

TESIS

**STRATEGI PENGELOLAAN SEKTOR EKONOMI DI BIDANG
PARIWISATA PADA DINAS PARIWISATA KABUPATEN LUWU TIMUR**

Disusun dan diajukan oleh :

Yudho Prasetya Wemben

A012211035



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR 2022**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

STRATEGI PENGELOLAAN SEKTOR EKONOMI DI BIDANG PARIWISATA PADA DINAS PARIWISATA KABUPATEN LUWU TIMUR

disusun dan diajukan oleh :

YUDHO PRASETYA WEMBEN
A012211105

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
pada tanggal **25 AGUSTUS 2023**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Ria Mardiana Y, S. E., M. Si.
NIP. 19670518 199203 2 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Hj. Nurdjanah Hamid, S. E., M. Agr.
NIP. 19600503 198601 2 001

Ketua Program Studi,



Dr. H. M. Sobarsyah, S. E., M. Si.
NIP. 19680629 199403 1 002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. H. Abd. Rahman Kadir, S. E., M. Si., CIPM.
NIP. 19640205 198810 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yudho Prasetya Wemben
Nim : A012211035
Program studi : Magister Manajemen
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan **Strategi Kebijakan Pengelolaan Sektor Ekonomi Di Bidang Pariwisata Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur.**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Makassar, 27 November 2023

Yang Menyatakan,



Yudho Prasetya Wemben

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Batasan Masalah.....	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.6 Sistematika Penelitian.....	20
BAB II.....	22
2.1 Pengertian Pariwisata.....	22
2.2 Manajemen Strategi.....	24
2.3 Pengembangan Ekonomi.....	33
2.4 Strategi Pengelolaan Pariwisata.....	36
2.5 Pengembangan Ekonomi Pariwisata.....	37
2.6 Faktor-faktor yang berperan dalam Pengembangan Industri Pariwisata Daerah39	
2.7 Kebijakan Pengembangan Pariwisata.....	42
2.8 Tinjauan Peneliti Sebelumnya.....	43
2.9 Kerangka Konseptual.....	48
2.10 Pertanyaan Penelitian Kualitatif.....	49
BAB III.....	50
3.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	50
3.2 Lokasi Penelitian.....	51
3.3 Jenis-Jenis Sumber Data.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Populasi dan Sampel.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV.....	60
GAMBARAN WILAYAH KABUPATEN LUWU TIMUR.....	60

4.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	60
4.2.	Kondisi Geografi.....	62
4.3.	Sosial-Budaya Kabupaten Luwu Timur.....	64
4.4.	Kehidupan Sosial di Luwu Timur	71
PEMBAHASAN		73
5.1.	4 Komponen Pariwisata Luwu Timur	73
5.2.	Analisis SWOT Strategi Kebijakan Pengelolaan Sektor Ekonomi di Bidang Pariwisata Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur	79
5.3.	Profil Responden	81
5.4.	Strategi EFAS dan IFAS Dinas Pariwisata Luwu Timur	82
5.5.	Rekomendasi Kebijakan Yang Dapat Diambil Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur	94
BAB VI.....		99
KESIMPULAN		99
DAFTAR PUSTAKA		103

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pengelolaan sektor ekonomi di bidang pariwisata pada Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur. Responden dalam penelitian adalah keseluruhan pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur maupun pengelola tempat wisata yang berjumlah 10 dengan menggunakan kuisisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*). Setelah matriks faktor strategi internal dan eksternal disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matriks SWOT untuk merumuskan strategi pengelolaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur S<O, yakni peluang lebih besar dari pada kekuatan yang ada, dimana arah kebijakan Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam kondisi *Growth Strategy*. Strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam pengelolaan pariwisata dan profit bagi masyarakat sekitar objek wisata. Hal ini dapat dicapai dengan cara mengembangkan pembangunan fasilitas umum objek wisata, kualitas SDM yang mengelolah objek wisata, meningkatkan Kerjasama dengan perusahaan dan investor terkait pengelolaan objek wisata. Usaha yang dilakukan adalah meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit.

Kata Kunci : Strategi Pengelolaan, Analisis SWOT, Kebijakan, Growth Strategy

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia telah lama mencanangkan gerakan pembangunan nasional yang merupakan gerakan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Hal ini dapat dicapai jika pemerintah meningkatkan pendapatannya baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Salah satu komponen pembangunan daerah adalah pembangunan pariwisata. Pembangunan pariwisata pada umumnya diarahkan untuk meningkatkan sektor pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggerakkan kegiatan ekonomi. Dimana sektor pariwisata juga merupakan sektor yang sangat terbuka untuk menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara.

Di abad ke-21 ini, penyelenggaraan pembangunan kepariwisataan Indonesia untuk mampu mengadaptasikan diri terhadap perkembangan lingkungan, baik pada skala nasional, regional, dan internasional, yaitu di bidang politik, ekonomi dan social budaya, serta iptek. Naisbitt dalam "Global Paradox" menjelaskan bahwa pariwisata merupakan penyumbang bagi ekonomi global yang tidak ada tandingannya di masa yang akan datang. Adapun pertimbangannya adalah

1. Pariwisata memperkerjakan 204 juta orang diseluruh dunia atau satu dari setiap Sembilan pekerja, yaitu 10,6 persen dari angkatan kerja
2. Pariwisata adalah penyumbang ekonomi terkemuka di dunia, yang menghasilkan 10,2 persen produk domestic bruto dunia.
3. Pariwisata adalah produsen terkemuka untuk mendapatkan pajak sebese \$55 miliar.

Globalisasi ekonomi dan peasan pasar dunia merupakan dua fenomena yang keberadaannya sangat bersejarah. Pada abad ini, globalisasi ekonomi dan perluasan pasar memiliki kekuatan, cakupan dan kecepatan yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Secara konkrit globalisasi ekonomi ditandai dengan perubahan *Mode of Production* masyarakat, yaitu dari subsitensi ke orientasi pasar-pasar regional, seperti APEC, NAFTA, AFTA dsb. Secara kelembagaan menjelma dalam percepatan komersial. Dampak yang ditimbulkan adalah terjadinya perubahan social, seperti merebaknya tindakan individu yang lebih didasarkan pada rasionalitas ekonomi.

Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak dikunjungi oleh wisatawan asing dikarenakan selain memiliki tempat Wisata yang menarik, bagi wisatawan asing Indonesia juga merupakan negara yang terjangkau dari sisi harga atau ekonomis. Oleh karena itu, pariwisata perlu mendapatkan perhatian yang serius dari pembuat kebijakan dalam negeri dan perancang kesepakatan perdagangan Internasional, mengingat pariwisata saat ini dan kedepan akan menjadi salah satu penyumbang ekonomi bagi kesejahteraan rakyat.

Pada tahun 2021, Presiden dan Wakil Presiden Indonesia memberikan empat arahan terkait pariwisata dan ekonomi kreatif ;

1. Akselerasi pembangunan infrastruktur di 5 Destinasi Prioritas
2. Penyiapan Calendar of Event di setiap destinasi terutama di 5 destinasi super prioritas
3. Implementasi aspek K4 pada setiap destinasi pariwisata sehingga wisatawan merasa aman dan nyaman
4. Ekonomi kreatif lokomotif penciptaan lapangan pekerjaan, terutama untuk sector yang menyerap dan menggerakkan ekonomi

Pemerintah setidaknya harus memikirkan secara cepat untuk kembali membangun pariwisata di Indonesia setelah dampak pandemic Covid-19. Pada kegiatan KFS (*Knowledge Sharing Forum*) tanggal 29 Juli 2021 dengan tema “Pariwisata dan Industri Kreatif : Peluang dan Tantangan pada Masa dan Pasca Covid-19”, Rektor UT, Prof. Ojat Darajat M.Bus, Ph.D. menyampaikan bahwa pandemi Covid-19 masih berlangsung dan melanda dunia, kondisi ini telah menimbulkan resesi ekonomi dunia. Di Indonesia penyebaran virus ini telah berdampak pada berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi, Sebagian besar sektor penunjang ekonomi terkena dampak dari pandemi ini, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan sektor penunjang ekonomi yang mengalami dampak yang signifikan.

Pada sektor pariwisata adanya berbagai kebijakan penguncian wilayah negara atau lockdown dan pembatasan aktivitas sosial mengakibatkan terputusnya mata rantai industri pariwisata, antara lain: bisnis transportasi, perhotelan, tempat wisata, dan lainnya. Di sektor ekonomi kreatif berdampak antara lain: industri hiburan, kuliner, usaha UMKM dan industri lainnya. Banyak pelaku usaha dari industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang tidak mampu bertahan karena mengalami penurunan pendapatan atau omzet secara drastis akibat menurunnya jumlah daya beli dari masyarakat. Fenomena yang muncul dari dampak pandemi tersebut mendorong industri pariwisata dan ekonomi kreatif harus optimis, semangat dan bangkit untuk menghadapi tantangan, membuka kesempatan atau peluang, melakukan percepatan inflasi dan transformasi dengan terus beradaptasi di masa dan pasca pandemi covid-19.

Menurut data BPS; Tempo tahun 2021, setidaknya ada empat dampak pandemic terhadap sector pariwisata dan ekonomi kreatif pada tahun 2020 ;

1. Kunjungan Wisatawan, Wisatawan asing turun hampir 75% sedangkan wisatawan lokal hampir 30%
2. Devisa, devisa hanya mencapai US\$3-4 billion, turun 79% dari US\$ US\$ 19 billion
3. Tenaga Kerja, lebih dari 30 juta tenaga parekraf terdampak, dan terjadi penurunan jumlah tenaga kerja
4. Total Industry Losses, total loss of tourism sector reached more than IDR 10 Trillion

Oleh sebab itu, Kemenparekraf mencanangkan 3 platform kedepan yaitu ; **Inovasi, Adaptasi, dan Kolaborasi**. **Inovasi**, strategi inovasi diantaranya dengan pendekatan Big Data untuk memetakan potensi dan menguatkan berbagai aspek pada sector pariwisata dan ekonomi kreatif. **Adaptasi**, membiasakan dan mendisiplinkan penerapan protocol CHSE di setiap destinasi pariwisata sebagai bentuk adaptasi kebiasaan baru. **Kolaborasi**, Kemenparekraf berperan aktif sebagai **FASILITATOR AKTIF** berkolaborasi dengan ekosistem Parekraf untuk ciptakan lapangan kerja seluas-luasnya, tugas dan fungsi dibagai sebagai berikut, **Pemerintah** sebagai pembuat kebijakan/pengatur, **Media** sebagai katalisator, **Akademisi** sebagai konseptor, **Swasta** sebagai organisasi yang dapat dipercayai untuk menjalankan bisnis, **Community** sebagai akselerator.

Pemerintah mengeluarkan RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional) 2024 dengan menjadikan sector pariwisata sebagai target utama melalui rancangan **Quality Tourism** yang memiliki nilai-nilai utama yaitu ;

- a. Pariwisata berkelanjutan
- b. SDM terampil
- c. Kepuasan Pengalaman
- d. Diversifikasi Produk dan Jasa
- e. Adaptasi Teknologi

Yang bertujuan untuk mendorong target utama pemerintah yaitu ;

- a. Devisa dan Nilai Tambah
- b. Kesiapan Destinasi, Industri & Masyarakat
- c. Kapasitas SDM Parekraf
- d. Daya Dukung Lingkungan
- e. Citra Pariwisata yang berdaya saing Nusantara

Pemerintah juga mengeluarkan beberapa kebijakan untuk mendorong pengembangan wisata, melalui kebijakan ini wisata yang diharapkan bisa tumbuh dari desa-desa di Indonesia. Dasar dan Dukungan kebijakan pengembangan desa wisata tertuang dalam beberapa peraturan seperti ;

- UU No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan
- PP No.50 Tahun 2011 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan Nasional tahun 2010-2025
- Perpres No 18 Tahun 2020 tentang rencana pembangunan jangka menengah tahun 2020-2024
- Kepmenparekraf nomor KM/107/KD.03/2021 tentang panduan pengembangan desa kreatif
- Permenparekraf No.9 tahun 2021 tentang pedoman pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan
- Rencana strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020-2024

Setidaknya ada empat pilar pembangunan kepariwisataan Indonesia menurut *Kasih Cakaputra Komsary* yaitu Pembangunan kepariwisataan di Indonesia mencakup 4 pilar pembangunan kepariwisataan yakni: (1) destinasi; (2) pemasaran; (3) industri, dan (4) kelembagaan. Keempat pilar tersebut merupakan upaya perwujudan azas pembangunan dengan memerhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Pengembangan pariwisata harus dilihat dalam satu kesatuan upaya untuk memajukan pariwisata. Keempat pilar tak dapat berdiri sendiri-sendiri karena satu dan lainnya saling berpengaruh. Aspek kelembagaan dapat memengaruhi semua aspek lain. Pengembangan destinasi dan industri tentu akan berpengaruh terhadap pencapaian tujuan pemasaran. Dalam hal ini pembangunan pariwisata Indonesia diharapkan dapat:

- Menjadikannya sebagai destinasi wisata nasional/internasional yang berkelanjutan;
- Meningkatkan posisi Indonesia di pasar internasional maupun nasional sehingga jumlah kunjungan akan meningkat;
- Memberikan kesempatan bagi industri kepariwisataan sebagai penopang aktivitas wisata untuk berkembang menjadi industri yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengusaha/pemilik usaha, tetapi juga bagi pekerja dan masyarakat luas; dan dari ketiga hal tersebut
- Menumbuhkembangkan suatu sistem kelembagaan yang ditopang oleh sumber daya manusia yang kompeten melalui regulasi yang ditegakkan secara efektif.

Keempat pilar tersebut mempunyai keterkaitan satu sama lain yang tak terpisahkan. Pada tingkat nasional, pemerintah masih memakai jumlah kunjungan sebagai sasaran untuk mewakili tolok ukur keberhasilan. Meskipun demikian jumlah kunjungan tersebut tergantung kepada bukan hanya keberhasilan pemasaran (promosi) melainkan juga keberhasilan upaya pengembangan destinasi, industri, serta kelembagaannya (manusia, aturan, dan organisasinya).

Untuk mencapai tujuan pembangunan kepariwisataan secara nasional, keempat pilar harus dikembangkan secara terpadu. Meski sampai dengan saat ini jumlah wisatawan masih menjadi ukuran keberhasilan, perlu disadari bahwa keberhasilan pemasaran selain tergantung kepada program pemasarannya sendiri, akan sangat tergantung kepada

keberhasilan pengembangan program lain yang menyangkut aspek-aspek yang disebutkan di atas.

Melihat kondisi saat ini, maka rangkaian strategi umum yang diusulkan adalah penertiban – penataan – pengembangan, dengan penjelasan sebagai berikut:

- **Penyelarasan fisik** – Merupakan suatu upaya untuk menangani terlebih dahulu prasarana fisik. Prasarana setempat yang mulai/sudah rusak, sampah, beberapa jalan menuju daya tarik yang belum bertanda (arah), sarana akomodasi yang tersedia namun dengan kondisi yang mulai menurun, pelanggaran tata bangunan atau tata lingkungan serta tata pelayanan.
- **Penataan** – memanfaatkan apa yang sudah ada (sudah dibangun), namun belum atau kurang berfungsi. Maksud kegiatan penataan adalah untuk mengembangkan dan mengelola hasil pembangunan yang lalu atau meningkatkan kemanfaatan dan fungsi suatu area/kawasan untuk berbagai kepentingan masyarakat maupun wisatawan. Prinsipnya adalah sedikit mungkin melakukan pembongkaran, bila tidak menimbulkan ancaman atau dampak yang serius. Kegiatan penataan ini dapat pula mengandung unsur penertiban dan sebaliknya, hanya fokusnya yang berbeda. Penataan dilakukan di lokasi yang dianggap strategis dan dapat berfungsi dengan lebih baik memenuhi kebutuhan masyarakat dan/atau wisatawan melalui penataan. Penataan dalam konteks non-fisik dapat diartikan sebagai pemberlakuan standar operasional akomodasi, daya tarik wisata, rumah makan, maupun bahan promosi.

- **Pengembangan** – yang berarti meningkat lebih lanjut untuk menambah elemen baru, fungsi baru, cara atau strategi pemasaran yang baru, pengembangan jumlah sarana pariwisata/investasi baru, pengembangan jenis usaha baru, dan bahkan juga pengembangan regulasi baru. Pengembangan dilakukan sambil membaca perkembangan kepariwisataan dan permasalahan (*issues*) yang berkembang dalam beberapa tahun ke depan, seraya terus melakukan penertiban dan penataan.

Terlepas dari arah kebijakan yang diambil, memperhatikan karakteristik objek dan daya tarik wisata, tradisi masyarakat, dan tuntutan pasar wisata yang dihadapi, maka dalam pengembangan pariwisata Indonesia harus tetap memperhatikan beberapa prinsip yakni;

- Prinsip keberlanjutan (*sustainability*) dari pariwisata itu sendiri,
- Prinsip partisipasi masyarakat atau *community based tourism development*
- Prinsip terhadap daya dukung lingkungan pariwisata (*environmental carrying capacity*) agar pengembangan pariwisata di Indonesia tetap dapat dijaga kelestariannya.

Salah satu daerah di Indonesia yang berusaha menunjukkan keunggulan potensi wisata yang dimilikinya untuk menarik wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut adalah wisata Kabupaten Luwu Timur yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan. Di Luwu Timur terdapat banyak objek wisata salah satunya Danau Matano memiliki kultur daratan pesisir yang memanjang ditumbuhi oleh banyak tanaman yang cukup rapat sepanjang perairan pantai. Bahkan kawasan Danau Matano terdapat terumbu karang yang indah, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai Obyek dan Daya Tarik Wisata.

Dalam upaya pengelolaan pariwisata di Luwu Timur, sejauh mungkin diarahkan agar masyarakat setempat jangan tersisihkan atau sekedar

penonton saja atau tontonan. Masyarakat setempat harus menjadi bagian dari kegiatan pariwisata dalam arti luas bukan hanya sekedar menjadi objek melainkan juga menjadi subjek. Keterlibatan masyarakat tidak harus terlibat langsung atau masuk kedalam lingkaran kegiatan pariwisata, tetapi bisa berada dalam lingkaran luar yang tersentuh dampak positif kepariwisataan.

Pengaruh ganda pariwisata harus mampu menyentuh hajat hidup masyarakat setempat, meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada umumnya. Untuk itu diperlukan sebuah strategi yang matang yang akan mempunyai potensi besar akan berhasil dan membawa dampak perubahan yang lebih baik di berbagai bidang. Di sinilah pentingnya peraturan dan kesadaran dari pemerintah daerah yang melaksanakan pembangunan di sektor pariwisata. Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi yang dengan pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara optimal.

Luwu Timur sedang mengembangkan sektor pariwisata, tujuannya bisa bervariasi tergantung pada visi dan prioritas pemerintah daerah serta potensi yang dimiliki oleh daerah tersebut. Beberapa tujuan umum dalam pengembangan pariwisata di suatu wilayah meliputi:

1. **Pengembangan Ekonomi:** Pariwisata dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi daerah tersebut. Dengan menarik wisatawan, Luwu Timur dapat menghasilkan pendapatan dari sektor perhotelan, restoran, transportasi, dan berbagai aktivitas terkait pariwisata.
2. **Penciptaan Lapangan Kerja:** Pengembangan sektor pariwisata biasanya menciptakan peluang pekerjaan baru, mulai dari pemandu wisata, pegawai hotel, sopir angkutan wisata, hingga pedagang souvenir lokal. Ini bisa membantu mengurangi tingkat pengangguran di daerah tersebut.

3. **Pengembangan Infrastruktur:** Untuk mendukung pariwisata, biasanya diperlukan investasi dalam infrastruktur seperti jalan, bandara, pelabuhan, dan fasilitas umum lainnya. Ini tidak hanya akan membantu pariwisata, tetapi juga mendorong pengembangan secara keseluruhan di wilayah tersebut.
4. **Pengenalan Budaya dan Warisan:** Jika Luwu Timur memiliki warisan budaya, seni tradisional, atau acara khas, pengembangan pariwisata bisa menjadi sarana untuk mempromosikan dan menjaga kebudayaan lokal. Wisatawan dapat mengenal dan menghargai keunikan budaya daerah tersebut.
5. **Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat:** Pendapatan dari pariwisata dapat dialirkan kembali ke masyarakat dalam bentuk program-program pembangunan sosial dan ekonomi, seperti pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur dasar.
6. **Konservasi Alam dan Lingkungan:** Pengembangan pariwisata berkelanjutan dapat mendorong kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan dan alam sekitar. Ini dapat membantu mempromosikan praktik berkelanjutan dan pelestarian alam.
7. **Peningkatan Citra Daerah:** Dengan memiliki destinasi pariwisata yang menarik, Luwu Timur dapat meningkatkan citra daerahnya di mata masyarakat lokal maupun internasional. Ini bisa membantu menarik lebih banyak pengunjung dan investasi ke daerah tersebut.

Dalam merencanakan pengembangan pariwisata, penting untuk mempertimbangkan keselarasan antara pembangunan ekonomi, pelestarian budaya dan lingkungan, serta kesejahteraan masyarakat setempat. Selain itu, melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah, masyarakat lokal, dan sektor swasta, juga sangat penting untuk kesuksesan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Strategi Tahapan Pembangunan Pariwisata Luwu Timur

Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur mempunyai visi yang memiliki gambaran umum tentang keadaan yang diinginkan di masa depan, sedangkan misi adalah rangkaian upaya konkret yang akan dilakukan untuk mencapai visi tersebut. Visi dan misi Pemerintah Kabupaten Luwu Timur 2017-2027.

Visi Pemerintah Kabupaten Luwu Timur 2017-2027 : Menciptakan masyarakat Kabupaten Luwu Timur yang sejahtera, berbudaya, berdaya saing, dan religius melalui penyelenggaraan pemerintahan yang bersih, berwibawa, partisipatif, dan berkeadilan sedangkan misi Pemerintah Kabupaten Luwu Timur 2017 - 2027 yaitu ;

1. Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang berwawasan keadilan dan kecepatan.
2. Meningkatkan infrastruktur yang berkelanjutan dan berkeadilan.
3. Meningkatkan pembangunan manusia yang berdaya saing, mandiri, dan berbudaya.
4. Meningkatkan kualitas lingkungan hidup.

Visi Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur 2017 - 2027 (berkaitan dengan Misi Kabupaten Luwu Timur): Mengembangkan sektor pariwisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berwawasan lingkungan dalam rangka mendukung visi dan misi Kabupaten Luwu Timur dan misi Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur 2017 – 2027 yaitu ;

1. Melestarikan dan mengembangkan pariwisata berbasis budaya, alam, dan minat khusus dengan berwawasan lingkungan berkelanjutan.
2. Meningkatkan pemberdayaan pemuda melalui berbagai program yang produktif dan memasyarakat.

Visi dan misi ini mencerminkan komitmen dan arah tujuan pemerintah Kabupaten Luwu Timur serta Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Luwu Timur dalam periode tersebut.

Dari Visi dan Misi diatas, Dinas Pariwisata membuat skema tahapan pembangunan pariwisata di Kabupaten Luwu Timur selama tiga periode dari tahun 2017 hingga 2027 mencakup berbagai langkah untuk mengembangkan industri pariwisata di wilayah tersebut. Berikut adalah tahapan-tahapan pembangunan pariwisata dalam setiap periode:

Periode tahun 2017 – 2019:

1. Event: Penyelenggaraan berbagai acara dan kegiatan pariwisata untuk menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan kunjungan.
2. Masterplan (siteplan dan business plan): Pengembangan rencana induk dan rencana bisnis pariwisata untuk mengarahkan pembangunan dengan strategi yang tepat.
3. Infrastruktur Destinasi Tertentu Wisata (DTW): Meningkatkan infrastruktur dan fasilitas di destinasi wisata tertentu untuk meningkatkan daya tariknya.
4. Rancangan kebijakan Pajak dan Retribusi: Penyusunan kebijakan terkait pajak dan retribusi pariwisata untuk mendukung pendanaan dan pengelolaan pariwisata.
5. Penyiapan spesial interest tourism: Pengembangan jenis-jenis pariwisata khusus yang menarik minat khusus dari segmen pasar tertentu, misalnya ekowisata, budaya, atau petualangan.
6. Kerjasama antar daerah bidang pemasaran wisata: Kerjasama dengan daerah lain untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan promosi pariwisata secara bersama-sama.

Periode tahun 2019 – 2022:

1. Pengelolaan DTW: Meningkatkan pengelolaan destinasi wisata tertentu untuk memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung.
2. Kerajinan khas: Pengembangan kerajinan lokal khas Luwu Timur sebagai produk wisata yang menarik.
3. Business tour: Pengembangan tur bisnis untuk menarik pelaku bisnis dan pertemuan ke wilayah tersebut.
4. Intensifikasi aktivitas wisata: Penambahan dan diversifikasi kegiatan pariwisata untuk meningkatkan daya tarik destinasi.
5. Revitalisasi asosiasi: Penguatan peran asosiasi pariwisata dalam mengkoordinasikan dan memajukan sektor pariwisata di Luwu Timur.
6. Realisasi infrastruktur: Implementasi proyek infrastruktur yang direncanakan pada periode sebelumnya untuk meningkatkan aksesibilitas dan pelayanan wisata.

Periode tahun 2022 – 2027:

1. Realisasi infrastruktur: Melanjutkan dan menyelesaikan proyek-proyek infrastruktur yang tertunda untuk memperkuat daya saing destinasi pariwisata.
2. Pengelolaan DTW: Terus meningkatkan pengelolaan dan pemeliharaan destinasi wisata agar tetap menarik bagi wisatawan.
3. Pelaksanaan event: Terus mengadakan berbagai acara dan kegiatan pariwisata untuk menarik kunjungan.
4. Jejaring pariwisata regional: Mengembangkan kerjasama dan jaringan dengan daerah-daerah lain dalam kawasan regional untuk saling mendukung dan meningkatkan kunjungan wisata.
5. Investasi akomodasi pariwisata berjejaring: Mendorong investasi dalam akomodasi pariwisata dengan konsep berjejaring untuk meningkatkan kapasitas penginapan.

6. Investasi atraksi wisata: Mendorong investasi dalam pembangunan dan pengembangan atraksi wisata baru untuk menarik wisatawan.

Pengembangan pariwisata dalam tiga periode tersebut bertujuan untuk meningkatkan potensi pariwisata Luwu Timur, mengembangkan ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat melalui sektor pariwisata yang berkembang. berdasarkan tahapan pembangunan pariwisata di Kabupaten Luwu Timur pada periode 2017-2027, pemerintah Kabupaten Luwu Timur melalui Dinas Pariwisata telah melakukan beberapa pembangunan di objek wisata alam. Pembangunan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan fasilitas di objek wisata alam guna menarik lebih banyak wisatawan dan memperbaiki pengalaman wisata mereka. Beberapa upaya pembangunan yang mungkin telah dilakukan oleh pemerintah di objek wisata alam antara lain:

1. **Infrastruktur Destinasi Tertentu Wisata (DTW):** Pembangunan atau peningkatan infrastruktur di destinasi wisata alam tertentu, seperti akses jalan, area parkir, fasilitas sanitasi, dan tempat istirahat.
2. **Pengelolaan DTW:** Upaya untuk meningkatkan pengelolaan dan pemeliharaan objek wisata alam agar tetap terjaga keaslian alaminya dan memberikan pengalaman wisata yang baik bagi pengunjung.
3. **Realisasi Infrastruktur:** Implementasi proyek-proyek infrastruktur yang direncanakan sebelumnya untuk mendukung objek wisata alam, seperti pembangunan sarana dan prasarana yang diperlukan.
4. **Investasi Atraksi Wisata:** Mungkin dilakukan investasi dalam pengembangan atraksi wisata di objek wisata alam, seperti jalur hiking, area camping, pemandangan, dan lain sebagainya.
5. **Event:** Penyelenggaraan berbagai acara dan kegiatan di objek wisata alam untuk menarik minat pengunjung pada periode tertentu.
6. **Kerjasama Antar Daerah:** Kerjasama dengan daerah lain dalam kawasan regional untuk mempromosikan objek wisata alam secara

bersama-sama dan mengembangkan jaringan pariwisata yang lebih luas.

Selain itu, penting juga untuk melibatkan masyarakat setempat dalam pengembangan objek wisata alam, melalui pelibatan mereka dalam program pelatihan, promosi produk lokal, dan keterlibatan dalam pengelolaan destinasi wisata. Dengan melibatkan masyarakat, pembangunan pariwisata di wilayah ini dapat berdampak positif pada ekonomi lokal dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian alam dan budaya setempat. Tabel dibawah ini menunjukkan realisasi pembangunan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam periode kedua yaitu tahun 2019-2022.

No	Nama Objek Wisata	Pengelolaan DTW	Pelaksanaan Event	Jejaring Pariwisata Regional	Investasi Akomodasi Pariwisata Berjaringan	Investasi Atraksi Wisata
1	Laa Waa River	Bumdes	Anungrah Desa Wisata tahun 2022	tidak ada	tidak ada	perlengkapan tenda kemping dan sara permainan air (Program PKPM PT.Vale Indonesia Tbk.)
2	Pantai Molino	Bumdes	tidak ada	tidak ada	tidak ada	tidak ada
3	Air Terjun Mata Buntu	Pokdarwis	tidak ada	tidak ada	tidak ada	tidak ada

4	Pantai Ujung Suso	Pokdarwis	tidak ada	tidak ada	tidak ada	tidak ada
5	Tompo Tikka	Bumdes	tidak ada	tidak ada	tidak ada	tidak ada

Tabel 1.1 Realisasi Tahapan Pembangunan Pariwisata Periode 2019-2022
(Sumber : Dinas Pariwisata Luwu Timur)

Dari data yang terdapat pada tabel realisasi tahapan pembangunan pariwisata Dinas Pariwisata Luwu Timur selama periode 2019-2022, tampak adanya ketidaksempurnaan dalam pencapaian beberapa aspek yang menjadi tanggung jawab Dinas Pariwisata tersebut. Berikut adalah rincian tentang setiap aspek yang mengalami kurangnya realisasi:

1. **Pelaksanaan Event:** Dalam periode yang disebutkan, terlihat bahwa rencana pelaksanaan event-event pariwisata di Luwu Timur belum sepenuhnya terwujud sesuai dengan yang direncanakan. Hal ini bisa memiliki dampak pada daya tarik destinasi, karena event-event tersebut dapat menarik wisatawan dan menciptakan pengalaman yang berkesan.
2. **Jejaring Pariwisata Regional:** Jejaring atau kerja sama dengan daerah-daerah sekitar merupakan faktor penting dalam mengembangkan pariwisata. Jika rencana untuk menjalin kerja sama dengan daerah-daerah regional belum optimal terlaksana, maka peluang untuk saling memperkuat dan mempromosikan destinasi pariwisata di wilayah tersebut bisa terbatas.
3. **Investasi Akomodasi Pariwisata Berjaringan:** Investasi dalam akomodasi pariwisata berjaringan, seperti hotel atau penginapan berbintang, merupakan komponen penting dalam menarik wisatawan yang mencari kenyamanan dan pelayanan yang baik. Jika realisasi investasi ini kurang, maka bisa berdampak pada ketersediaan akomodasi yang memadai bagi para wisatawan.

4. **Investasi Atraksi Wisata:** Keberhasilan sebuah destinasi pariwisata tidak hanya tergantung pada fasilitas akomodasi, tetapi juga pada daya tarik atraksi wisata yang unik. Jika investasi untuk mengembangkan atau mempertahankan atraksi wisata tidak mencapai target, potensi daya tarik wisatawan untuk berkunjung dapat terpengaruh.

Dalam konteks ini, sangat penting bagi Dinas Pariwisata Luwu Timur untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab kurangnya realisasi dalam aspek-aspek tersebut. Tindakan perbaikan dan langkah-langkah strategis perlu diambil untuk mengatasi hambatan yang mungkin ada. Ini mungkin melibatkan peningkatan koordinasi, alokasi sumber daya yang lebih baik, peningkatan promosi, atau pengembangan kemitraan dengan pihak swasta dan pemerintah daerah lainnya. Dengan demikian, potensi pariwisata Luwu Timur dapat lebih optimal diwujudkan dan menghasilkan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan wilayah.

Ada delapan kecamatan yang memiliki objek wisata alam yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan. Jumlah pengunjung wisatawan yang berkunjung di Luwu Timur dapat dilihat pada tabel dibawah ini ;

NO	KECAMATAN	TAHUN / JUMLAH KUNJUNGAN						
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	BURAU	1.255	3.530	10.281	10.795	10.571	10.200	684
2	MANGKUTANA	978	1.287	3.499	3.674	2.670	470	1.050
3	WOTU	527	772	1.370	1.439	1.467	1.390	439
4	MALILI	1.010	1.329	3.406	3.576	3.260	3.252	2.576
5	TOMONI	-					900	602
6	WASUPONDA	1.321	2.421	2.800	2.940	2.759	2.078	1.940
7	TOWUTI	923	1.012	3.192	3.352	2.602	1.182	2.352
8	NUHA	1.132	2.272	3.536	3.713	3.325	2.985	3.713
	Jumlah	7.146	13.058	28.943	30.390	26.654	22.457	13.356

Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan (Sumber : Dinas Pariwisata Luwu Timur)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa periode 2018-2021 tingkat jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Luwu Timur mengalami penurunan yang disebabkan oleh strategi Dinas Pariwisata Luwu Timur yang masih kurang efektif dalam melakukan pengembangan pembangunan objek wisata. Salah satu Putri Pariwisata Luwu Timur adalah Adila Amalia Irvan yang menjadi Putri Pariwisata Luwu Timur pada tahun 2019 yang mengungkapkan bahwa “Pariwisata Luwu Timur tertinggal” dalam sebuah podcast karena kurangnya minat dan perhatian dari wisatawan dan pelancong untuk datang ke objek Wisata Luwu Timur dikarenakan masih banyak kekurangan di objek Wisata Luwu Timur salah satunya kesediaan Amenitas atau segala bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka selama tinggal atau berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti hotel, motel, restaurant, bar, shopping center, souvenir shop dan fasilitas lainnya. Karena disamping daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan dan memberikan berbagai kemudahan bagi wisatawan yang datang dalam rangka meningkatkan pengalaman rekreasi mereka.

Bahkan juga dari hasil wawancara dengan Bapak H. Tukiman, S.Pd sebagai salah satu pengelola wisata Pantai Ujung suso mengatakan bahwa “Kekurangan dari objek wisata Luwu Timur adalah masih lemahnya kelembagaan yang dimiliki oleh beberapa objek wisata alam yang ada di Luwu Timur dikarenakan belum ada aturan yang mengatur kebebasan kelembagaan yang mengelola objek wisata untuk mengelolah secara penuh objek wisata seperti penarikan retribusi dan masalah penggajian terhadap pengelola, sehingga hal tersebut yang membuat pengelolaan objek wisata tidak mengalami pengembangan yang signifikan”.

Berdasarkan latar belakang dan data awal, terdapat beberapa isu kunci yang perlu dijelajahi lebih lanjut dalam penelitian ini:

1. **Permasalahan Infrastruktur**
2. **Kekurangan Amenitas**
3. **Strategi Pengelolaan Ekonomi**
4. **Masih lemahnya kelembagaan objek wisata**
5. **Pengembangan Branding dan Promosi**

Sehingga hal tersebut diatas mendorong peneliti untuk mengambil judul penelitian “**STRATEGI PENGELOLAAN SEKTOR EKONOMI DI BIDANG PARIWISATA PADA DINAS PARIWISATA KABUPATEN LUWU TIMUR**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata di kabupaten Luwu timur dalam menerapkan strategi 3 tahapan periode yang dilaksanakan ?
2. Bagaimanakah Rekomendasi strategi pembangunan Dinas Pariwisata Luwu Timur yang sebaiknya diambil dalam melakukan pengembangan sektor pariwisata?

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis mengambil sampel khusus pada **Wisata Alam** Kabupaten Luwu Timur dikarenakan Kabupaten Luwu Timur memiliki beragam potensi atraksi wisata alam yang beberapa diantaranya telah di kembangkan sebagai daya tarik wisata dan telah banyak dikunjungi oleh pengunjung dari wilayah sekitarnya.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan industri pariwisata di kabupaten Luwu timur
2. Menganalisa rekomendasi kebijakan yang harus dilakukan oleh Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam pengembangan sektor Pariwisata

1.5 Manfaat Penelitian

1. Untuk memberikan wawasan kepada masyarakat dan pembaca tentang bagaimana strategi kebijakan pemerintah Luwu Timur dalam pengembangan sector ekonomi di bidang pariwisata.
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pemerintah dalam upaya pemberdayaan pemuda dan pembangunan daerah melalui peningkatan peran pemuda dalam pengembangan pariwisata di Luwu Timur
3. Memperbanyak literature untuk memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi penulis.
4. Sebagai pelaksana tugas akademik yaitu untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar magister di Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan mengemukakan studi pustaka mengenai teori-teori yang akan mendukung permasalahan antara lain seperti strategi kebijakan, pengembangan ekonomi, pengembangan pariwisata, peneliti terdahulu, variabel, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, jenis-jenis sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, Kondisi Geografi, Sosial-Budaya Kabupaten Luwu Timur, dan kehidupan sosial di Luwu Timur.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari Analisis SWOT Strategi Kebijakan Pengelolaan sektor ekonomi di bidang pariwisata Oleh Dinas Kabupaten Luwu Timur, profil responden, Strategi EFAS dan IFAS Dinas Pariwisata Luwu Timur, dan rekomendasi kebijakan yang dapat diambil oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut A.J Burkat dalam Damanik (2006), pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan. Menurut Mathieson & Wall dalam Pitana dan Gyatri (2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Youti, (1991:103). Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "reavel" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata "pariwisata" dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan istilah "Tour". Menurut Mill dan Morisson (1985). Ada beberapa variabel sosioekonomi yang mempengaruhi permintaan pariwisata, yaitu:

- Usia

Usia Hubungan antara pariwisata dan juga umur mempunyai dua komponen yaitu: besarnya waktu luang dan aktifitas yang berhubungan dengan tingkatan umur tersebut. Terdapat juga beberapa perbedaan pola konsumsi antara kelompok yang lebih tua dengan kelompok yang lebih muda.

- Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor terpenting dalam membentuk permintaan untuk mengadakan sebuah perjalanan wisata. Bukan hanya perjalanan itu sendiri yang memakan biaya wisatawan juga harus mengeluarkan uang untuk jasa yang terdapat pada tujuan wisata dan juga di semua aktifitas selama mengadakan perjalanan.

- Pendidikan

Tingkat pendidikan mempengaruhi tipe dari waktu yang luang untuk digunakan dalam perjalanan yang dipilih. Selain itu juga pendidikan merupakan suatu motivasi untuk melakukan perjalanan wisata. dapat juga disimpulkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi pandangan seseorang dan memberikan lebih banyak pilihan yang bisa diambil oleh seseorang.

Sedangkan berdasarkan undang-undang no 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, bahwa keadaan alam, flora, dan fauna sebagai karunia tuhan yang maha esa, serta peninggalan sejarah, seni, dan juga budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pengertian definisi menurut para ahli tentang Pariwisata memang berbeda-beda, Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan guna untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen ataupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari segi koonteks pariwisata bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik. Berdasarkan definisa pariwisata diatas maka disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata mempunyai cirri-ciri sebagai berikut:

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu daerah asal dan juga daerah tujuan (destinasi).
2. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan juga daya tarik wisata.
3. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata.
4. Pelaksana perjalanan ke daerah tujuan dilakukan dalam waktu sementara.
5. Terdapat dampak yang ditimbulkan, khususnya daerah tujuan segi sosial budaya, ekonomi dan lingkungan.

2.2 Manajemen Strategi

Eddy Yunus (2016) menyatakan bahwa istilah manajemen strategi terbentuk dari dua kata, yaitu *strategic* berasal dari bahasa Yunani, *strategia* yang berarti seni atau ilmu menjadi seorang jenderal. Jenderal Yunani yang efektif perlu memimpin tentara, memenangkan peperangan dan mempertahankan wilayah melindungi kota dari serangan musuh serta menghancurkan musuh. Definisi yang cukup luas manajemen strategi menunjukkan bahwa manajemen merupakan suatu sistem yang sebagai satu kesatuan memiliki berbagai komponen yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi, dan bergerak secara serentak ke arah yang sama. Komponen pertama dari manajemen strategi adalah perencanaan strategi dengan unsur-unsurnya yang terdiri dari visi, misi, dan tujuan strategi organisasi. Sedangkan komponen kedua adalah pelaksanaan operasional dengan unsur-unsurnya adalah sasaran atau tujuan operasional, pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen berupa fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan, dan fungsi penganggaran, kebijakan situasional, jaringan kerja internal dan eksternal, fungsi kontrol dan evaluasi serta umpan balik.

Sondang Siagian (2004) menyatakan bahwa konteks manajemen strategi diartikan sebagai cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategik organisasi. Rancangan ini disebut sebagai perencanaan

strategik. Manajemen strategik didasarkan pada formulasi dan implementasi rencana dan kegiatan yang berhubungan dengan hal-hal penting dan berkesinambungan dalam organisasi secara keseluruhan. Michael Porter (2012) dalam artikelnya yang berjudul *Competitive Strategy (Strategi Bersaing)* menyatakan bahwa strategi merupakan sekumpulan tindakan atas aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Artinya bahwa 11 aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan sesuai target. Tugas pertama dalam manajemen strategi pada umumnya adalah kompilasi dan penyebaran pernyataan misi. Aktivitas ini mendokumentasikan kerangka dasar organisasi dan mendefinisikan lingkup aktivitas yang hendak dijalankan oleh organisasi. Setelah itu, organisasi tersebut akan melakukan pemindahan lingkungan untuk membangun keselarasan dengan pernyataan misi yang telah dibuat. Eddy Yunus (2016) menjelaskan bahwa pembentukan strategi adalah kombinasi dari tiga proses utama sebagai berikut:

1. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan analisis pesaing, baik internal maupun eksternal dalam lingkungan mikro maupun makro.
2. Bersamaan dengan penafsiran tersebut, tujuan dirumuskan. Tujuan ini harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek dan juga jangka panjang. Pada proses ini, hal yang perlu diperhatikan adalah penyusunan pernyataan visi (cara pandang jauh ke depan dan masa depan yang dimungkinkan), pernyataan misi (bagaimana peran organisasi terhadap lingkungan publik), tujuan organisasi secara umum (baik finansial maupun strategi), tujuan unit bisnis strategis (berhubungan dengan tujuan organisasi dalam mencapai target yang diharapkan).

Hunger, et al. (2003) menjelaskan manajemen strategi sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi yang memiliki tugas

untuk merumuskan visi dan misi organisasi meliputi rumusan umum filosofi dan tujuan organisasi, mengembangkan profil organisasi yang mencerminkan kondisi internal organisasi, menilai lingkungan eksternal organisasi meliputi pesaing dan faktor kontekstual, menganalisis alternatif strategi dengan menyesuaikan sumber daya yang dimiliki dengan lingkungan eksternal, mengidentifikasi setiap alternatif strategi untuk menentukan strategi mana yang paling sesuai visi dan misi organisasi, memilih seperangkat sasaran tahunan dan strategi jangka pendek, mengimplementasikan pilihan strategi dengan cara mengalokasikan sumber daya anggaran yang menekan pada kesesuaian antara tugas, struktur, teknologi, dan sistem imbalan, melakukan evaluasi keberhasilan proses strategi sebagai masukan bagi pengambilan keputusan yang akan dilaksanakan ditahun-tahun berikutnya.

Berdasarkan uraian pengertian manajemen strategi di atas, dapat dipahami bahwa manajemen strategi merupakan suatu proses yang ditujukan untuk tahap pengambilan keputusan organisasi secara strategi dengan melakukan perumusan perencanaan yang akan dicapai, melaksanakan visi dan misi sesuai tujuan organisasi hingga melakukan evaluasi atas pelaksanaan strategik yang sudah dijalankan. Selanjutnya dalam tahapan perumusan strategi yang ingin dicapai organisasi harus dilakukan dengan cara mengevaluasi faktor-faktor strategis untuk mengukur kekuatan dan kelemahan organisasi serta memahami juga potensipotensi organisasi terkait peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh organisasi.

Aspek-Aspek Manajemen Strategi Eddy Yunus (2016) menyatakan bahwa aspek-aspek manajemen strategi antara lain bertujuan mengungkapkan visi dan misi organisasi, penentuan tujuan-tujuan, menciptakan strategi, mengimplementasikan dan melaksanakan strategi, serta menilai kinerja dan melaksanakan penyesuaian berdasarkan tindakan yang akan dilakukan. Artur, et al. (2003) menjelaskan bahwa manajemen strategi memiliki aspek-aspek strategi yang senantiasa dipertimbangkan

dalam menentukan strategi yang dilaksanakan oleh organisasi. Aspek-aspek manajemen strategi sebagai berikut:

1. Mengembangkan visi dan misi organisasi, maksudnya setiap organisasi membutuhkan misi-pernyataan mengenai maksud organisasi. Misi tersebut menjawab pertanyaan apakah alasan kita untuk berada dalam usaha ini? dan penting pula bagi manajer untuk mengidentifikasi sasaran terkini yang ada dan strategi yang sekarang digunakan.
2. Mengatur tujuan organisasi, maksudnya mengetahui terlebih dulu apa yang menjadi tujuan organisasi itu berdiri, sebelum merumuskan strategi dan sebagainya.
3. Merumuskan strategi untuk mencapai tujuan, maksudnya para manajer perlu menyusun dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi dan kemudian memilih strategi-strategi yang saling mendukung dan melengkapi serta strategi yang memungkinkan organisasi mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang lingkungannya yang paling baik.
4. Mengimplementasikan dan melaksanakan strategi, maksudnya setelah strategi dirumuskan, strategi harus diimplementasikan. Strategi hanya bagus jika implementasinya bagus. Tanpa peduli betapa efektifnya organisasi telah merencanakan strateginya, organisasi tersebut tidak dapat berhasil jika strategi itu tidak diimplementasikan dengan semestinya.
5. Mengevaluasi hasil, memonitor perkembangan baru, dan membuat perbaikan dan penyesuaian strategi, maksudnya langkah terakhir dalam aspek manajemen strategi adalah mengevaluasi hasil. Seberapa efektif strategi yang telah dilaksanakan. Apapun hasilnya, akan menjadi rekomendasi masukan bagi perbaikan dan penyempurnaan strategi dan implementasi berikutnya dan jika ada, penyesuaian apa yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing organisasi terhadap perkembangan baru.

Sukanto Reksohadiprodjo (2003) menjelaskan bahwa aspek-aspek penilaian manajemen strategi harus memuat tentang cara organisasi menentukan misi, yaitu menjelaskan kegunaan dan alasan mengapa suatu organisasi ada dengan ciri pokok produk yang ditawarkan, teknologi yang digunakan, konsumen yang dituju, karakter pasar, komitmen terhadap karyawan, filosofi diri serta citra perusahaan yang diharapkan masyarakat. Menentukan tujuan organisasi apa yang hendak dicapai oleh organisasi. Tujuan ini menyangkut tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Menentukan strategi internal organisasi melalui visi organisasi dengan cara menciptakan aspirasi dan ambisi yang dalam keadaan normal tidak bisa dijalankan, organisasi harus mampu melakukan prediksi masa depan dengan mempertimbangkan kecenderungan teknologi, perilaku konsumen, dan lingkungan usahanya dengan cara menciptakan pengaruh yang lebih besar berdasarkan sumber daya yang dimiliki saat ini.

Proses Manajemen Strategis Wheelen dan Hunger (2008) menjelaskan bahwa proses manajemen strategis merupakan rangkaian langkah, keputusan dan tindakan organisasi yang menentukan kinerja perusahaan secara jangka panjang. Manajemen strategis yang baik akan dapat membawa organisasi untuk dapat melakukan implementasi strateginya melalui perencanaan program, proses penganggaran, sistem manajemen kinerja, perubahan pada struktur organisasi, serta 14 manajemen program dan proyek. Seiring berjalannya waktu manajemen strategi melakukan evolusi ke dalam beberapa tahap, sebagai berikut:

1. Tahap pertama, yaitu basic financial planning (perencanaan dasar keuangan) dimana perusahaan melakukan perencanaan yang didasarkan pada perencanaan keuangan berorientasi pada rencana jangka pendek dan jangka panjang.
2. Tahap kedua, yaitu forecast based planning (perencanaan berdasarkan perkiraan) pengembangan ini dilakukan dari sistem di atas karena digunakan untuk perencanaan jangka panjang, akibat kelemahan sistem budget (anggaran) yang terbatas pada jangka

pendek. Di sini mulai diperhitungkan kondisi eksternal dengan porsi lebih besar. Basisnya adalah proyeksi perusahaan di masa mendatang.

3. Tahap ketiga, yaitu strategic planning (rencana strategis) pengembangan dari forecast-based planning dengan mempertimbangkan kondisi pasar dan persaingan. Dalam tahap ini perusahaan sudah mempertimbangkan bagaimana caranya (strateginya) untuk dapat memenangkan pasar. Proses formulasi strategi dilakukan pada jajaran manajemen, sementara implementasi dan pelaksanaan dilakukan oleh jajaran pelaksana. Prosesnya dilakukan secara top-down (dari atas ke bawah).
4. Tahap keempat, yaitu strategic management (manajemen strategi) merupakan pengembangan dari strategic planning. Di sini masukan dari level bawah juga dipertimbangkan. Prosesnya tidak hanya berkonsentrasi pada formulasi strategi, namun juga diperhatikan secara seksama proses implementasinya, karena berdasarkan pengalaman dengan menggunakan strategic planning, perusahaan sering kali tidak mencapai tujuannya akibat strategi yang diformulasikan tersebut tidak diimplementasikan secara efektif.

Berdasarkan uraian proses manajemen strategi di atas, dapat dipahami bahwa proses manajemen strategi dapat dibagi menjadi dua garis besar, yaitu perencanaan strategi dan implementasi strategi. Sedangkan proses manajemen strategi secara metodologis terdiri dari tiga proses utama yang saling berhubungan dan tidak terputus, yaitu proses perumusan formulasi, proses implementasi dan proses pengawasan serta pengendalian strategi (Husein Umar, 2010). Selanjutnya Stephen Robbins dan Mary Coulter (2004) menjelaskan bahwa terdapat sembilan langkah dalam proses strategi, sebagai berikut :

1. Penentuan misi dan tujuan. Perumusan misi dan tujuan merupakan tanggung jawab utama bagi manajer puncak, sebab berhasil tidaknya program kerja yang direncanakan, bergantung pada misi

dan tujuan yang sudah ditentukan. Perumusan ini dipengaruhi nilai-nilai yang dibawakan manajer. Nilai-nilai ini dapat mencakup masalah-masalah sosial dan etika, atau masalah-masalah umum seperti luas organisasi, jenis produk atau jasa yang akan diproduksi dan cara pengoperasiannya.

2. Pengembangan profil organisasi. Langkah ini dilakukan dengan mengidentifikasi tujuan-tujuan dan strategi-strategi yang ada sekarang (existing). Profil organisasi adalah hasil analisa saat ini serta memerinci kuantitas dan kualitas sumber daya organisasi yang tersedia. Profil organisasi menunjukkan kesuksesan organisasi di waktu yang lalu dan kemampuannya untuk mendukung pelaksanaan kegiatan sebagai implementasi strategi dalam pencapaian tujuan di waktu yang akan datang.
3. Analisa lingkungan eksternal Organisasi perlu mengidentifikasi lingkungan lebih khusus, yang terdiri dari para penyedia, pasar organisasi, para pesaing, pasar tenaga kerja, dan lembaga-lembaga keuangan. Dimana kekuatan-kekuatan ini akan mempengaruhi secara langsung jalannya kinerja organisasi.
4. Menganalisa internal organisasi-kekuatan dan kelemahan organisasi Analisa ini dilakukan dengan membandingkan profil organisasi dan lingkungan eksternal dengan menggunakan metode analisis tertentu seperti SWOT dan lainnya.
5. Identifikasi kesempatan dan ancaman strategi Berbagai kesempatan dan ancaman itu dapat ditimbulkan banyak faktor, antara lain perkembangan teknologi, perubahan kondisi pasar, perubahan politik, atau perilaku konsumen, dan perubahan lingkungan pasar sesuai kebutuhan konsumen saat ini.
6. Pembuatan keputusan strategi Langkah selanjutnya mencakup identifikasi, penilaian dan pemilihan berbagai alternatif strategi. Proses ini disebut proses pembuatan keputusan strategi.
7. Pengembangan strategi organisasi Setelah tujuan jangka panjang dan strategi dipilih dan ditetapkan, selanjutnya organisasi perlu

menjabarkannya program strategi manajemen tersebut ke dalam sasaran-sasaran jangka pendek dan strategi-strategi operasional.

8. Implementasi strategi Implementasi melibatkan penugasan tanggung jawab atas sukses semua atau sebagian strategi kepada karyawan yang sesuai, diikuti dengan alokasi sumber daya yang dibutuhkan.
9. Peninjauan kembali dan evaluasi Setelah strategi diimplementasikan, manajer perlu senantiasa memonitor secara periodik, atau pada tahap-tahap kritis untuk menilai apakah organisasi berjalan ke arah tujuan yang telah ditetapkan atau tidak. Dua pertanyaan utama dalam proses peninjauan kembali dan evaluasi strategi, yaitu apakah strategi diimplementasikan sesuai rencana, dan apakah strategi dapat mencapai hasil-hasil yang diharapkan sesuai perencanaan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Pemeriksaan Manajemen Strategi Eddy Yunus (2016) menjelaskan bahwa pemeriksaan strategis adalah bentuk pemeriksaan manajemen yang melihat perusahaan dalam perspektif luas dan menyediakan penilaian secara komprehensif terhadap situasi strategis perusahaan. Pemeriksaan strategis meliputi aspek-aspek utama proses manajemen strategis dan menempatkannya dalam kerangka kerja pengambilan keputusan. Kerangka kerja tersebut terdiri dari delapan langkah yang saling berhubungan, sebagai berikut :

1. Evaluasi hasil kinerja perusahaan saat ini dalam hal pemeriksaan manajemen tingkat pengembalian investasi, profitabilitas, dan sebagainya, dan mengkaji misi, tujuan, strategi, dan kebijakan saat ini.
2. Pemeriksaan dan evaluasi terhadap manajer strategis perusahaan, yaitu dewan komisaris dan manajemen puncak.
3. Pengamatan lingkungan eksternal untuk mencari faktor-faktor strategis yang merupakan kesempatan dan ancaman.

4. Pengamatan lingkungan internal perusahaan untuk menentukan faktor-faktor strategis, yaitu kekuatan dan kelemahan.
5. Menganalisis faktor-faktor strategis (SWOT) untuk menunjukkan dengan tepat masalah yang ada, dan meninjau serta merevisi misi dan tujuan jika diperlukan.
6. Membuat, menyeleksi, dan menyeleksi strategi alternatif terbaik berdasarkan analisis yang dilakukan pada langkah.
7. Mengimplementasi strategi yang dipilih dengan cara membuat program, anggaran, dan prosedur.
8. Mengevaluasi strategi yang diimplementasi menggunakan sistem umpan balik, dan mengendalikan berbagai aktivitas untuk memastikan penyimpangan minimal dari yang mereka rencanakan.

Proses pengambilan keputusan strategis pada dasarnya mencerminkan pendekatan rasional untuk pengambilan keputusan strategis. Pemeriksaan strategis membuat pelaksanaan proses pengambilan keputusan strategis. Pemeriksaan tidak hanya menjelaskan bagaimana tujuan, strategi dan kebijakan dirumuskan sebagai keputusan strategis, tetapi juga bagaimana hal itu diimplementasi, dievaluasi, dan dikendalikan dengan program, anggaran, dan prosedur. Oleh karena itu, pemeriksaan strategis memungkinkan manajer memahami cara yang lebih baik dimana berbagai wilayah fungsional saling berhubungan dan cara dimana mereka memberikan kontribusi untuk mencapai misi perusahaan. Dengan demikian, pemeriksaan strategis sangat berguna bagi manajemen puncak, yang pekerjaannya adalah mengevaluasi kinerja perusahaan secara keseluruhan (Eddy Yunus, 2016). Perencanaan strategis merupakan suatu sistem dimana manajer membuat, mengimplementasikan, dan mengendalikan keputusan penting lintas fungsi dan level dalam perusahaan. Sistem perencanaan strategis harus menjawab empat pertanyaan mendasar, yaitu kemana kita pergi (misi), bagaimana kita memperolehnya (strategi), apakah cetak biru tindakan kita (anggaran), dan bagaimana kita mengetahui jalur yang kita lalui (pengendalian).

2.3 Pengembangan Ekonomi

Pada dasarnya pengertian dari perkembangan ekonomi adalah indikasi dari adanya pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi sendiri merupakan perubahan kondisi dari perekonomian suatu negara yang secara berkesinambungan menuju ke keadaan yang lebih baik selama satu periode. Perkembangan ekonomi ini mengikuti dari pertumbuhan ekonomi tersebut. Perkembangan ekonomi lebih kearah bagaimana pertumbuhan ekonomi suatu perusahaan atau lainnya mengalami perubahan berupa perkembangan dari beberapa sektor atau faktor pendukungnya.

Adapun pengertian perkembangan ekonomi adalah proses perkembangan berupa kenaikan dalam jangka panjang dari satu negara (misalnya) atau perusahaan (misalnya) untuk menyediakan banyak barang yang mendukung perkembangan ekonomi yang disesuaikan dengan tingkat kebutuhan. Adanya perkembangan ekonomi ini tidak jauh dari pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses kenaikan suatu pendapatan total dan pendapatan perkapita dengan memperhitungkan adanya penambahan penduduk yang disertai dengan adanya perubahan fundamental di dalam struktur ekonomi suatu negara dan pemerataan pendapatan bagi penduduk di suatu negara tersebut. Untuk melihat bagaimana perkembangan ekonomi kita bisa melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perkembangan ekonomi.

Seperti sudah dijelaskan bahwa pengertian perkembangan ekonomi saling berkorelasi dengan pertumbuhan ekonomi. Berikut ini faktor-faktor perkembangan ekonomi yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, antara lain:

1. SDM (Sumber Daya Manusia)

Hal pertama yang dipengaruhi dari proses pertumbuhan ekonomi ke arah perkembangan ekonomi adalah dipengaruhi oleh faktor SDM. Faktor SDM ini memiliki pengaruh yang penting terutama dalam hal

proses perkembangan ekonomi. Proses perkembangan ekonomi ini dimunculkan juga dalam proses pembangunan yang mengikuti. Di dalam proses pembangunan ini entah cepat atau lambat bergantung dari SDM yang menjadi subjek dalam pembangunan dan kompetensi yang dimiliki memadai untuk proses perkembangan ekonomi sendiri.

2. SDA (Sumber Daya Alam)

Selain SDM, SDA atau Sumber Daya Alam juga menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Mengapa? Hal ini dikarenakan sebagian besar dari negara berkembang, menjadikan perkembangan ekonomi negaranya bergantung dari SDA yang dimiliki. Akan tetapi, jika sebuah negara tersebut memiliki SDA yang baik namun tidak didukung dengan kualitas SDM yang berkualitas maka tentunya tidak akan mudah untuk mendapatkan hasil produksi yang baik dari SDA.

3. IPTEK

IPTEK atau Ilmu Pengetahuan dan Teknologi juga menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan teknologi. Dengan melihat perkembangan teknologi yang canggih maka dalam mendapatkan proses perkembangannya juga lebih cepat. Tentunya hal ini akan mendukung perkembangan ekonomi.

4. Budaya

Ternyata budaya juga memberikan dampak tersendiri dalam proses perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Faktor budaya memiliki fungsi untuk membangkitkan dan mendorong terjadinya proses pengembangan dan pembangunan ekonomi. Faktor budaya menjadi faktor utama karena sikap kerja, cerdas, ulet dan jujur.

5. Modal

Modal menjadi salah satu faktor yang menentukan perkembangan ekonomi. Modal sendiri juga berkesinambungan dengan SDM. Modal menjadi salah satu kebutuhan yang penting untuk proses perkembangan ekonomi. Sebab, modal inilah yang nantinya akan meningkatkan hasil produktivitas dari pekerjaan yang akan dikerjakan.

Selain faktor yang mendukung perkembangan ekonomi ada juga faktor penghambat yang perlu kita ketahui agar perkembangan ekonomi tidak terhambat. Antara lain:

1. KKN

Adanya KKN ini akan mempersulit sebuah negara untuk mengalami pertumbuhan dan perkembangan disektor perekonomian. Sehingga akan menimbulkan kekacauan yang tidak terkendali dalam perkembangan ekonomi.

2. Inflansi

Sama halnya dengan KKN, inflansi juga akan memberikan dampak terjadinya penurunan indeks kepercayaan dari konsumen karena masyarakat sendiri cenderung untuk mengurangi melakukan proses berbelanja. Karena mereka menjadi berhati – hati terhadap barang dan takut terjadinya resiko kenaikan harga yang tinggi.

3. Suku Bunga yang Tinggi

Bunga yang tinggi juga dapat mempengaruhi terjadinya investasi dari beberapa pengusaha yang juga akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi terutama dari negara-negara berkembang.

4. Kenaikan harga BBM

Kenaikan harga BBM juga sangat mempengaruhi proses pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Hal ini dikarenakan dampak dari kebijakan yang dikeluarkan sehingga pada akhirnya memberikan efek Multiplier effect yang dapat mempengaruhi seluruh pertumbuhan dan perkembangan ekonomi secara nasional.

5. Tingkat keamanan

Jika ingin perkembangan ekonomi yang lancar maka anda harus menciptakan kondisi keamanan yang kondusif. Sebab hal ini juga akan mempengaruhi kondisi ekonomi yang menjadi lebih stabil lebih kuat. Untuk itu sangat penting membuat stabilitas dalam bidang politik dan juga keamanan. (Sukirno, Sadono. (2006). Ekonomi Indonesia. Jakarta: Kencana).

2.4 Strategi Pengelolaan Pariwisata

Strategi merupakan sekumpulan cara secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah perencanaan dalam kurun waktu tertentu. (Rangkuti 2004:4) mengatakan bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Hamel dan pharalad dalam (Rangkuti 2004:4) Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan. Dirgantoro (2002:7)

Strategi adalah hal sehubungan dengan menetapkan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada dalam perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan pertandingan di pasar. Konsep strategi menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert Jr. (2001:1-2) mendefinisikan konsep strategi berdasarkan 2 perspektif yang berbeda yaitu: (1) perspektif apa organisasi ingin dilakukan (2) dari perspektif apa yang akhirnya organisasi

lakukan. Yang artinya berdasarkan perspektif yang pertama konsep strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan implementasi misinya. Dan yang kedua, perspektif dapat didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respons organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu.

Konsep UNDP and WTO. 1981 hal 69 (Tourism Development Plan dan World Tourism Organization) mengenai pengembangan wisata di suatu daerah yaitu: interaksi tidak langsung, model pengembangan ini didekati dengan cara bahwa daerah atau desa mendapat manfaat tanpa interaksi langsung dengan wisatawan. Dan interaksi langsung, wisatawan dimungkinkan untuk tinggal atau bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa atau daerah tersebut.

2.5 Pengembangan Ekonomi Pariwisata

Pengembangan Ekonomi Pariwisata (Tourism Economic Development-TED) adalah konsep yang menekankan kepada pemberdayaan komunitas untuk lebih memahami nilai-nilai dan aset yang mereka miliki, seperti kebudayaan, adat istiadat, ragam kuliner, gaya hidup (Ali Hasan, 2018). Dalam konteks pembangunan pariwisata, komunitas secara mandiri memobilisasi aset dan nilai tersebut menjadi daya tarik utama bagi pengalaman berwisata wisatawan.

Melalui konsep TED, setiap individu dalam komunitas diarahkan untuk menjadi bagian dalam rantai ekonomi pariwisata, untuk itu para individu diberi pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan small business dengan ragam produk (barang dan jasa) yang layak ditawarkan ke pasar. Defenisi pengembangan ekonomi pariwisata (tourism economic development, TED) yang paling lazim digunakan adalah: $TED = f$ (sumber daya alam, tenaga kerja, modal, investasi, kewirausahaan, transportasi, komunikasi, teknologi, ukuran, pasar, situasi ekonomi internasional) (Dragulanescu, and Ivan, 2012).

Dengan demikian bahwa pengembangan ekonomi pariwisata dilakukan dengan(1) menggunakan potensi sumber daya manusia dan fisik setempat untuk menciptakan peluang baru dan merangsang kegiatan ekonomi berbasis lokal, (2) melalui proses kolektif untuk menciptakan kondisi yang lebih baik bagi pertumbuhan ekonomi pariwisata dan penciptaan lapangan kerja, (3) untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dengan membangun kekuatan masa depan ekonomi pariwisata, dan (4) mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin kompetitif.

TED sebagai konsep memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan sosial-budaya, lingkungan dan politik komunitas (Kantar, and Svrznjak, 2017). Pembangunan ekonomi pariwisata berfokus pada pengembangan kapasitas SDM dan kelembagaan, budaya, lingkungan dan pengembangan lintas sektor ekonomi yang mendukung kegiatan pariwisata secara berkelanjutan. TED merekomendasikan sebuah proses integrasi, kolaborasi, strategi dan alat (tool) pemberdayaan komunitas dalam pembangunan ekonomi, pengembangan dan pemasaran sumber daya lokal dan budaya komunitas (Prihatno dan Ali Hasan, 2016; Martin, Morales, and Sinclair, 2008).

Artinya mobilisasi pembangunan pariwisata itu diinisiasi oleh masyarakat, dilaksanakan oleh masyarakat dan untuk masyarakat mulai dari proses perencanaan, pengordinasian, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan dalam upaya menciptakan lapangan kerja dan memberikan stimulus pada pertumbuhan ekonomi di desanya. Prinsip penerapannya adalah kerjasama stakeholders akan menentukan keberlanjutan pengembangan ekonomi lokal. Dari sisi masyarakat, TED diartikan sebagai upaya untuk membebaskan masyarakat dari semua keterbatasan yang menghambat usahanya guna

membangun jaminan keselamatan adat istiadat dan agamanya, usahanya, dan harga dirinya sebagai manusia.

2.6 Faktor-faktor yang berperan dalam Pengembangan Industri Pariwisata Daerah

Pendit Nyoman, 2002:33-35) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang berperan dalam industri daerah adalah:

1. Kualitas Sumber Daya Manusia

Salah satu kunci sukses pariwisata di Indonesia adalah human resources development diberbagai subsistem pariwisata tersebut. Ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan industri pariwisata terutama ketika pemerintah Indonesia mulai menerapkan kebijakan otonomi daerah.

2. Promosi Kepariwisataan

Upaya-upaya pengenalan potensi-potensi budaya dan alam di daerahdaerah Indonesia dilakukan dengan jalan melakukan promosi kepariwisataan. Pada abad 21, di mana perkembangan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi demikian pesat maka diperkirakan akan terjadi persaingan di pasar global khususnya persaingan di bidang industri pariwisata. Oleh karenanya promosi kepariwisataan merupakan suatu strategi yang harus dilakukan secara berkesinambungan baik di tingkat internasional maupun regional. Sehubungan dengan kebijakan pemerintah Indonesia mengenai penyelenggaraan otonomi daerah, maka masing-masing daerah diharapkan mampu menarik pars wisatawan baik mancanegara maupun domestik untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata yang ada di Indonesia dengan jalan semakin meningkatkan promosi kepariwisataannya. Merosotnya jumlah wisatawan di daerah-daerah tujuan wisam selama pandemic covid-19 merupakan bukti bahwa situasi dan kondisi saat ini pada suatu negara berdampak pada terganggunya seluruh

kegiatan kepariwisataan. Prospek industri pariwisata di tahun ini tergantung pada banyak faktor. Dalam hal ini aspek promosi merupakan salah faktor penentu pengembangan potensi pariwisata khususnya di daerah-daerah Indonesia, sehingga dapat dikatakan bahwa promosi memainkan peran kunci dalam kinerja masa mendatang industri pariwisata Indonesia.

Menurut Kanom dalam penelitiannya (2015), strategi pengembangan wisata adalah suatu kesatuan rencana yang sifatnya komprehensif dan terpadu dari unsur pemerintah, swasta, masyarakat, dan akademisi untuk mengkaji kendala, kondisi lingkungan internal dan eksternal obyek wisata sehingga dapat menjadi destinasi pariwisata berkelanjutan serta berdaya saing tinggi. Adapun menurut Yoeti (1997: 2-3), pengembangan pariwisata perlu memperhatikan beberapa aspek yaitu:

1. Wisatawan (Tourist) Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.
2. Transportasi Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.
3. Atraksi/obyek wisata Atraksi dan objek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat yaitu: a) Apa yang dapat dilihat (something to see), b) Apa yang dapat dilakukan (something to do), c) Apa yang dapat dibeli (something to buy).
4. Fasilitas pelayanan Fasilitas apa saja yang tersedia di DTW tersebut, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada, restaurant, pelayanan umum seperti Bank/money changers, kantor pos, telepon/teleks yang ada di DTW tersebut.
5. Informasi dan promosi Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leaflets/ brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan pariwisata di wilayahnya dan harus

menjalankan kebijakan yang paling menguntungkan bagi daerah dan wilayahnya

3. Sarana dan Prasarana Kepariwisata

Motivasi yang mendorong orang untuk mengadakan perjalanan akan menimbulkan permintaan-permintaan yang sama mengenai prasarana dan sarana kepariwisataan seperti jaringan telekomunikasi, akomodasi dan lain sebagainya. Dalam hal ini kesiapan sarana dan prasarana kepariwisataan merupakan salah satu faktor penentu berhasilnya pengembangan industri pariwisata daerah. Terlebih ketika program otonomi telah diterapkan, maka masing-masing daerah dituntut untuk lebih memberikan perhatiannya pada penyediaan sarana prasarana kepariwisataan yang memadai dan paling tidak sesuai dengan standar internasional. Ketiga faktor di atas merupakan faktor kritis yang perlu mendapat perhatian serius dalam rangka pengembangan industri pariwisata daerah. Tujuan pengembangan industri pariwisata daerah dapat tercapai apabila ketiga faktor tersebut dilaksanakan secara terpadu dan berkesinambungan. Hanya saja perlu disadari bahwa pengembangan pariwisata sebagai industri memerlukan biaya yang tidak sedikit. Terlebih dengan mulai diterapkannya otonomi daerah, maka pola perencanaan yang terpadu mutlak diperlukan sebelum mulai dengan pengembangan industri pariwisata.

Pada dasarnya, perencanaan bermaksud memberi batasan tentang tujuan yang hendak dicapai dan menentukan cara mencapai tujuan yang dimaksudkan. Dengan demikian pengembangan industri pariwisata suatu daerah perlu mempertimbangkan segala macam aspek. Ini disebabkan industri pariwisata merupakan industri jasa yang tidak dapat berdiri sendiri, akan tetapi selalu berkaitan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan berbagai sektor lain. Jadi maju mundurnya industri pariwisata tidak hanya tergantung pada sektor pariwisata saja.

2.7 Kebijakan Pengembangan Pariwisata

Kebijakan Pokok

- Mewadahi, membangun dan juga mengembangkan manfaat potensi pariwisata sebagai kegiatan ekonomi yang bisa menciptakan lapangan kerja.
- Meningkatkan kemampuan dan juga keterampilan aparatur serta pemberdayaan tugas dan fungsi organisasi daripada sebagai fasilitator regulator yang bisa menjadi pengembangan pariwisata.
- Meningkatkan kesempatan berusaha dan keterlibatan seorang dalam mengembangkan kawasan wisata.
- Mengantarakan kerjasama pariwisata antar daerah dan juga dunia usaha.

Kebijakan Spasial (keruangan) Pariwisata

- Memberikan arahan yang jelas agar bisa menjadi pengembangan pariwisata berdasarkan Karakteristik keruanga melalui zonasi pengembangan.
- Untuk kemudahan pembanguanan dan pengolahan yang perlu dilakukan adalah pengelompokan obyek daya tarik wisata pada Satuan Kawasan Wisata (SKW). Satuan-satuan kawasan wisata tersebut merupakan kawasan yang memiliki pusat-pusat kegiatan wisatawan agar mempunyai keterkaitan sirkuit atau jalur wisata.
- Melakukan urutan proiritas pengembangan satuan kawasan wisata dengan memperhatikan dampknya terhadap perkembangan obyek dan juga daya tarik wisata.

Kebijakan Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata

- Pengembangan obyek dan daya tarik wisata menyangkut aspek pemanfaatan dan penegndalian yang satu dengan yang lainnya merupakan satu kesatuan yang terintegrasi oleh karenanya

pembangunan obyek dan daya tarik wisata harus sesuai dengan dasardasar pada sistem perencanaan.

- Pengembangan obyek dan daya tarik wisata dilakukan dengan dasar pendekatan pembangunan Satuan Kawasan Wisata dengan nuansa nilai agama, budaya estetika dan moral yang dianut oleh masyarakat.
- Pengembangan obyek dan daya tarik wisata dilakukan sesuai dengan mekanisme pasar dan meliputi wisata alam, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata pantai dan juga wisata petualangan.

Kebijakan Pengembangan Sarana dan Prasarana Wisata

- Menyiapkan sistem perencanaan Tata Ruang Kawasan Wisata.
- Meningkatkan aksesibilitas ke kawasan wisata
- Pemenuhan fasilitas standar (fasilitas kesehatan, keamanan, kebersihan, komunikasi) di kawasan wisata sesuai dengan kebutuhan.
- Menarik investor untuk membangun akomodasi dan juga fasilitas penunjang lainnya.

2.8 Tinjauan Peneliti Sebelumnya

Adapun tinjauan yang penulis lakukan berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti pada tabel dibawah ini

N o	Nama	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Ardi Surwiya nta	Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan	Menggunakan metode Tashadi (1994) menggunakan tiga aspek yaitu segi ekonomi, segi social, dan segi kebudayaan	Pariwisata merupakan industry yang mampu memberikan manfaat langsung

		Sosial dan Budaya		maupun tidak langsung kepada pemerintah dan masyarakat. Namun apabila tidak dicermati/diwaspadai secara baik akan merusak tatanan/nilai— nilai kehidupan masyarakat sosial.
2	Eva Murni Mustika	Pengembangan Objek Wisata Pantai Lemo di Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur	Menggunakan metode kualitatif untuk memberi manfaat sebagai informasi yang tepat akumulatif	Strategi untuk meningkatkan pengunjung Pantai Lemo dengan cara meningkatkan promosi objek wisata Pantai Lemo, merawat hal-hal yang menjadi nilai jual Pantai Lemo, memperbaiki dan melengkapi sarana dan prasarana di objek wisata Pantai Lemo,

				memperikan penyuluhan dalam bentuk pengetahuan kepada masyarakat mengenai paaariwisata agar seluruh komponen dapat bekerja sama dalam upaya pengembangan objek wisata Pantai Lemo
3	Noor Nailie Azzat	Perencanaaan Pengembangan Kawasan Pariwisata Karimunjawa Yang Berkelanjutan (Sustainability Tourism)	Menggunakan metode analisis ekonomi, Metode Analytical Network Process, dan Analisa SWOT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi daerah terutama di bidang pariwisata, 2. Mempermudah izin usaha pariwisata dan pendukungnya, 3. Pembangunan sarana dan prasarana pendukung pariwisata daerah

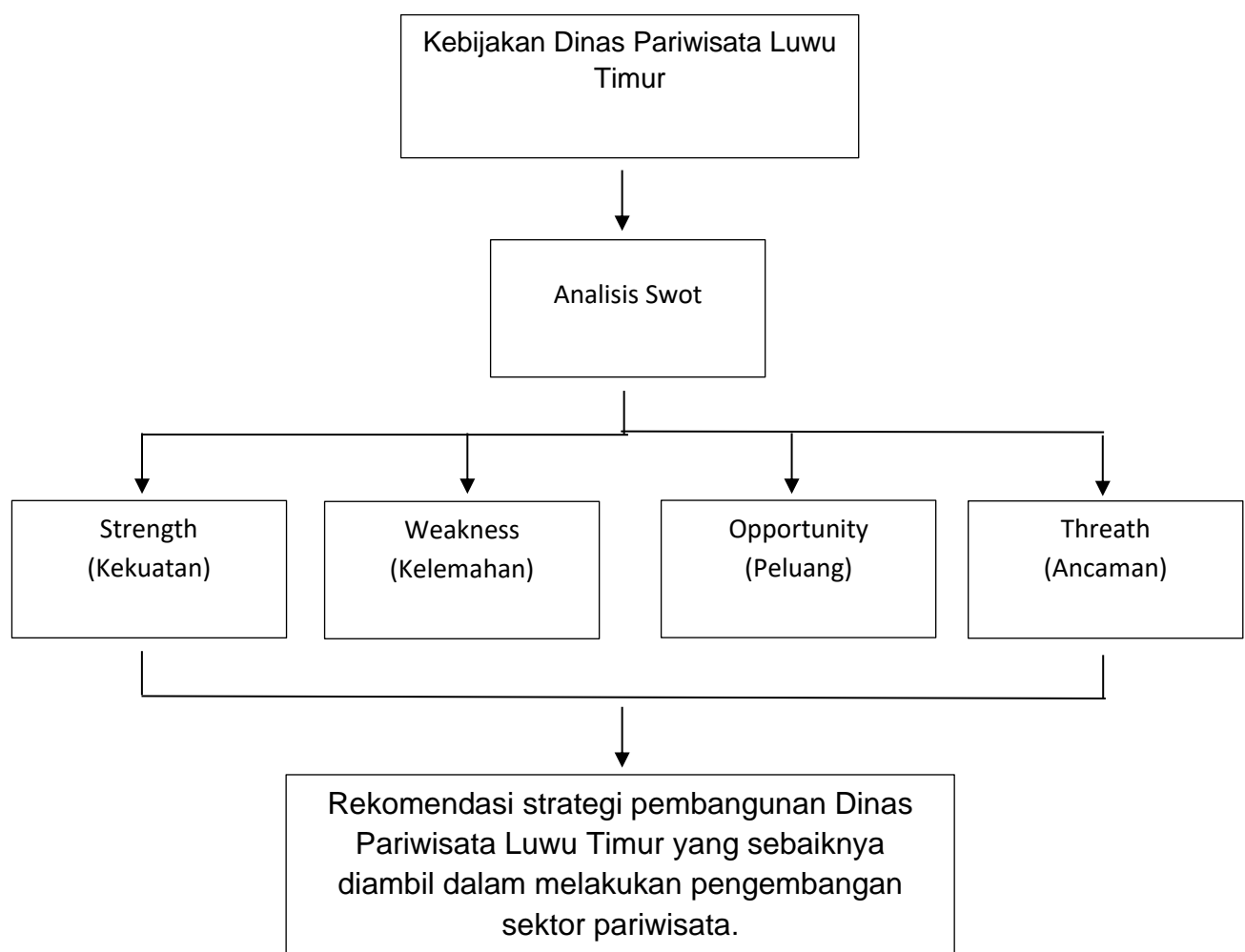
				4. Pembangunan moda transportasi yang terintegrasi sehingga memudahkan wisatawan untuk masuk dan keluar ke Kabupaten Jepara.
4	Kartini La Ode Unga	Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda	Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Bersifat deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan/melukiskan fenomena atau hubungan antar fenomena yang diteliti dengan sistematis, faktual dan akurat (Natsir, 1998). Penelitian deskriptif digunakan bertujuan agar peneliti dapat menggambarkan dengan lebih baik sifat-sifat yang diketahui	1.Faktor-faktor internal yang mendukung pengembangan pariwisata Kepulauan Banda adalah keragaman atraksi, image kawasan yang sudah terkenal sejak VOC, sifat keterbukaan, keamanan, dan kemudahan mencapai lokasi. Sementara yang menghambat adalah belum adanya pusat

			<p>keberadaannya serta relevan dengan variable-variabel yang diteliti.</p>	<p>informasi wisata, sifat terhadap lingkungan yang sangat rendah, SDM bidang pariwisata masih rendah, dan belum memadainya infrastruktur pendukung.</p> <p>2.Faktor-faktor eksternal yang mendukung pengembangan pariwisata Kepulauan Banda adalah aksesibilitas, perkembangan teknologi dan informasi, regulasi, serta tingginya potensi dan minat wisatawan.</p> <p>Sementara yang menghambat adalah interusi budaya dan pengrusakan lingkungan</p>
--	--	--	--	--

5	Eriana Prince Agustin	Strategi Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Maluku Tenggara Barat	Menggunakan metode analisis SWOT	Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seperti kondisi geografis, iklim dan cuaca, dan serta kondisi geologi
---	-----------------------	---	----------------------------------	---

2.9 Kerangka Konseptual

Penelitian ini dilakukan dengan metode pendekatan dan kerangka pikir seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini ;



2.10 Pertanyaan Penelitian Kualitatif

Pertanyaan penelitian kualitatif yang berfokus pada strategi Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam mengelola sektor ekonomi di bidang pariwisata bisa dirumuskan dengan pendekatan mendalam untuk memahami fenomena tersebut secara lebih detail. Pertanyaan-pertanyaan yang relevan yaitu : **Bagaimana strategi Dinas Pariwisata Luwu Timur dalam mengelola sektor ekonomi di bidang pariwisata?**

Pertanyaan tersebut akan membantu mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pengelolaan sektor ekonomi pariwisata yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Luwu Timur, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu, penelitian kualitatif juga dapat mengungkapkan perspektif, pengalaman, dan pandangan dari berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif.