

# **TESIS**

**STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM  
SEKTOR PARIWISATA KOTA PAREPARE**

***STRATEGY TO INCREASE COMPETITIVENESS OF  
TOURISM SECTOR MSMEs IN PAREPARE***

**FIRMAN SYAH  
A012181044**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**

# **TESIS**

## **STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM SEKTOR PARIWISATA KOTA PAREPARE**

### ***STRATEGY TO INCREASE COMPETITIVENESS OF TOURISM SECTOR MSMEs IN PAREPARE***

Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister

disusun dan diajukan oleh

**FIRMAN SYAH  
A012181044**



kepada

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2020**

# LEMBAR PENGESAHAN TESIS

## STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM SEKTOR PARIWISATA KOTA PARE - PARE

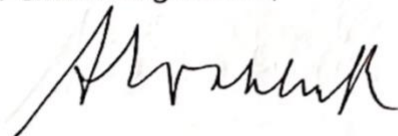
disusun dan diajukan oleh :

**FIRMANSYAH**  
**A012181044**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelraian Studi Program Magister Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal **19 JANUARI 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,




Prof. Dr. Abd. Rakhman Laba, S.E., MBA.  
Nip. 19630125 198910 1001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Mursalim Nohong, S.E., M.Si.  
Nip. 19710619200003 1 001

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Syamsu Alam, S.E., M.Si.  
Nip. 19600703 199203 1 001

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si.  
Nip. 19640205 199810 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Firmansyah  
Nim : A012181044  
Program studi : Magister Manajemen  
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan Judul **Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Pare-Pare**

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, 25 Januari 2021

Yang Menyatakan,



Firmansyah

## **PRAKATA**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas berkat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini, yang merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Perjalanan saya sebagai mahasiswa pascasarjana mendapat kontribusi dari banyak orang. Dengan sepenuh hati saya mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. H. Abdul Rahkman Laba, S.E., M.BA dan Dr. Mursalim Nohong, S.E., M.Si sebagai tim penasihat atas waktu yang telah diluangkan atas bimbingan, dukungan, wawasan dan diskusi yang telah dilakukan. Semua teman pada program pascasarjana magister manajemen tahun angkatan 2018 atas bantuan dan motivasi dari masa perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.

Ucapan termakasih juga saya tujukan kepada para responden dan narasumber yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pandangannya untuk berpartisipasi pada penyelesaian tesis ini. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan yang Maha Esa.

Kepada kedua ayah dan ibu beserta saudara-saudara, saya ingin mengucapkan terimakasih atas bantuan, nasihat, doa dan kesabaran yang tiada henti. Semoga semua pihak senantiasa mendapat kebaikan dari Tuhan yang Maha Esa, atas segala hal yang telah diberikan kepada saya.

Saya menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam tesis ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang sifatnya membangun akan lebih menyempurnakan tesis ini.

Makassar, 19 Januari 2021

Firmansyah

## ABSTRAK

**FIRMANSYAH.** *Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare* (dibimbing oleh Abdul Rakhman Laba dan Mursalim Nohong).

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal serta strategi peningkatan daya saing UMKM sektor pariwisata Kota Parepare.

Penelitian dilaksanakan di Kota Parepare. Jumlah sampel sebanyak 30 pengelola UMKM sektor pariwisata dan 6 orang narasumber di bidang industri pariwisata Kota Parepare. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner. Data dianalisis dengan pendekatan kualitatif secara deskriptif dengan analisis SWOT dan AHP.

Hasil penelitian menunjukkan, skor tertinggi pada faktor kekuatan yaitu sistem pemesanan kamar berbasis teknologi, kualitas bahan baku dan ciri khas produk lokal. Faktor kelemahan yaitu tidak memiliki sertifikasi usaha pariwisata, harga produk kurang terjangkau dan minimnya penggunaan alat teknologi. Faktor peluang yaitu sinergitas antarpengusaha hotel, peningkatan wisatawan dan pengembangan lokasi pemasaran. Faktor ancaman yaitu persaingan kepariwisataan antar daerah, banyaknya produk olahan sejenis dan persaingan produk impor. Hasil metode AHP menunjukkan prioritas tingkatan kriteria untuk mencapai fokus utama yaitu, faktor yaitu sumber daya manusia, Level aktor yaitu Dinas Tenaga Kerja. Level tujuan prioritas yaitu, kualitas dan produktivitas UMKM pariwisata. Alternatif strategi prioritas yang diterapkan adalah membentuk wadah pelatihan bagi UMKM sektor pariwisata, memanfaatkan pelatihan dan bantuan alat produksi, dan pengembangan paket wisata dan teknologi digital, sehingga akan berdampak pada peningkatan daya saing UMKM sektor pariwisata Kota Parepare.

Kata kunci: Daya Saing, UMKM, SWOT, AHP, Strategi



## ABSTRACT

**FIRMANSYAH.** *Strategy to Increase The Competitiveness of Tourism Sector MSMEs in Parepare* (Supervised by **Abdul Rahman Laba** and **Mursalim Nohong**)

The research aims to identify internal and external factors as well as strategies to increase the competitiveness of the tourism sector in Parepare City.

The research was conducted in the City of Parepare. The number of samples is 30 MSME managers in the tourism sector and informant in the tourism industry in the City of Parepare. Data collection was carried through observation, documentation, interviews, and questionnaires. Data were analyzed by using a qualitative descriptive approach with SWOT and AHP analysis.

The results show that the highest score are on the strength factor of a technology-based room reservation system, the quality of raw materials, and the characteristics of local products. Weakness factors are not having a tourism business certification, product prices are less affordable, and the minimal use of technological tools. Opportunity factors are synergy among hoteliers, increasing tourists, and developing marketing locations. The threat factors for tourism competition among regions, the number of competitive processed products, and product competition. The results of the AHP method show the priority criteria to achieve the main focus. The factor level is human resources, the actor level, namely the Department of Manpower. The level of priority objectives, namely, the quality and productivity of the tourism MSMEs in the tourism sector, utilize training and production equipment assistance, and develop tourism packages and digital technology so that it will have an impact on increasing the competitiveness of SMEs in the tourism sector in the city of Parepare.

Keywords: Competitiveness, MSMEs, SWOT, AHP, Strategy



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN Sampul .....	i
HALAMAN Judul .....	ii
HALAMAN Pengesahan .....	iii
HALAMAN Pernyataan Keaslian Penelitian .....	iv
PRAKATA .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
DAFTAR SINGKATAN/SIMBOL .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	8
1.5. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1. Tinjauan Teori dan Konsep .....	12
2.1.1. Konsep Pariwisata .....	12
2.1.2. Industri Pariwisata .....	13
2.1.3. Dampak Pariwisata terhadap Pembangunan Ekonomi .....	15
2.1.4. Strategi Kompetitif .....	20
2.1.5. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah .....	21
2.1.6. Konsep Daya Saing UMKM .....	23
2.1.7. UMKM Sektor Pariwisata .....	25
2.2. Tinjauan Empiris .....	27
<b>BAB III KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Kerangka Pemikiran .....	31
3.2. Hipotesis .....	34
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
4.1. Rancangan Penelitian .....	35
4.2. Kehadiran Peneliti .....	35
4.3. Situs dan Waktu Penelitian .....	36
4.4. Sumber Data .....	36
4.5. Populasi, Sampel dan Teknik Penambilan Sampel .....	37
4.6. Teknik Pengumpulan Data .....	39
4.7. Teknik Analisis Data .....	40
4.8. Pengecekan Validitas Temuan .....	46
4.9. Tahap-tahap Penelitian .....	47
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
5.1. Gambaran Umum Kota Parepare .....	49
5.2. Gambaran Umum Pariwisata Kota Parepare .....	50
5.3. Perkembangan Industri Pariwisata Kota Parepare .....	66
5.4. Karakteristik Responden .....	69



5.5. Analisis SWOT UMKM Pariwisata Klaster Perhotelan .....	71
5.6 Analisis SWOT UMKM Pariwisata Klaster Rumah makan .....	84
5.7 Analisis SWOT UMKM Pariwisata Klaster Kerajinan dan Oleh-oleh	94
5.8 Pengolahan Proses Analisis Hirarki .....	110
<b>BAB VI PEMBAHASAN .....</b>	<b>126</b>
6.1. Faktor-Faktor Internal UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare..	126
6.2. Faktor-Faktor Internal UMKM Sektor Pariwisata Kota.....	130
6.3. Strategi Peningkatan Daya saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare .....	133
<b>BAB VII PENUTUP .....</b>	<b>140</b>
7.1. Kesimpulan .....	<b>140</b>
7.2. Implikasi .....	141
7.2.1. Manajerial .....	141
7.2.2. Kebijakan .....	142
7.3. Keterbatasan Penelitian .....	143
7.4. Rekomendasi .....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>153</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1	Jumlah kunjungan wisatawan Kota Parepare 2015-2019 .....4
1.2	Data Jumlah UMKM Kota Parepare 2019.....6
2.1	Kriteria UMKM.....22
2.2	Penelitian Terdahulu ..... 28
4.1	Nilai level hirarki.....45
5.1	Luas Kecamatan Kota Parepare .....49
5.2	Kawasan Strategis Pariwisata Kota Parepare ..... 56
5.3	Anggaran Pengembangan Kepariwisata Kota Parepare ..... 59
5.4	Program Pemasaran Pariwisata 2019..... 64
5.5	Program Kelembagaan Pariwisata 2019..... 66
5.6	Jumlah wisatawan dan lama tinggal..... 67
5.7	Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata 2015-2019..... 68
5.8	Karakteristik Responden berdasarkan Usia ..... 70
5.9	Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan ..... 70
5.10	Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja ..... 71
5.11	Karakteristik Responden berdasarkan lama usaha ..... 71
5.12	Matriks IFAS Klaster Perhotelan ..... 76
5.13	Matriks EFAS Klaster Perhotelan ..... 80
5.14	Matriks SWOT Klaster Perhotelan..... 82
5.15	Matriks IFAS Klaster Rumah makan ..... 88
5.16	Matriks EFAS Klaster Rumah makan..... 91
5.17	Matriks SWOT Klaster Rumah Makan ..... 92
5.18	Matriks IFAS Klaster Kerajinan..... 99

5.19	Matriks EFAS Klaster Kerajinan .....	103
5.20	Matriks SWOT Klaster Kerajinan.....	104
5. 21	Prioritas unsur Faktor terhadap Fokus .....	110
5. 22	Prioritas unsur aktor terhadap faktor .....	113
5. 23	Prioritas unsur tujuan terhadap aktor .....	114
5. 24	Prioritas unsur strategi terhadap tujuan .....	116
5. 25	Bobot Prioritas unsur aktor terhadap fokus.....	118
5. 26	Bobot Prioritas unsur tujuan terhadap fokus .....	119
5. 27	Bobot Prioritas unsur alternatif strategi terhadap fokus .....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
5. 1	Peta Kota Parepare ..... 50
5. 2	Kawasan Perkotaan Parepare..... 52
5. 3	Monumen Habibie-Ainun Kota Parepare..... 54
5. 4	Lokasi pembangunan <i>Dive Center</i> ..... 58
5. 5	Taman Mattirotasi ..... 60
5. 6	Plaza Kuliner ..... 61
5. 7	Tonrangeng Riverside ..... 61
5. 8	Tourism Information Centre ..... 63
5. 9	Jumlah UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare 2018-2019..... 68
5. 10	Matriks IE Klaster Perhotelan ..... 81
5. 11	Diagram SWOT Klaster Perhotelan ..... 83
5. 12	Matriks IE Klaster Rumah makan ..... 92
5. 13	Diagram SWOT Klaster Rumah Makan ..... 94
5. 14	Matriks IE Klaster Kerajinan dan oleh-oleh ..... 104
5. 15	Diagram SWOT Klaster Souvenir dan Oleh-oleh..... 106
5. 16	Struktur Hirarki strategi peningkatan daya saing UMKM Pariwisata Parepare ..... 109
5. 17	Skema Hirarki Hasil Pengolahan Vertikal..... 117
5. 18	Anggaran Kualitas dan produktivitas Tenaga Kerja..... 120
5. 19	Hasil Sinteseis Strategi Terhadap Fokus Utama ..... 124

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	Surat Izin Penelitian.....	154
2	Rekomendasi Penelitian.....	155
3	Keterangan Penelitian DISPORAPAR .....	156
4	Keterangan Penelitian Dinas Tenaga Kerja.....	157
5	Keterangan Penelitian PHRI .....	158
6	Kuesioner UMKM Perhotelan.....	159
7	Kuesioner UMKM Rumah Makan.....	165
8	Kuesioner UMKM Kerajinan/Oleh oleh .....	172
9	Kuesioner AHP .....	179

## DAFTAR SINGKATAN/SIMBOL

AHP	: <i>Analytical Hierarchy Process</i>
DAK	: Dana Alokasi Khusus
DAU	: Dana Alokasi Umum
DEKRANASDA	: Dewan Kerajinan Nasional Daerah
DPRD	: Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
EFAS	: <i>External Factor Analysis Summary</i>
GDP	: <i>Gross Domestic Product</i>
HPI	: Himpunan Pramuwisata Indonesia
IE	: <i>Internal External</i>
IFAS	: <i>Internal Factor Analysis Summary</i>
KSP	: Kawasan Strategis Pariwisata
MICE	: <i>Meeting, Incentives, Conference and Exhibition</i>
PDB	: Pendapatan Domestik Bruto
PHRI	: Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia
RIPPARDA	: Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah
SATGAS	: Satuan Tugas
SWOT	: <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>
TIC	: <i>Tourism Information Center</i>
UN-WTO	: <i>World Tourism Organization</i>
UU	: Undang-Undang
VHO	: Virtual Hotel Operator
WTO	: <i>World Trade Organization</i>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

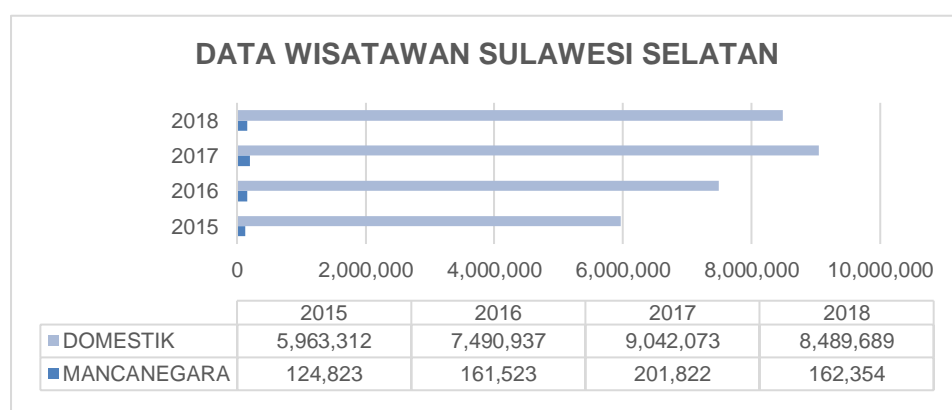
Indonesia merupakan negara yang kaya dengan sumber daya alam dan potensi keberagaman adat istiadat, seni budaya dan peninggalan warisan sejarah. Kekayaan akan sumber daya alam dan materi yang terkandung didalamnya merupakan modal besar bagi pembangunan Indonesia. Untuk meningkatkan pembangunan ekonomi, pemerintah berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menggali dan mengembangkan potensi-potensi daerah yang tersebar di wilayah Indonesia (Bagus, 2018). Setiap daerah di Indonesia memiliki potensi masing-masing yang dapat dikembangkan menjadi suatu sektor industri yang mampu menjadi enopang perekonomian daerah. Pengembangan ekonomi berbasis lokal muncul sebagai suatu konsep yang fokus pada pemanfaatan potensi sumber daya lokal dan peningkatan peran oleh masyarakat, pemerintah daerah dan kelompok kelembagaan yang ada dimasyarakat. Pengembangan potensi daerah merupakan aspek yang sangat strategis dalam mewujudkan masyarakat yang makmur. Pengembangan potensi daerah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan menciptakan suatu masyarakat yang harmonis dan produktif.

Industri perjalanan dan pariwisata memainkan peran penting dalam pengembangan bisnis dan terus memberikan kontribusi pada kekuatan ekonomi dan pembangunan sosial di berbagai negara salah satunya Indonesia. Sektor pariwisata mempunyai pengaruh terhadap perekonomian

suatu negara melalui beberapa faktor. Pertama, sektor pariwisata sebagai penghasil devisa untuk memperoleh barang modal yang dipakai dalam proses produksi. Kedua, pengembangan pariwisata memberi stimulus pembangunan pada infrastruktur. Ketiga, pengembangan sektor pariwisata mendorong perkembangan sektor-sektor ekonomi lainnya. Keempat, pariwisata ikut berkontribusi terhadap peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan. Kelima, pariwisata dapat menyebabkan *positive economies of scale* (Yakup, 2019).

Indonesia kaya akan potensi pariwisata yang tersebar di berbagai daerah dengan karakteristik wisata yang beragam. Kawasan timur Indonesia dikenal dengan potensi wisata alam, budaya dan tradisi masyarakatnya. Provinsi Sulawesi Selatan secara geografis memiliki letak yang strategis dan kondisi keragaman wisata pada setiap daerahnya menjadi daya tarik tersendiri wisatawan dan pelancong domestik maupun mancanegara. Data dari Badan Pusat Statistik dari tahun 2015-2018 menunjukkan tren peningkatan seperti yang terlihat pada Gambar 1.1 dibawah.

Gambar 1. 1 Data Wisatawan Sulawesi Selatan

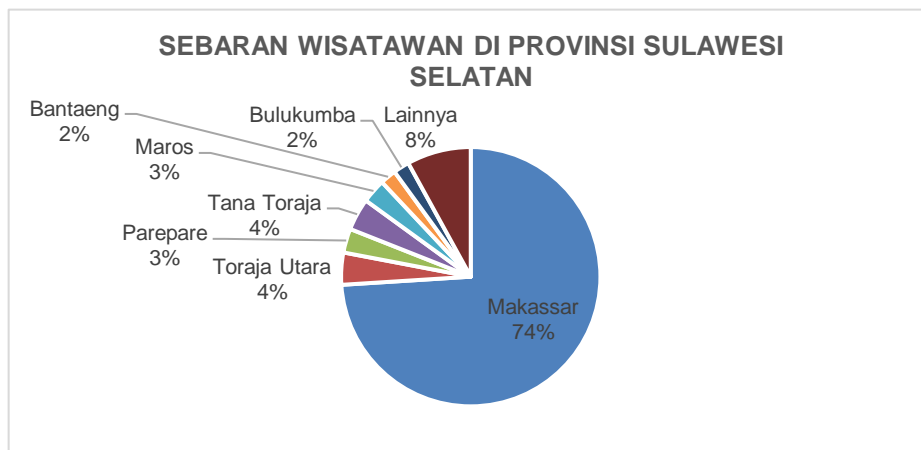


Sumber: Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2019



Pesatnya jumlah wisatawan yang masuk ke Provinsi Sulawesi selatan didukung dengan adanya Bandara Internasional Hasanuddin sebagai pintu masuk utama. Penciptaan interkoneksi antar daerah di Sulawesi Selatan melalui infrastruktur dan jalur transportasi di setiap daerah menjadi modal utama. Peningkatan jumlah wisatawan dapat menjadi peluang bagi daerah-daerah di Provinsi Sulawesi Selatan untuk meningkatkan kualitas kepariwisataan dan memanfaatkan kesempatan dari arus pergerakan wisatawan, sebaran wisatawan di provinsi Sulawesi Selatan dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut.

Gambar 1. 2 Sebaran Wisatawan di Sulawesi Selatan



Sumber: Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2019

Pada gambar 1.2 diatas dapat dilihat bahwa Kota parepare merupakan salah satu daerah dengan persentase sebaran wisatawan yang cukup baik dan prospektif untuk dikembangkan. Kota Parepare merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki potensi dalam menyerap arus kedatangan wisatawan. Kota Parepare dalam perkembangannya lebih dikenal dengan daerah persinggahan (transit) karena posisinya yang sangat strategis. Kota Parepare yang merupakan salah satu bagian dari Jalur

pelayaran selat Makassar (Nursyam, 2013), memiliki banyak potensi dan daya tarik di sektor pariwisata yang perlu dikembangkan mulai dari, keragaman sumber daya alam seperti pantai, hutan kota, gunung, goa, air terjun dan lainnya yang dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata alam daerah, selain itu dalam membangun citra kepariwisataan, pengembangan juga sedang dilakukan pemerintah melalui pembangunan infrastruktur. Langkah awal telah dilakukan dengan membangun *landmark* kota Parepare dalam bentuk patung, monumen, taman, maupun kawasan hutan kota yang menjadi ciri khas di Kota Parepare. Tujuan pembangunan dalam rangka menciptakan suasana dan tampilan baru Kota Parepare yang ditujukan kepada para masyarakat lokal, masyarakat yang melakukan transit, hingga para wisatawan yang berkunjung ke Kota Parepare.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan pemerintah daerah baik itu dalam penataan dan pembangunan infrastruktur maupun program kepariwisataan Kota Parepare menjadi gambaran dan arah pengembangan perekonomian daerah kedepan, hal ini memberi peluang bagi pengusaha daerah yang bergerak di sektor pariwisata. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Parepare, Kunjungan wisatawan pada tahun 2016 sebanyak 119.510 wisatawan, sedangkan pada tahun 2018 terjadi peningkatan kunjungan wisatawan yang sangat pesat yaitu sebanyak 751.309 wisatawan.

Tabel 1.1 Jumlah kunjungan wisatawan Kota Parepare 2015-2019

TAHUN	KUNJUNGAN WISATAWAN		TOTAL
	DOMESTIK	MANCANEGARA	
2015	603.801	1.199	605.000
2016	674.018	982	675.000
2017	735.761	1.239	737.000
2018	750.153	1.156	751.309
2019	768.421	2.073	770.494

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Parepare, 2020

Upaya Pemerintah daerah Kota Parepare untuk merealisasikan Kota Parepare menjadi Kota Pariwisata tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Parepare Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah (RIPPARDA) 2016-2031, dengan visi Pembangunan Kepariwisataaan Daerah yaitu terwujudnya Kota Parepare sebagai Industri Pariwisata Berbasis Sumberdaya Lokal Didukung Budaya, Berdaya Saing, Menuju Masyarakat Mandiri, Maju dan Sejahtera. Pendekatan konsep pengembangan ekonomi daerah ini memberikan peluang kepada masyarakat untuk berperan dalam menentukan dan mengolah potensi sumberdaya lokal, baik sumberdaya manusia maupun sumberdaya alam untuk menciptakan mata rantai perekonomian. Pengembangan ekonomi yang bertumpu pada sumberdaya lokal diharapkan mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat setempat dan menciptakan lapangan kerja baru yang berdampak pada meningkatnya perekonomian daerah. Perwujudan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat juga tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Parepare Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Klaster, Pengembangan Ekonomi lokal bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan produksi, daya saing dan kemandirian usaha ekonomi lokal,
- b. Penciptaan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha, dan
- c. Pengurangan tingkat kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pemanfaatan pariwisata lebih optimal dalam kaitannya dengan pembangunan ekonomi, pengentasan kemiskinan, peningkatan pendapatan, dan peningkatan sarana hidup, pariwisata harus dikaitkan dengan kegiatan ekonomi daerah seperti pertanian dan usaha mikro dan kecil (Mshenga, 2009). Kegiatan pariwisata dan kewirausahaan saling melengkapi satu sama

lain, karena pengembangan pariwisata bergantung pada UMKM, sedangkan aktivitas UMKM juga memerlukan bantuan pariwisata untuk tumbuh dan bertahan. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa sektor pariwisata membantu menciptakan peluang bagi masyarakat setempat untuk memulai kegiatan bisnis, sementara sektor pariwisata bergantung pada kegiatan UKM untuk menyediakan kebutuhan dan keinginan wisatawan ( Jaafar,2014). Kondisi penyediaan sarana dan fasilitas untuk wisatawan yang ada di Kota Parepare masih didominasi oleh UMKM. Kesiapan Sektor Pariwisata Kota Parepare didukung dengan adanya sarana pariwisata yang memadai seperti hotel, rumah makan, sentra oleh-oleh, *money changer* dan lain-lain. Penyediaan sarana akomodasi ini merupakan aspek yang dapat menunjang aktivitas pariwisata di Kota Parepare.

Kendala yang dialami baik secara internal maupun eksternal yang dialami UMKM sehingga dipandang belum berdaya saing dan belum mampu dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta memberi dampak pada pendapatan masyarakat. Faktor-faktor seperti tingkat pendidikan pemilik dan pekerja UMKM, keterampilan dan tingkat kewirausahaan, akses UMKM kepada sumber pembiayaan, akses kepada lembaga pengembangan usaha, faktor-faktor eksternal seperti kemudahan perijinan dan biaya transaksi, dan lain-lain, juga dapat digunakan untuk menggambarkan tingkat daya saing UMKM. Jumlah UMKM yang berada di Kota Parepare sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Jumlah UMKM Kota Parepare 2019

SEKTOR USAHA	KECAMATAN				JUMLAH UMKM
	Soreang	Ujung	Bacukiki	Bacukiki Barat	
<b>Mikro</b>	4223	2197	873	5026	12319
<b>Kecil</b>	1480	254	58	190	1982
<b>Menengah</b>	65	30	-	19	114
<b>Total</b>	<b>5768</b>	<b>2481</b>	<b>931</b>	<b>5235</b>	<b>14415</b>

Sumber : Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare 2019

Salah satu kelebihan dari bisnis kecil adalah kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan cepat dengan keadaan baru (Vickery, 1999). Melihat karakteristik usaha yang beroperasi dikota Parepare di dominasi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pemerintah daerah untuk menyusun strategi yang dapat diterapkan di Kota Parepare untuk mencapai tujuan dari pengembangan sektor pariwisata khususnya dampak positif terhadap ekonomi daerah. Keterlibatan pengusaha, masyarakat dan berbagai elemen kepentingan dalam rangka pengembangan sektor pariwisata diharap mampu menghasilkan *ouput* dalam peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat lokal, pendekatan berbasis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berdaya saing mampu mendukung pengembangan sektor pariwisata, sehingga upaya peningkatan daya saing UMKM di Kota Parepare membuka peluang terhadap penciptaan lapangan kerja, dari uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian pada latar belakang, maka kami mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal apa sajakah yang dipertimbangkan dalam menyusun strategi peningkatan daya saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare?
2. Faktor-faktor eksternal apa sajakah yang dipertimbangkan dalam menyusun strategi peningkatan daya saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare?
3. Strategi apakah yang tepat untuk Peningkatan Daya Saing UKM Sektor Pariwisata Kota Parepare?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal apa saja yang dipertimbangkan dalam menyusun strategi peningkatan daya saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor eksternal apa saja yang dipertimbangkan dalam menyusun strategi peningkatan daya saing UMKM Sektor Pariwisata Kota Parepare.
3. Menganalisis Strategi yang tepat untuk Pengembangan dan Peningkatan Daya Saing UKM Sektor Pariwisata Kota Parepare.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang akan dihasilkan dari penelitian ini, yaitu:

#### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Sebagai bahan informasi tentang pengembangan khasanah keilmuan, khususnya bidang manajemen strategi dalam peningkatan daya saing UMKM di sektor pariwisata Kota Parepare.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Sebagai bahan informasi Bagi Pemerintah daerah Kota Parepare Khususnya Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Parepare dan Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Parepare dan Para Pelaku UMKM Kota Parepare yang bergerak di sektor Pariwisata.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan tesis ini terdiri atas lima bab dan setiap bab terdiri atas beberapa sub bab. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

1. Pada bab pertama dalam penulisan tesis ini menjelaskan mengenai hal-hal substantif yang mendasari penelitian ini dilakukan dan gambaran dasar dari keseluruhan isi yang ada dalam tesis ini. Pada Bagian 1.1 diawali dengan latar belakang penelitian yang memberi gambaran mengenai kondisi sektor pariwisata di Indonesia ditinjau dari sudut pandang ekonomi, angka kunjungan wisatawan yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan dan Kota Parepare sebagai landasan dalam mengembangkan industri pariwisata. Peran penting UMKM dalam industri pariwisata. Bagian 1.2, menetapkan pertanyaan rumusan masalah yang diformulasikan menjadi tiga pertanyaan utama untuk mengetahui faktor internal, eksternal dan strategi yang sesuai untuk peningkatan daya saing UMKM sektor pariwisata Kota Parepare. Bagian 1.3 yaitu tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini serta bagian 1.4 Kegunaan penelitian yang dihasilkan dari penelitian mulai dari kegunaan teoritis yaitu sebagai pengembangan khasanah keilmuan pada bidang manajemen strategi, kegunaan praktis berupa informasi secara yang memberi informasi kepada *stakeholder*, baik itu pemerintah, pelaku UMKM dan masyarakat di Kota Parepare, bagian 1.5 ini diakhiri dengan sistematika penulisan tesis yang berupa struktur pengorganisasian penulisan tesis.
2. Bab dua dalam penulisan tesis ini terbagi jadi dua bagian besar, bagian 2.1 yaitu berisi tinjauan teori dan konsep yaitu uraian dari beberapa teori dan konsep yang digunakan untuk memberi pemahaman tentang masalah yang diteliti dalam mendukung penelitian ini, dalam penelitian ini menjelaskan konsep pariwisata dalam sudut pandang perekonomian, strategi daya saing dan penerapannya pada UMKM sektor pariwisata dan bagian 2.2

yaitu tinjauan empris berupa hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan digunakan dalam penelitian ini.

3. Bab tiga bertujuan untuk menjelaskan garis-besar alur penelitian, pada bagian ini berisi kerangka pemikiran beserta penjelasan mengenai kaitan antara konsep dan situasi faktual yang terkait dengan kondisi industri pariwisata di Kota Parepare.
4. Bab empat dalam penelitian ini menjelaskan tentang metodologi dan k yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini yang dimulai pada sub-bab, 4.1 Rancangan Penelitian yaitu menjelaskan mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, selanjutnya pada sub bab 4.2 Kehadiran Peneliti, menjelaskan posisi peneliti sebagai instrumen kunci dengan keterlibatan penuh di lapangan, penelitian dilaksanakan di Kota Parepare dalam waktu 4 bulan dibahas pada 4.3, kemudian pada sub-bab 4.4 menjelaskan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Sub -ba 4.5 menjelaskan populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM di Kota Parepare, sedangkan sampel diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 UMKM, dibagi dalam 3 klaster yaitu, perhotelan, rumah makan/cafe dan toko Kerajinan/oleh-oleh yang mereprsentasikan UMKM sektor pariwisata di Kota Parepare, dengan menggunakan teknik pengambilan purposive sampling, selanjutnya pada sub-bab 4.6, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan menggunakan metode observasi dokumentasi, wawancara, dan kuesioner, sub-bab 4.7 membahas teknik analisis data, dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT dan AHP. Metode triangulasi data digunakan untuk menguji keabsahan data pada penelitian dijelaskan pada sub-bab



- 4.8 dan yang terakhir, sub-bab 4.9 menjelaskan tahapan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan mulai dari tahap pra-lapangan dengan menyusun rencana penelitian, perizinan dan mempersiapkan kelengkapannya, kemudian tahap eksplorasi dengan mulai dari pengamatan lapangan, wawancara, pembagian kuesioner hingga dan terakhir yaitu tahap eksplanasi yaitu menyusun dan mendeskripsikan hasil.
5. Bab lima berisi hasil temuan penelitian dan interpretasi dari hasil analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis SWOT dan AHP.
  6. Bab enam membahas dari hasil temuan pada penelitian dan menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dengan membandingkan dan mengintegrasikan dengan literatur yang terkait dengan strategi peningkatan daya saing UMKM sektor pariwisata.
  7. Bab enam dalam penulisan tesis ini yaitu penutup. Bab ini memaparkan kesimpulan penelitian. Dalam bab ini juga akan memberikan saran-saran konstruktif bagi para pengambil kebijakan dan pengusaha sektor pariwisata dan kontribusi terhadap pengembangan khasanah keilmuan khususnya pada bidang manajemen strategik.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Teori dan Konsep**

##### **2.1.1. Konsep Pariwisata**

Pergerakan dan aktivitas yang berkontribusi pada kepariwisataan telah mengalami pertumbuhan yang stabil, didukung oleh sejumlah faktor yang saling terkait seperti, transportasi, teknologi digital, sebagai bentuk dalam memahami dasar konseptual usaha pariwisata. Secara signifikan, perdagangan internasional telah memperoleh manfaat dari pembentukan WTO (Organisasi Perdagangan Dunia), yang menempatkan penekanan khusus pada layanan perdagangan bebas skala internasional (Cornelissen, 2005). Dalam suatu lingkungan bisnis yang terbuka, mobilitas merupakan suatu modal yang telah berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata, yang berdampak pada penciptaan peluang dalam peningkatan UMKM pariwisata.

Pariwisata memiliki definisi yang berbeda-beda karena memiliki konsep yang sangat multidimensional berdasarkan perspektif dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (Alister dan Wall, 1982) mendefinisikan pariwisata sebagai serangkaian aktivitas berupa aktivitas perpindahan orang untuk sementara waktu ke suatu tujuan di luar tempat tinggal maupun tempat kerjanya yang biasa, aktivitas yang dilakukannya selama tinggal di tempat tujuan tersebut, dan kemudahan-kemudahan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhannya baik selama dalam perjalanan maupun di lokasi tujuannya, sedangkan batasan pariwisata yang diberikan oleh (Yoeti,

2008) adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam di luar mencari nafkah.

World Tourism Organization (UNWTO) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu aktivitas perjalanan ke suatu tempat dan tinggal di luar lingkungan mereka sehari-hari yang tidak lebih dari setahun dan bertujuan untuk istirahat atau bersenang-senang, bisnis, dan tujuan lainnya yang tidak terkait dengan aktivitasnya sehari-hari selama mereka berada di daerah tujuan wisata. Pengertian pariwisata yang lebih menekankan pada aspek ekonomi adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup serta menstimulasi sektor-sektor lain di daerah yang menerima wisatawan (Wahab, 1976). Pariwisata sebagai suatu sektor yang kompleks karena meliputi industri-industri dalam arti yang klasik seperti industri kerajinan dan cinderamata, penginapan, transportasi dan lain-lain.

### **2.1.2. Industri Pariwisata**

Aktivitas pariwisata mendorong dan menumbuhkan kegiatan-kegiatan dalam bidang konsumsi dan produksi barang dan jasa yang diperlukan oleh orang-orang yang terlibat di dalam kegiatan pariwisata. Penggunaan istilah 'industri pariwisata' memiliki keterbatasan dalam hal pengertian dan banyak digunakan hanya untuk memberikan daya

tarik agar pariwisata dapat dianggap sebagai sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu negara, karena *multiplier effect* yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata tersebut, sebagai suatu industri. Pariwisata sulit untuk diukur karena tidak memiliki standar nomor klasifikasi industri, namun keberadaannya dapat dijelaskan dengan adanya sekelompok perusahaan yang kelangsungannya tergantung dari wisatawan yang berkunjung. Perusahaan-perusahaan inilah yang secara langsung memberikan layanan kepada wisatawan. Tanpa kelompok perusahaan ini, wisatawan tidak akan memperoleh kenyamanan, kepuasan, dan keamanan selama berwisata. Demikian pula sebaliknya tanpa wisatawan, kelompok perusahaan ini tidak akan berkembang keberadaannya. Pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, namun didukung dan ditunjang oleh rangkaian sektor atau usaha yang menghasilkan barang atau jasa yang berbeda satu sama lain. Pasal 14 UU No. 10 tahun 2009 menyebutkan bahwa yang termasuk dalam usaha pariwisata antara lain berupa:

1. Daya tarik wisata
2. Kawasan pariwisata
3. Jasa transportasi wisata
4. Jasa perjalanan wisata
5. Jasa makanan dan minuman
6. Penyediaan akomodasi
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi
8. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran
9. Jasa informasi pariwisata

10. Jasa konsultan pariwisata

11. Jasa pramuwisata

Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata (Adry, 2013). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa industri-industri yang dianggap masuk dalam sektor usaha pariwisata adalah akomodasi, jasa agen perjalanan, rumah makan dan kafetaria, perusahaan angkutan, industri kerajinan cinderamata serta obyek dan atraksi wisata itu sendiri.

### **2.1.3. Dampak Pariwisata terhadap Pembangunan Ekonomi**

Perekonomian suatu negara mempunyai tiga tahap perkembangan produksi, yaitu:

1. Tahap primer, dimana pertanian menjadi sektor yang sangat berperan dalam perekonomian. Negara yang berada dalam tahap ini biasanya adalah negara yang belum berkembang.
2. Tahap sekunder, dimana peran sektor industri semakin meningkat sejalan dengan peningkatan pendapatan per kapita penduduknya. Negara yang berada dalam tahap ini biasanya adalah negara yang sedang berkembang.
3. Tahap tersier, dimana peran terbesar pada GDP suatu negara didominasi oleh sektor jasa. Negara yang telah mencapai pada tahap ini biasanya adalah negara maju (Fisher dan Clark, 1939).

Perkembangan ekonomi sebaiknya tidak hanya diinterpretasikan dalam konteks pergeseran struktur produksi suatu negara, melainkan juga dalam pengertian proses dinamika yang terjadi pada kegiatan-kegiatan inti dan kegiatan pendukung (Cohen, 2003). Dalam kegiatan

pendukung tersebut perlu dilihat adanya keterkaitan dengan kegiatan inti, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagian besar negara-negara di dunia mengakui bahwa pariwisata dapat memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian negara pada umumnya. Pemerintahan negara-negara di dunia menerima pariwisata sebagai sesuatu yang positif dan sebagian besar kebijakan pariwisata dibuat untuk memperluas industri pariwisata. Pemerintahan dari tingkat internasional hingga tingkat regional berperan lebih aktif dalam mengembangkan pariwisata sebagai alat pembangunan. Undang-Undang RI No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Pembangunan kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.

Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Dalam Undang-Undang ini, pembangunan kepariwisataan

meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan kepariwisataan.

Menurut Yoeti (2008) faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan pariwisata di abad ke-21 ini adalah:

1. *Three "T" revolution*. Kemajuan teknologi transportasi, telekomunikasi dan *tourism* menyebabkan segalanya menjadi mudah bagi orang-orang untuk melakukan perjalanan wisata. Kecepatan dan kapasitas pesawat penumpang yang semakin meningkat, transportasi darat dan laut yang semakin nyaman, teknologi telekomunikasi yang semakin canggih sehingga informasi dengan cepat dan mudah diperoleh, akan mendorong orang-orang untuk melakukan perjalanan ke seluruh dunia.
2. *Hybrid*. Diperkirakan pada waktunya nanti, orang-orang akan melakukan perjalanan dengan pola baru. Peserta MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) akan membawa serta keluarga karena perjalanan bisnisnya digabung dengan kesempatan liburan keluarga sehingga kebanyakan dari mereka akan menambah waktu tinggalnya.
3. *Leisure Time*. Kecenderungan di dunia ini semakin banyaknya waktu libur yang tersedia sehingga kesempatan untuk melakukan kunjungan ke daerah wisata semakin besar.
4. *Discretionary Income*. Peningkatan tabungan keluarga sebagai akibat peningkatan pendapatan keluarga, dimana jika sebagian kelebihan pendapatan tersebut digunakan untuk berwisata maka tidak akan mengganggu kebutuhan sehari-hari.

5. *Paid Vacation*. Kecenderungannya saat ini semakin banyak perusahaan memberikan tunjangan berupa uang cuti kepada karyawannya untuk berlibur.
6. *Status and Prestige Motivation*. Motivasi yang bersifat emosional ini didorong oleh keinginan seseorang untuk menjaga *prestige*. Agar dianggap mampu, seseorang harus melakukan sesuatu seperti yang telah dilakukan oleh orang-orang sekitarnya, seperti misalnya melakukan perjalanan wisata.

*World Travel and Tourism Council* (1993) dalam Lundberg (1997) menyatakan bahwa terdapat tiga dampak dari pariwisata terhadap perekonomian yaitu:

1. Dampak langsung, merupakan perubahan dalam penjualan, kesempatan kerja dan pendapatan pada berbagai bisnis sebagai suatu hasil dari pembelian secara langsung berbagai barang dan jasa oleh wisatawan.
2. Dampak tidak langsung, merupakan perubahan dalam penjualan, kesempatan kerja dan pendapatan yang ditimbulkan secara tidak langsung pada berbagai bisnis begitu mata uang asing wisatawan itu dibelanjakan kembali.
3. Dampak rurusan, merupakan bagian dari pengeluaran konsumsi yang berubah dengan perubahan PDB riil yang dikurangi impor.

*World Tourism Organization* (UNWTO) juga mengidentifikasi dampak positif pariwisata sebagai:

1. Meningkatnya permintaan akan produk pertanian lokal.
2. Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif.



3. Menstimulasi minat dan permintaan akan produk dari suatu wilayah atau negara.
4. Meningkatkan jumlah dan permintaan akan produk perikanan dan laut.
5. Mendorong pengembangan wilayah dan penciptaan kawasan ekonomi baru.
6. Menghindari konsentrasi penduduk dan penyebaran aktivitas ekonomi.
7. Penyebaran infrastruktur ke pelosok wilayah.
8. Manajemen pengelolaan sumber daya sebagai sumber pendapatan bagi otoritas lokal.

Menurut Dorodjatun dalam Yoeti (2008), tujuan pengembangan pariwisata bukan hanya sekedar peningkatan perolehan devisa bagi negara, pariwisata diharapkan sebagai katalisator pembangunan. Menurutnya ada delapan keuntungan yang bisa diperoleh dari pembangunan pariwisata yaitu:

1. Peningkatan kesempatan berusaha
2. Peningkatan kesempatan kerja
3. Peningkatan penerimaan pajak
4. Peningkatan pendapatan nasional
5. Percepatan proses pemerataan pendapatan nasional
6. Peningkatan nilai tambah produk hasil kebudayaan
7. Memperluas pasar produk dalam negeri
8. Memberikan dampak *multiplier effect* dalam perekonomian sebagai akibat pengeluaran wisatawan, investor, maupun perdagangan dalam negeri.

Mubyarto dalam Yoeti (2008) mengatakan bahwa pariwisata merupakan suatu sektor ekonomi yang yang terbukti mampu mengentaskan kemiskinan pada suatu daerah. Menurutnya, pembangunan industri pariwisata yang mampu mengentaskan kemiskinan adalah industri pariwisata yang mempunyai *trickle down effect* bagi masyarakat setempat. Pemilihan sektor pariwisata sebagai salah satu alternatif pengentasan kemiskinan karena pariwisata memberikan andil dan kontribusi besar bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat kecil dimana pariwisata dikembangkan. Saat ini pariwisata menduduki peringkat kedua penghasil devisa negara setelah migas. Diproyeksikan pada waktu yang akan datang, pariwisata sebagai industri akan menggantikan posisi migas sebagai penghasil devisa negara terbesar, karena kecenderungan produksi migas yang semakin menurun kontribusinya terhadap perekonomian.

#### **2.1.4. Strategi Kompetitif**

Menurut David (2012), strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan hendak dicapai. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau joint venture sedangkan Menurut Barney dan Hesterly (2012), strategi dijelaskan sebagai sebuah teori tentang bagaimana cara perusahaan meraih keunggulan-keunggulan kompetitif. Strategi merupakan sebuah rangkaian yang terpadu dan terkoordinasi dari komitmen dan tindakan yang dirancang untuk mengeksplotasi kompetensi utama dan meraih keunggulan kompetitif (Hitt, 2001). Strategi memberi jawaban bagi pihak manajemen

mengenai bagaimana cara mencapai tujuan perusahaan dan bagaimana caranya untuk mencapai misi organisasi dan visi strategis. Pembuatan strategi adalah tentang bagaimana mencari target-target, bagaimana bersaing dengan para kompetitor, bagaimana mencapai keunggulan bersaing yang berkepanjangan, bagaimana membuat visi strategis manajemen sebagai sebuah kenyataan bagi suatu perusahaan.

#### **2.1.5. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Dalam perekonomian Indonesia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur dalam payung hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Definisi UMKM yang diterapkan di Indonesia memiliki kriteria yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil, termasuk Usaha Mikro, adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp

200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang. Kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha, dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 Juta	Maks 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta- 500 Juta	>300 juta-2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>50 Juta – 10 Miliar	>2,5 Miliar-50 Miliar

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Kriteria Usaha Kecil Dan Menengah Berdasar Perkembangan, selain berdasar Undang-undang tersebut, dari sudut pandang perkembangannya (Rahmana, 2008) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar.

#### **2.1.6. Konsep Daya Saing UMKM**

Daya saing adalah suatu konsep yang merujuk pada komitmen terhadap persaingan pasar untuk kasus perusahaan atau industri dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus Negara (Fitriati, 2015). Daya saing menjadi sangat penting baik untuk pelaku industri kecil, menengah maupun industri kecil termasuk UMKM.

Pentingnya peran UMKM dalam mendorong perekonomian Indonesia tentunya harus diiringi dengan kesadaran untuk memperkuat UMKM dengan meningkatkan daya saing melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi. Pada persaingan industri di negara maju dan negara berkembang hal yang penting adalah kekuatan daya saing. Menurut Russel (2014), untuk menghasilkan UMKM yang berdaya saing ada lima komponen competitive priority, yaitu *Cost* (Biaya), *Quality* (Mutu), *Flexibility* (Fleksibilitas), *Delivery* (Pengiriman) dan *Innovation* (Inovasi).

1. Biaya, meliputi empat indikator, yaitu produksi, produktivitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan.
2. Mutu, meliputi indikator seperti tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian

keluhan konsumen dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain (Muhardi, 2012).

3. Waktu, meliputi ketetapan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi dan ketetapan waktu penyampaian produk.
4. Fleksibilitas meliputi berbagai indikator seperti macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.
5. Inovasi bisa menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan bisa membuat improvisasi terhadap proses dan produk yang tersedia (Dangayach & Deshmukh, 2005).

Memasuki era digitalisasi atau yang lebih dikenal dengan Industri 4.0, usaha baik itu skala besar maupun UMKM dituntut mampu beradaptasi dengan lingkungan yang baru dalam meningkatkan daya saing. Era baru ini mengubah cara produksi massal dan menerapkan teknologi digital dalam prosesornya yang disebut dengan istilah "cara cerdas". Era digital menciptakan cara baru dalam proses produksi dan konsep ekonomi baru berdasarkan strategi teknologi canggih (Robles et al., 2016).

Terdapat tiga inovasi penting dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi yang meredefinisi struktur organisasi dalam industri pariwisata global (Shanker, 2008; Pease & Rowe, 2005), yaitu: Pengembangan reservasi berbasis komputer (*Computerized Reservation Systems*) sebagai platform untuk publik. aplikasi informasi, Pengembangan Sistem Distribusi Global, dan Perkembangan Internet sebagai platform baru untuk pemangku kepentingan pariwisata komersial.

Di masa lalu, kualitas dan biaya produksi yang rendah merupakan faktor penentu daya saing yang penting, tetapi tidak relevan dengan lingkungan saat ini. Daya saing dapat dicapai dengan kemampuan inovasi dan menciptakan produk dan layanan sesuai dengan kapabilitas perusahaan. Inovasi dalam pelayanan tidak hanya sebagai alat dalam memastikan cara yang efektif untuk memfasilitasi interaksi antara pelanggan dan mitra bisnis, tetapi juga memastikan kesuksesan pasar pariwisata secara berkelanjutan. (Cavlek, 2006). Pengembangan aplikasi yang menyediakan informasi pariwisata daerah yang meliputi biaya perjalanan, biaya masuk, penginapan terdekat, dan informasi lainnya juga bisa menjadi strategi jitu dalam mengoptimalkan digital marketing. Pengaruh industri 4.0 di sektor bisnis didefinisikan dalam tiga faktor utama: integrasi dan digitalisasi rantai nilai vertikal dan horizontal, digitalisasi produk dan layanan, pembuatan model bisnis digital, dan hubungan pelanggan.

#### **2.1.7. UMKM Sektor Pariwisata**

Definisi UMKM pariwisata yaitu, usaha yang terlibat dalam kegiatan ekonomi pariwisata dan memiliki karakteristik secara kuantitatif dalam hal ketenagakerjaan, dan secara kualitatif dalam hal struktur manajemen, fleksibilitas dalam produksi dan kemampuan untuk beroperasi dalam kelompok (Levy dan Powell, 2001). UMKM merupakan alat yang memiliki potensi dalam mendorong industri pariwisata, meskipun kelemahan secara struktural biasanya muncul dari manajemen, pemasaran dan kekurangan pelatihan namun UMKM sangat dapat diandalkan dalam peningkatan kesejahteraan

masyarakat dengan memberikan fasilitas terhadap kantong-kantong pengeluaran wisatawan ke dalam ekonomi daerah.

Kebutuhan wisatawan yang kompleks dipenuhi tidak hanya oleh satu produk atau layanan tetapi oleh empat komponen pariwisata yang disebut 4A yaitu atraksi, aksesibilitas, amenitas dan penunjang (Andrianto & Sugiyama, 2016). Manajemen UMKM di sektor pariwisata yang tepat meliputi keterlibatan terhadap semua faktor, produk, layanan yang memberi citra berkualitas pada keseluruhan destinasi wisata. UMKM biasanya merumuskan suatu nilai tambah atau kelompok produk dan pemberian layanan, yang meningkatkan kepuasan wisatawan dan merangsang efek pengganda (*multiplier effect*) kegiatan pariwisata di tempat tujuan (Braun, 2002; Buhalis, 1998), karena jumlah UMKM yang terlibat dalam rangka memberikan produk dan layanan pariwisata biasanya banyak, tujuan dari pengelompokan usaha produk dan jasa pariwisata merupakan dari UMKM sesuai dengan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Di sektor pariwisata, usaha kecil dan menengah dianggap sebagai aktor penting disektor tersebut karena UMKM secara signifikan berkontribusi pada pengembangan daerah (Erkkila, dalam Batta, 2016). Pengalaman wisatawan bergantung pada kualitas layanan UMKM dan sektor pariwisata memiliki hubungan yang saling tergantung dan saling menguntungkan (Thomas, 2007). Hal dapat diartikan bahwa adanya hubungan yang saling membutuhkan antara UMKM dan pengembangan sektor pariwisata karena kegiatan UMKM dapat mendukung sektor pariwisata dalam hal memberikan layanan dan produk kepada wisatawan, dan sektor pariwisata dapat



meningkatkan peluang bisnis untuk bisnis lokal dan masyarakat, oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata dan pertumbuhan UMKM saling terkait karena kegiatan bisnis mereka saling melengkapi (Jaafar, Khoshkham, Rashid, & Dahalan, 2014). UMKM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing destinasi karena mereka adalah sektor bisnis utama yang menyediakan produk dan layanan kepada wisatawan, misalnya, rumah makan, toko souvenir, agen perjalanan, dan akomodasi (Thomas, 2007). Kurangnya akses pasar bukan satu-satunya faktor yang menghambat kontribusi potensi pariwisata terhadap pembangunan ekonomi di daerah, tapi pengaruh ketidakpastian kondisi kehidupan dan bisnis serta keragaman komunitas yang ada di daerah (Thomas dan Wood, 2003: 468).

## **2.2. Tinjauan Empiris**

Penelitian terdahulu menjadi acuan dalam melakukan penelitian ini. Pengumpulan dilakukan dengan cara studi literatur pada perputakaan. Dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan dan persamaan dimana perbedaan yang teridentifikasi terlihat pada lokasi penelitian, cara pengambilan keputusan serta kombinasi analisis yang dipakai dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini kita menggunakan lokasi di Kota Parepare yang menggunakan analisis faktor internal dan eksternal, SWOT, dan pengambilan keputusan AHP (Analytic Hierarchy Proses) . Persamaan yang teridentifikasi terdapat pada objek usaha yang digunakan yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di berbagai daerah. Untuk lebih jelas penelitian terdahulu di uraikan pada Tabel 2.2 berikut

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

NO	Judul	Metode/Analisis	Hasil Penelitian	Penulis
1	Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan	Penelitian ini menggunakan Analisis SWOT untuk menghasilkan strategi	Strategi utama adalah strategi Growth (pertumbuhan) dimana UMKM kota Tarakan memanfaatkan seluruh kekuatan UMKM yaitu mempertahankan kualitas dari bahan baku, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM di dalam UMKM di kota Tarakan.	Mohamad Nur Utomo (2017)
2	Optimasi Pengembangan Kawasan Wisata Di Semarang Dengan Menggunakan Metode <i>analytical Hierarchy Process</i> , Analisis Swot,	Menggunakan analisis SWOT dan <i>analytical Hierarchy Process</i>	Terdapat empat strategi yang menjadi prioritas untuk pengembangan obyek wisata pantai Tugurejo, yaitu: (i) meningkatkan citra wisata Pantai Tugurejo sebagai kawasan ekowisata, melakukan promosi-promosi melalui media sosial, kerjasama promosi dengan melibatkan sekolah-sekolah, kampus, kelompok pelestari lingkungan mangrove, meningkatkan kerjasama antara	Aries Susanty, Susatyo Nugroho, Adyan (2015)

	Dan <i>Multi-Attribute Utility Theory</i>		obyek wisata Pantai Tugurejo dengan obyek wisata lainnya di Kota Semarang, menyediakan layanan pusat informasi, untuk menampung pesan, kesan, dan keluhan dari wisatawan	
3	Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perkembangan UMKM Pada Kawasan Wisata Dieng	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Pengembangan Pariwisata yang berhasil mengakibatkan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Dieng, hal ini memberikan dampak positif bagi UMKM di kawasan wisata Dieng.	Bagus Prasetyo & Sri Suryoko (2018)
4	Perkembangan Dan Strategi Memberdayakan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.	Salah satu sektor ekonomi yang dapat diandalkan untuk dapat merealisasikan tujuan pembangunan yang berwawasan "adil dan makmur" tersebut adalah "sektor pariwisata. Sektor ini merupakan sektor industri jasa atau golongan sebagai industri ketiga yang dianggap berpotensi melibatkan secara aktif rakyat banyak dalam ekonomi.	Idris Yanto Niode (2008)

5	Peran mediasi pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) pada hubungan pendapatan sektor pariwisata dengan pendapatan asli daerah (PAD) Di kota surakata	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif.	Ditemukan bahwa variabel pendapatan sektor pariwisata secara signifikan berpengaruh positif pada pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) di kota Surakarta. Adanya efek mediasi sempurna dari pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM). Adanya pendapatan sektor pariwisata tidak langsung meningkatkan pendapatan asli daerah secara signifikan, akan tetapi dengan cara meningkatkan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM), baru kemudian pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) meningkatkan pendapatan asli daerah.	Tuti Ediati
6	Regional impacts of tourism-led growth on poverty and income: Inequality: A dynamic general equilibrium analysis for Indonesia.	CGE model	Studi menunjukkan bahwa meskipun pariwisata secara efektif mengurangi kemiskinan di perkotaan maupun pedesaan tetapi ketidaksetaraan pendapatan juga muncul di kedua wilayah perkotaan . bukti yang ditemukan dalam studi merekomendasikan berbagai kebijakan implementasi di daerah pedesaan dan perkotaan.	Mahadevan, R., Amir, H., & Nugroho, A. (2017)

## **BAB III**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **3.1. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini berangkat dari rencana pengembangan industri pariwisata yang menjadi sasaran pembangunan pemerintah daerah kota Parepare yang dituangkan dalam visi misi pemerintahan. Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare yang merupakan salah satu daerah di provinsi Sulawesi Selatan, selain dari faktor-faktor potensi yang dimiliki, Kota Parepare dalam tata kelola dan kebijakan pemerintah telah mengeluarkan beberapa peraturan daerah terkait dengan pemberdayaan dan peningkatan daya saing ekonomi lokal. Daya saing daerah menempatkan pengetahuan, inovasi, dan kewirausahaan di garis depan konseptualisasi diferensiasi ekonomi (Huggins et al. 2014). Diterbitkannya Rencana Induk Pengelolaan Pariwisata Daerah oleh pemerintah Kota Parepare menjadi pedoman untuk arah pengembangan industri pariwisata Kota Parepare secara jangka panjang dan bertujuan sebagai industri yang dapat diandalkan dalam pembangunan daerah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pemerintah kota Parepare dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian masyarakat di sektor pariwisata yaitu dengan peningkatan daya saing UMKM dalam mempersiapkan suatu industri yang saling mendukung dalam proses pengembangan di sektor pariwisata Kota Parapare.

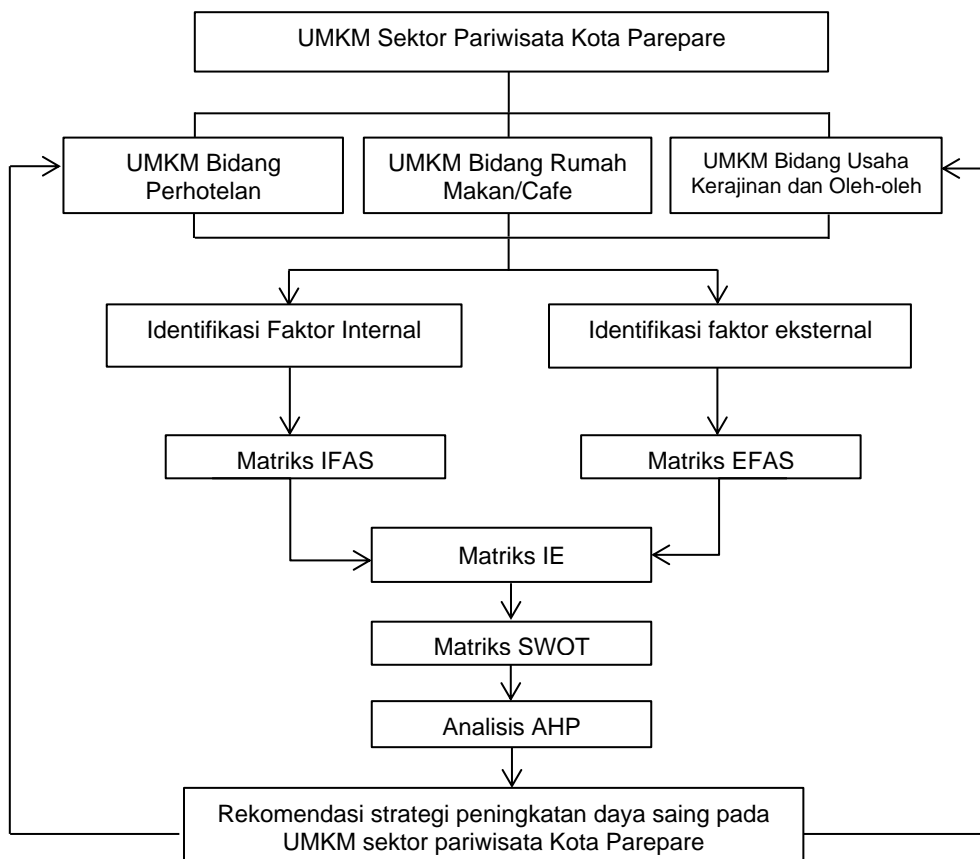
UMKM sektor pariwisata yang mampu bersaing dan berkembang di kota Parepare memberi dampak terhadap peningkatan lapangan kerja, memberikan sumber pendapatan baru bagi masyarakat maupun daerah. Melihat keberagaman jenis usaha yang ada di sektor pariwisata, penelitian ini

berupaya untuk melakukan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dipertimbangkan dalam daya saing UMKM sektor pariwisata yang ada di Kota Parepare, hal ini yang memberi dasar dari suatu perumusan strategi yang tepat pada tiap-tiap jenis usaha disektor pariwisata yang ada di Kota Parepare, dalam tahap pengamatan peneliti mencoba mengamati kondisi UMKM yang ada dikota parepare dan memetakan jenis UMKM pariwisata menjadi 3 klaster yang memiliki karakteristik yang berbeda yaitu UMKM bidang perhotelan, UMKM bidang Rumah makan dan UMKM bidang Kerajinan dan Oleh-oleh, ketiga klaster yang dipilih merupakan bagian dari UMKM dalam lingkup pariwisata yang mempengaruhi skala ekonomi dan menjadi representasi dari UMKM Sektor Pariwisata di Kota Parepare

Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT, Variabel penelitian ini meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan. Langkah awal yang dilakukan pada masing-masing klaster yaitu memperhatikan dan mengidentifikasi faktor internal (Fatimah Dwi 2016), Menurut Rangkuti (2016: 24), evaluasi faktor internal terdiri dari 2 hal, kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor ini berkaitan dengan kondisi yang terjadi di perusahaan, yang juga mempengaruhi pembentukan pengambilan keputusan oleh perusahaan. Menurut Joko (2015:60-71), faktor internal termasuk pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, produksi, dll, kemudian mengidentifikasi faktor-faktor eksternal, menurut Rangkuti (2016: 24), evaluasi faktor eksternal terdiri dari 2 hal, peluang dan ancaman. Faktor-faktor ini terkait dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan. Menurut Joko et al (2015, 60-71), faktor eksternal meliputi kekuatan ekonomi, sosial, budaya, kekuatan demografi dan lingkungan, kekuatan politik pemerintah dan hukum, kekuatan teknologi, dan kekuatan kompetitif. Jadi,

sebelum strategi diimplementasikan, perencanaan strategis harus menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai peluang dan hambatan yang mungkin. Hasil analisis dari faktor-faktor internal dan eksternal kemudian akan diolah untuk menghasilkan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*), matriks ini yang nantinya akan digabungkan dalam matriks IE (Internal Eksternal). Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats) akan digunakan untuk merumuskan alternatif strategi. Pada penelitian ini juga menggunakan Analisis Hirarki Proses, yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor, aktor, tujuan, alternatif strategi yang menjadi prioritas dalam implementasi strategi peningkatan daya saing UMKM sektor pariwisata kota Parepare.

Gambar 3 1 Kerangka Pemikiran



### 3.2. Hipotesis

Perumusan hipotesis dilakukan dengan menggunakan teori-teori yang ada dengan data-data yang telah dikumpulkan, selanjutnya, pada pengolahan analisis hirarki vertikal dan horizontal, perumusan hipotesis dilakukan dengan membuat pernyataan-pernyataan yang akan diuji untuk memberikan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang dilakukan, adapun perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1a</sub>: Unsur Faktor tidak berpengaruh dan konsisten terhadap fokus utama

H<sub>1b</sub>: Unsur Faktor berpengaruh dan konsisten terhadap fokus utama

H<sub>2a</sub>: Unsur Aktor tidak berpengaruh dan konsisten terhadap Unsur Faktor

H<sub>2b</sub>: Unsur Aktor berpengaruh dan konsisten terhadap Unsur Faktor

H<sub>3a</sub>: Unsur Tujuan tidak berpengaruh dan konsisten terhadap Unsur Aktor

H<sub>3b</sub>: Unsur Tujuan berpengaruh dan konsisten terhadap Unsur Aktor

H<sub>4a</sub>: Unsur Alternatif Strategi tidak berpengaruh dan konsisten terhadap Unsur Tujuan

H<sub>4b</sub>: Unsur Alternatif Strategi berpengaruh dan konsisten terhadap Unsur Tujuan

H<sub>5a</sub>: Unsur Faktor, aktor, tujuan dan Alternatif Strategi tidak berpengaruh dan konsisten terhadap Fokus Utama

H<sub>5b</sub>: Unsur Faktor, aktor, tujuan dan Alternatif Strategi berpengaruh dan konsisten terhadap Fokus Utama