimal. Kontribusi pariwisata terhadap PDRB Kabupaten Poso yang bersumber dari Hotel/Penginapan dan Restaurant/Rumah Makan dari tahun ke tahun sudah menunjukkan peningkatan yang cukup baik, namun masih sangat kecil. Data kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Kabupaten Poso disajikan sebagai berikut :

Table 1.2



Sumber : Rancangan akhir RPJMD Kabupaten Poso 2021-2026

Merujuk dari data diatas, dapat dikatakan bahwa sector pariwisata memiliki kontribusi terkecil dari seluruh sector dan sub-sektor dalam menunjang PDRB di Kabupaten Poso. Kontribusi yang masih sangat rendah ini menunjukkan pengelolaan sector pariwisata belum optimal dilakukan, padahal Kabupaten Poso memiliki banyak destinasi wisata yang menarik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pengelolaan yang belum optimal tersebut disebabkan juga karena terdapat beberapa permasalahan yang timbul khususnya di sekitar wisata Danau Poso yang sebagian besar disebabkan oleh adanya penambahan jumlah penduduk, pola hidup masyarakat serta tingginya aktivitas masyarakat setempat yang berdampak pada menurunnya ekosistem dan kualitas perairan Danau Poso.

Danau Poso ini termasuk salah satu sasaran pokok pengembangan pariwisata di Kabupaten Poso. Dalam proses pengembangan sector pariwisata Danau Poso diperlukan perencanaan yang terstruktur untuk mengembalikan pesona Danau Poso agar dapat kembali menjadi tujuan pariwisata oleh wisatawan-wisatawan mancanegara maupun local. Perencanaan yang baik sangat diperlukan dalam usaha pengembangan ini sehingga dapat menjalankan strategi-strategi yang telah diatur sebelumnya dalam usaha pengembangan sector pariwisata.

Berdasarkan uraian di atas tentang sector pariwisata yang ada di Kabupaten Poso, Sulawesi Tengah, khususnya pariwisata Danau Poso maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Poso Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Poso.**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, melihat perlunya strategi yang optimal dari Dinas Pariwisata Kabupaten Poso agar dapat mengembangkan potensi wisata Danau Poso, maka penulis merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini melalui analisis SWOT : Bagaimana strategi pengembangan objek wisata Danau Poso pada Dinas Pariwisata Kabupaten Poso ?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Poso dalam mengembangkan potensi wisata Danau Poso.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang luas terhadap seluruh pembaca tentang pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Poso serta dapat digunakan sebagai bacaan pada perpustakaan serta sebagai tambahan literature serta referensi bagi penelitian-penelitian sejenis di Departemen Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat luar yang membutuhkan informasi khususnya tentang wisata Danau Poso, serta dapat memberikan manfaat positif bagi pemerintah daerah dalam usaha pengembangan potensi wisata Danau Poso.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Konsep Strategi

II.1.1 Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yakni *strategia*, yang memiliki arti kepemimpinan dalam ketentaraan. Dalam perkembangannya, definisi konsep strategi semakin banyak dan selalu berkembang dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat diperhatikan dari beberapa konsep berbeda mengenai strategi berikut ini :

Thompson dan Strickland dalam buku *Strategic Management* (2001: 3) mengatakan bahwa Strategi terdiri atas kombinasi dari pergerakan kompetitif dan pendekatan bisnis yang digunakan manajer untuk memuaskan pelanggan, berhasil dalam bersaing, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Chandler (1962) dalam buku *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* oleh Freddy Rangkuti (2003 : 3) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

T. Hani Handoko dalam bukunya *Manajemen Edisi 2* (2009 : 86) menjelaskan bahwa strategi memberikan pengarahannya terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi menghubungkan sumber daya manusia dengan sumber daya lainnya dengan tantangan dan risiko yang harus dihadapi dari lingkungan di luar perusahaan.

Porter (dalam Rachmat, 2014:6) menjelaskan makna terpenting dari pemahaman strategi sebagai mengambil tindakan yang berbeda dari perusahaan pesaing dalam satu industri guna mencapai posisi yang lebih baik. Artinya, strategi antarperusahaan dalam satu industri berbeda dengan lainnya, karena

masing-masing perusahaan mengalami kondisi internal dan tujuan yang berbeda, walaupun pada umumnya kondisi eksternal dapat sama.

Strategi adalah cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Ia merupakan sebuah rencana untuk sebuah kegiatan. Di dalamnya termasuk formulasi tujuan dan kumpulan rencana kegiatan. Hal itu mengindikasikan adanya upaya memperkuat daya saing pekerjaan bisnis dalam mengelola organisasi dan mencegah pengaruh luar yang negatif pada kegiatan organisasi (Mangkuprawira, 2004:14).

Menurut Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn, dan Sumantra Ghoshal (2003) dalam buku *The Strategi Process*, menyajikan lima definisi strategi, yaitu :

a. Strategi sebagai rencana

Strategi adalah rencana, semacam sadar dimaksudkan yang meliputi tindakan, pedoman, (atau pedoman yang ditetapkan) untuk menangani sesuatu. Dengan defenisi ini, strategi memiliki dua karakteristik penting: mereka dibuat sebelum tindakan yang menerapkan, dan mereka dikembangkan secara sadar dan senggaja. Sebagai rencana, strategi berkaitan dengan bagaimana pemimpin mencoba untuk menetapkan arah untuk organisasi, untuk mengatur mereka pada tindakan yang telah ditentukan.

b. Strategi sebagai taktik

Sebagai taktik, strategi membawa kita kedalam wilayah persaingan langsung, dimana ancaman dan feints dan berbagai manuver lain bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempat ini proses pembentukan strategi dalam pengaturan yang paling dinamis, dengan gerakan yang memprovokasi dan seterusnya.

c. Strategi sebagai pola

Tetapi jika strategi dimaksudkan (apakah sebagai rencana umum atau khusus ploys), tetapi mereka juga dapat terwujud. Dengan kata lain, menentukan

strategi sebagai rencana ini tidak cukup; kita juga perlu definisi yang meliputi perilaku yang dihasilkan. Menurut definisi ini strategi adalah konsistensi dalam perilaku, apakah atau tidak dimaksudkan. Hal ini mungkin terdengar aneh definisi untuk kata yang telah begitu terikat dengan kehendak bebas. Tetapi faktanya adalah bahwa sementara hampir tidak ada yang mendefinisikan strategi dalam cara ini, banyak orang yang tampak pada suatu waktu yang menggunakannya.

d. Strategi sebagai posisi

Strategi sebagai posisi secara khusus, cara untuk menemukan sebuah organisasi, di teori organisasi suka menyebutnya "lingkungan". Dengan definisi ini, strategi menjadi mediasi antara organisasi dan lingkungan dalam konteks internal dan eksternal. Definisi strategi sebagai posisi dapat dapat dicentang dan bercita-cita memikirkan rencana (atau taktik) atau dapat dicapai, mungkin bahkan melalui pola perilaku. Sebagai posisi, strategi ini mendorong kita untuk melihat organisasi dalam lingkungan kompetitif mereka, bagaimana mereka menggunakan posisi mereka untuk memenuhi persaingan, menghindarinya, atau menumbangkannya. Hal ini memungkinkan kita untuk berfikir organisasi secara ekologis, sebagai organisme yang berjuang untuk bertahan hidup di dunia permusuhan dan ketidakpastian serta simbiosis.

e. Strategi sebagai perspektif Sementara

Definisi keempat strategi terlihat keluar, mencari untuk menemukan organisasi dalam lingkungan eksternal, dan turun ke posisi kelima terlihat didalam organisasi, memang dalam kepala strategi kolektif, tetapi sampai dalam pandangan yang lebih luas. Di sini, strategi adalah perspektif, bukan hanya terdiri dari posisi pilihan, tetapi cara yang tertanam memahami dunia. Definisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsep strategi memiliki satu implikasi penting, yaitu bahwa semua strategi adalah abstraksi yang

hanya ada di pikiran pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk diingat bahwa tidak ada yang pernah melihat atau menyentuh strategi, setiap strategi adalah sebuah penemuan, khayalan dari imajinasi seseorang, apakah dirumuskan sebagai niat untuk mengatur perilaku itu berlangsung atau disimpulkan sebagai pola untuk menggambarkan perilaku yang terjadi.

Dengan demikian strategi merupakan pola umum yang terdiri dari tahapan untuk mencapai tujuan yang dimulai dari cara pelaksanaan dan langkah sebagai pedoman untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan untuk pembuatan tujuan tidak terlepas dari strategi. Agar semua perencanaan dari suatu kegiatan tercapai dengan baik, tentunya harus sesuai dengan strategi yang telah tersusun dengan baik. Oleh karena itu, perlu ditetapkan kriteria strategi dalam mencapai suatu tujuan yaitu:

- a. Strategi pemberdayaan masyarakat
- b. Strategi peningkatan kapasitas sumber daya
- c. Strategi perlindungan sosial
- d. Strategi peningkatan kualitas lingkungan

Berdasarkan beberapa definisi strategi di atas penulis menarik kesimpulan bahwa strategi adalah suatu cara atau langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang telah direncanakan.

II.1.2 Peranan Strategi

Dalam lingkungan organisasi strategi sangat penting dalam kemajuan dalam pencapaian tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, disini pula strategi mempunyai banyak peranan penting dalam belangsungannya suatu organisasi.

Menurut Robert. M Grant dalam buku Analisis Strategi Kontemporer (1999 : 21) mengemukakan strategi memiliki 3 peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu :

- a. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan. Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.
- b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.
- c. Strategi sebagai target konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan.

Dengan demikian, strategi juga dapat berperan sebagai target perusahaan atau organisasi sehingga sesuai dengan tujuan dan sasaran yang akan dicapai.

II.1.3 Jenis-Jenis Strategi

Adapun jenis-jenis strategi didalam buku Konsep Manajemen Strategis, David Guswan (2015:16) menjelaskan bahwa ada beberapa jenis strategi alternative, yaitu:

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:

1) Integrasi ke depan

Integrasi kedepan adalah jenis integrasi adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau paritel.

2) Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

3) Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

1) Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.

2) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

3) Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

1) Diversifikasi terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan.

2) Deversifikasi tidak terkait

Deversifikasi tidak terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak terkait sama sekali dengan garis bisnis perusahaan.

d. Strategi defensive

Strategi defensif adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

1) Penciutan

Penciutan adalah strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang (regrouping) melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan laba yang menurun.

2) Devestasi

Defestasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan satu divisi atau bagian dari suatu organisasi.

3) Likuiditas

Likuiditas adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh aset perusahaan, secara terpisah-pisah, untuk kekayaan berwujudnya.

II.3 Perencanaan Strategi

Perencanaan strategis adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program-program strategic yang diperlukan untuk tujuan-tujuan tersebut; dan penetapan metoda-metoda yang diperlukan untuk menjaga bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan. Perencanaan strategik merupakan proses perencanaan jangka panjang yang disusun dan digunakan untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Perencanaan strategis yang dikemukakan oleh Handoko (2009 : 92) dalam buku Manajemen Edisi 2 yang menyatakan bahwa perencanaan strategis (strategic planning) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program-program strategis yang diperlukan untuk tujuan-tujuan tersebut, dan penetapan metode-metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijaksanaan telah diimplementasikan. Secara lebih ringkas perencanaan strategis merupakan proses perencanaan jangka panjang yang disusun dan digunakan untuk menentukan dan mencapai tujuan- tujuan organisasi.

Perencanaan strategis tidak hanya merupakan kegiatan perencanaan suatu organisasi, tetapi perencanaan strategis merupakan salah satu peranan manajemen yang paling kritis. Dengan perencanaan strategis, konsep organisasi menjadi jelas, sehingga memungkinkan manajer untuk merumuskan rencana- rencana dan kegiatan-kegiatan yang memberi arah kepada organisasi untuk mencapai tujuannya. Perumusan tujuan dan strategi organisasi yang baik dan jelas akan lebih dapat memberikan arah dan pedoman bagi organisasi nya. Sebagai hasilnya, organisasi berfungsi lebih baik dan menjadi lebih tanggap terhadap perubahan lingkungan.

Ada tiga alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategis. Pertama, perencanaan strategis memberikan kerangka dasar dalam mana semua bentuk-bentuk perencanaan lainnya harus diambil. Kedua, pemahaman terhadap perencanaan strategis akan mempermudah pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lainnya. Ketiga, perencanaan strategic sering merupakan titik permulaan bagi pemahaman dan penilaian kegiatan-kegiatan manajer dan organisasi.

Perencanaan strategis merupakan bagian penting dari manajemen strategis, karena apa yang mau diimplementasikan serta mau dikontrol tergantung apakah perencanaannya telah disusun dan diproses dengan mempertimbangkan faktor lingkungan, untuk itu bahasan tentang perencanaan strategis menjadi amat penting sebagai fondasi utama bagi implementasi dan kontrol strategi dalam organisasi.

Selanjutnya sangat penting untuk diketahui tentang proses perencanaan strategis yang baik. Hal ini mengingat bahwa dalam menyusun perencanaan strategis haruslah dengan cermat dan teliti karena perencanaan strategis merupakan perencanaan yang bersifat menyeluruh. Kesalahan dalam menyusun perencanaan strategis akan berakibat fatal bagi organisasi.

Menurut John M. Bryson (2005 : 55) dalam bukunya Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial mengungkapkan bahwa perencanaan strategis adalah suatu sistem dimana para manajer mengambil keputusan, mengimplementasikan, dan mengontrol keputusan penting tersebut. Proses ini ditempuh melalui tahapan perencanaan strategis sebagai berikut:

1. Memprakarsai dan menyepakati suatu proses perencanaan strategis.

Tujuan langkah pertama adalah menegosiasikan kesepakatan dengan orang-orang penting pembuat keputusan (decision makers) tentang seluruh upaya perencanaan strategis dan langkah perencanaan yang terpenting. Kesepakatan itu harus mencakup maksud upaya perencanaan, langkah-langkah yang dilalui dalam proses, bentuk, dan jadwal pembuatan laporan, peran dan fungsi serta keanggotaan suatu kelompok atau komite yang berwenang mengawasi upaya tersebut, peran, fungsi, dan keanggotaan tim perencanaan strategis, dan komitmen sumber daya yang diperlukan bagi keberhasilan upaya perencanaan strategis.

2. Mengidentifikasi mandat organisasi.

Mandat formal dan informal yang ditempatkan pada organisasi adalah "keharusan" yang dihadapi organisasi. Sesungguhnya mengherankan bagaimana organisasi tertentu mengetahui dengan tepat apa yang harus dikerjakan dan tidak dikerjakan sebagai tugas mereka.

3. Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi.

Misi organisasi berkaitan erat dengan mandatnya, menetapkan misi lebih dari sekedar mempertegas keberadaan organisasi. Memperjelas maksud dapat

mengurangi banyak sekali konflik yang tidak perlu dalam suatu organisasi dan dapat membantu menyalurkan diskusi dan aktivitas secara produktif.

4. Menilai lingkungan eksternal : peluang dan ancaman.

Tim perencana harus mengeksplorasi lingkungan di luar organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi. Peluang dan ancaman dapat diketahui dengan memantau berbagai kekuatan dan kecenderungan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi.

5. Menilai lingkungan internal : kekuatan dan kelemahan.

Untuk mengenali kekuatan dan kelemahan internal, organisasi dapat memantau sumber daya (inputs), strategi sekarang (process), dan kinerja (outputs).

6. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi.

Lima unsur pertama dari proses secara bersama-sama melahirkan unsur keenam, identifikasi isu strategis persoalan kebijakan penting yang mempengaruhi mandat, misi, dan nilai-nilai, tingkat dan campuran produk atau pelayanan, klien, pengguna atau pembayar, biaya keuangan, atau manajemen organisasi. Pernyataan isu strategis harus mengandung tiga unsur yaitu pertama : isu harus dijadikan dengan ringkas, kedua : faktor yang menyebabkan sesuatu isu menjadi persoalan kebijakan yang penting harus didaftar khususnya faktor mandat, misi, nilai-nilai atau kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal apakah yang menjadikan hal ini suatu isu strategis. Ketiga : tim perencana harus menegaskan konsekuensi kegagalan menghadapi isu. Tinjauan terhadap konsekuensi akan menguak pertimbangan mengenai bagaimana isu-isu yang beragam itu bersifat strategis atau penting.

7. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu.

Strategi didefinisikan sebagai pola tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan, atau alokasi sumber daya yang menegaskan bagaimana organisasi, apa yang dikerjakan organisasi, mengapa organisasi harus mengerjakan hal itu. Strategi dapat berbeda-beda karena tingkat, fungsi, dan kerangka waktu.

8. Menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan.

Langkah terakhir dalam proses perencanaan, organisasi mengembangkan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya organisasi itu sehingga berhasil mengimplementasikan strateginya dan mencapai seluruh potensinya.

Berdasarkan tahapan perencanaan strategis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategis memiliki delapan tahapan yang disusun secara sistematis yaitu dimulai dari tahap memprakarsai dan menyepakati proses perencanaan strategis hingga tahap menciptakan visi organisasi yang efektif untuk masa depan. Melalui berbagai tahapan yang dilakukan secara sistematis tersebut maka diharapkan nantinya perencanaan strategis dapat membantu sebuah organisasi dalam membuat suatu strategi dalam pencapaian tujuan organisasi.

II.4 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2003 : 5) SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) adalah identitas berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini mampu memaksimalkan peluang, serta secara bersamaan juga meminimalisir kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT adalah metode dalam perencanaan stratejik yang dipakai mengidentifikasi empat factor utama yang mempengaruhi kegiatan organisasi sepanjang masa.

Teori analisis SWOT adalah sebuah teori yang dibutuhkan oleh setiap organisasi untuk merencanakan sesuatu hal dan menganalisa ruang lingkup permasalahan organisasi berdasarkan rentang waktu yang berbeda, yakni rencana global (global plan), rencana strategic (strategic plan), dan rencana operasional (operational plan). SWOT biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu, sebagai contoh program kerja.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara systematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threat). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan dari perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Menurut Siagian (2000: 173) "faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan factor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan yang bersangkutan".

1. Faktor Kekuatan

Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya adalah antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan. Kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan stratejik dalam mencapai sasarnya.

2. Faktor Kelemahan

Yang dimaksud dengan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

3. Faktor Peluang

Peluang merupakan kondisi peluang berkembang dimasa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Misalnya competitor, kebijakan pemerintah dan kondisi lingkungan sekitar.

4. Faktor Ancaman

Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

Dengan menggunakan cara penelitian dengan metode analisis SWOT ini ingin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal strengths dan weaknesses serta lingkungan eksternal opportunities dan threats yang dihadapi didunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara factor eksternal peluang (opportunities) dan Ancaman (threats) dengan factor internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat factor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

1. Faktor eksternal ini mempengaruhi *opportunities and threats* (O dan T).

Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan.

Faktor ini mencakup lingkungan industry (industry environment) dan

lingkungan bisnis makro (macro environment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

2. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W).

Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (corporate culture).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

Table 2.1
MATRIKS SWOT

	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	(Strategi SO) Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan Peluang	(Strategi WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk memanfaatkan Peluang
Threats (T)	(Strategi ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi Ancaman	(Strategi WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan hindari ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti (2003)

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Apabila dalam kajian terlihat peluang-peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sector tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Meskipun demikian dalam proses pengkajian tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan, kondisi lingkungan yang terdapat disekitarnya untuk digunakan sebagai usaha untuk usaha keunggulan komparatif.

2. Strategi ST

Strategy ini merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki dalam mengatasi ancaman-ancaman yang ada. Strategi ini mempertemukan interaksi antara ancaman-ancaman dan tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi peluang bagi pengembangan selanjutnya. Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman-ancaman.

3. Strategi WO

Strategi WO diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang-peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan-kelemahan yang ada. Strategi ini dapat meminimalkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki dengan menggunakan peluang-peluang yang ada dan tersedia, sehingga peluang tersebut dapat mengatasi kelemahan.

4. Strategi WT

Strategi yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan sedikit membenahi sumber daya internal yang ada. Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

II.5 Konsep Pariwisata

II.5.1 Pengertian Pariwisata

Secara etimologi pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itulah, maka kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkeliling atau berkali-kali. Kata pariwisata disini, sinonim dengan pengertian “tour”. Pendapat ini berdasarkan pemikiran bahwa kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata yang jika digabungkan akan berarti perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat yang lain. Dalam arti luas pariwisata adalah kegiatan rekreasi diluar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktifitas, pariwisata telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Istilah pariwisata pertama kali digunakan pada tahun 1959 dalam Musyawarah Nasional Turisme II di Tretes, Jawa Timur. Istilah ini dipakai sebagai pengganti kata Turisme sebelum kata pariwisata di ambil dari bahasa sansekerta.

Menurut James J. Spillane (1987 : 20) pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas dan berziarah.

Pariwisata yang berasal dari kata wisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.9 tahun 1990 tentang kepariwisataan mendefinisikan wisata sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, mengembangkan pribadi atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi. Pariwisata merupakan salah satu

sector industry yang mampu menghasilkan perubahan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan penghasilan pemerintah dan masyarakat

Ada beberapa pendapat tentang arti dari pariwisata, tetapi berangkat dari beberapa pendapat tersebut sebenarnya terdapat beberapa factor penting dalam pengertian kepariwisataan :

- Perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu
- Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain
- Perjalanan itu; walaupun apapun bentuknya, harus selalu dikaitkan dengan rekreasi

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menyatakan 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 tarikwisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

Pariwisata memiliki berbagai macam bentuk kegiatan wisata yang dapat disesuaikan dengan minat ataupun kebutuhan wisatawan. Kegiatan wisata yang dilakukan memiliki tujuan tertentu yang mendatangkan manfaat tersendiri bagi masing-masing wisatawan.

Dari beberapa pengertian sebagaimana diuraikan di atas, maka faktor- faktor penting yang terdapat dalam konsep pariwisata adalah adanya perjalanan yang dilakukan baik secara perseorangan maupun kelompok dari suatu tempat yang bukan merupakan tempat tinggalnya ke tempat yang lain yang sifatnya sementara dan bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dari berekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara, mereka tidak mendapatkan penghasilan, tetapi sebagai konsumen. Tempat yang memiliki daya tarik wisata yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan lebih dikenal dengan sebutan destinasi pariwisata.

II.5.2 Tujuan Pariwisata

Langkah awal dari sebuah perencanaan adalah menentukan tujuan, agar kegiatan yang akan dilaksanakan sesuai dengan apa yang diinginkan. Tujuan seseorang dalam melaksanakan perjalanan wisata pasti memiliki tujuan. Menurut Kesrul (2003 : 6) tujuan dari pariwisata adalah :

- Keinginan untuk bersantai, bersuka ria, rileks (lepas dari rutinitas)
- Keinginan mencari suasana baru atau suasana lain
- Memenuhi rasa ingin tahu guna menambah wawasan
- Keinginan berpetualang dan mencari pengalaman baru
- Mencari kepuasan dari apa yang telah didapat.

II.6 Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 20 Tahun 2005 Pasal 1 ayat 3 : Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pemerintah merupakan salah satu stakeholder di dalam pengelolaan bidang pariwisata. Pemerintah juga memiliki fungsi sebagai pembuat berbagai kebijakan tentang

pariwisata pada suatu daerah serta berperan dalam meningkatkan devisa dan pendapatan asli daerah melalui bidang pariwisata.

Pengertian pengembangan menurut Damantik dan Weber (2006 : 11) merupakan segala sesuatu hal mengenai kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa serta semua fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Segala kegiatan dan perkembangan pariwisata meliputi segi-segi yang amat luas dan menyangkut berbagai segi kehidupan dalam masyarakat, mulai dari kegiatan angkutan, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, cinderamata, suasana kenyamanan serta pelayanan yang diberikan terhadap wisatawan itu sendiri.

Menurut Cooper, Fletcher, Gilberth, Shepherd and Wanhill dalam Sunaryono (2013 : 159) bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut yaitu:

1. Objek dan daya tarik (*Attractions*) yang mencakup: daya tarik yang bias berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan/artificial, seperti event atau yang sering disebut minat khusus.
2. Akseibilitas (*Accessibility*) yang mencakup dukungan system transportasi yang meliputi: rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang lain.
3. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan, retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, bis perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.

Dari pernyataan diatas dapat kemudian disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata harus memperhatikan beberapa aspek yaitu objek dan daya tarik dalam hal ini objek wisata yang dituju apakah mempunyai daya tarik atau tidak, tentu objek wisata yang akan dituju harus didukung beberapa hal diantaranya akses

menuju objek wisata tersebut apakah layak atau tidak, kemudian fasilitas penunjang seperti akomodasi, rumah makan, fasilitas biro perjalanan di sekitar objek wisata apakah tersedia atau tidak, kemudian fasilitas pendukung seperti bank, dan rumah sakit apakah memadai atau tidak dan tentunya dipengaruhi oleh keadaan masyarakat setempat. Kemudian apabila hal ini telah tersedia dan dikembangkan dengan baik maka dapat dipastikan manfaat pariwisata dibidang ekonomi, sosial budaya serta lingkungan hidup dapat tercapai dengan baik.

Peran serta pihak swasta di dalam sektor pariwisata yaitu didalam meningkatkan investasi promosi dan pemasaran. Peran serta masyarakat untuk dapat mengelola infrastruktur yang memadai juga merupakan salah satu pendukung yang sangat penting dalam rangka mendukung fungsi sarana sarana dan prasarana wisata.

Menurut Undang-undang No 25 Tahun 2000 tentang program Pembangunan Nasional, maka tujuan pembangunan pariwisata adalah : Mengembangkan dan memperluas diversifikasi produk dan kualitas pariwisata nasional. Berbasis pemberdayaan masyarakat, kesenian dan sumber daya (pesona) alam lokal dengan memerhatikan kelestarian seni dan budaya tradisional serta kelestarian lingkungan hidup setempat.

Mengembangkan serta memperluas pasar pariwisata terutama pasar luar negeri. Pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan matching dan adjustment yang terus menerus antara sisi supply kepariwisataan yang tersedia untuk mencapai misi yang telah ditentukan.

Sedangkan pengembangan potensi pariwisata mengandung makna upaya untuk lebih meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh suatu objek wisata dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur fisik maupun non fisik dari unsur pariwisata sehingga meningkatkan produktivitas, dalam hal yang dimaksud

produktivitas objek wisata berupa meningkatnya pendapatan daerah yang diperoleh dari kunjungan wisata yang masuk.

II.3.4 Objek Wisata

Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa: “segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan wisatawan daerah yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata”.

Menurut Muljadi (2012 : 89) sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya objek daya tarik wisata yang kuat maka menjadi magnet untuk menarik para wisatawan. Pengertian objek wisata juga merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Berdasarkan beberapa pengertian diatas penulis memberikan batasan objek wisata adalah sesuatu yang dapat dinikmati, dirasakan dan dilihat oleh manusia sehingga menimbulkan perasaan puas dan kesenangan jasmani maupun rohani sebagai suatu hiburan.

II.4 Penelitian Terdahulu

Ulva Nila Santi (2010) yang berjudul *Perencanaan Strategis Objek Wisata Candi Cheto Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyer*. Dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana rencana strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mengembangkan wisata Candi Cheto. Hasil dari penelitian ini dimana penulis mendapatkan isu sangat strategis, isu cukup strategis dan isu yang kurang strategis dalam perencanaan strategi pengembangan wisata Candi Cheto melalui analisis SWOT

Ayu Karlina (2019) yang berjudul *Strategi Pengembangan Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan Potensi Wisata Alam di Kabupaten Aceh Jaya serta bagaimana peluang dan tantangan yang dihadapi dalam proses pengembangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga strategi pemerintah dalam pengembangan potensi wisata alam yaitu melakukan pengembangan pemasaran wisata, pengembangan destinasi wisata serta pengembangan kemitraan. Dari tiga strategi tersebut belum sepenuhnya berjalan efektif. Hal ini dikarenakan masih sulitnya masyarakat luas memperoleh informasi tentang wisata terutama dari website resminya, kurangnya sarana dan prasarana serta tidak adanya pelatihan untuk tenaga ahli bidang kepariwisataan.

Sry Wahyuningsih (2018) yang berjudul *Strategi Pengembangan Objek Wisata Apparalang sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Bulukumba*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumbadan dan untuk mengetahui strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah dalam pengembangan objek wisata pantai Apparalang di Kabupaten Bulukumba. Hasil dari penelitian ini adalah penulis mendapatkan strategi yang diterapkan oleh dinas parawisata adalah posisi pertahankan dan pelihara yang dimana kondisi ini merupakan kunci dalam

menentukan strategi yang mungkin dapat dikembangkan dalam penetrasi pasar dan pengembangan produk yang sesuai dengan kondisi dinas pariwisata.

II.5 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka penelitian adalah penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan.

Dalam usaha untuk mencapai tujuan pengembangan pariwisata sesuai dengan prinsip-prinsip dasar yang terdapat dalam pengembangan pariwisata nasional yang dimana untuk meningkatkan sumber daya alam buatan secara berdaya guna, berhasil guna dan tepat guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mewujudkan perlindungan fungsi ruang dan mencegah serta menanggulangi dampak negative terhadap lingkungan dan keamanan, oleh karena itu dibutuhkan strategi khusus dari pemerintah untuk mengelola kepariwisataan. Strategi pengembangan yang dilaksanakan dalam rangka pencapaian tujuan pengembangan pariwisata disusun atas dasar analisa lingkungan serta visi, misi dan tujuan organisasi/perusahaan dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Poso. Objek yang akan dianalisa adalah objek wisata Danau Poso dengan menerapkan analisis SWOT. Untuk melakukan kajian terhadap masalah ini aspek-aspek yang perlu dikaji yaitu aspek lingkungan eksternal dan internal. Sebuah kawasan memiliki lingkungan yang dapat dipisahkan menjadi lingkungan bagian dalam yang disebut lingkungan internal dan lingkungan bagian luar kawasan yang disebut lingkungan eksternal. Lingkungan internal merupakan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) dan lingkungan eksternal merupakan peluang (opportunity) dan ancaman (treath).

Table 2.2
Kerangka Pikir

