

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara republik Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati yang tinggi, serta warisan sejarah dan budaya yang berharga. Potensi besar dari sumber daya alam ini dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi, asalkan dikelola dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pengelolaan yang efektif akan memastikan bahwa pemanfaatan sumber daya alam tidak terbuang sia-sia, baik dari segi waktu maupun biaya. Salah satu bentuk pemanfaatan sumber daya alam yang menjanjikan adalah pariwisata. Dengan membangun sumber daya alam menjadi destinasi wisata yang menarik, suatu daerah dapat menarik minat pengunjung, baik dalam negeri maupun luar negeri. Selain memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, pariwisata juga berperan dalam menumbuhkan rasa bangga terhadap identitas bangsa, sehingga masyarakat akan lebih peduli dan terlibat dalam pelestarian budaya dan lingkungan. Pariwisata menarik minat banyak orang karena menawarkan pengalaman menyegarkan, mendorong kreativitas, dan meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu, pembangunan pariwisata berkelanjutan sangat penting untuk mengoptimalkan potensi sumber daya alam Indonesia.

Di era globalisasi saat ini, sektor pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pariwisata telah diakui sebagai industri terbesar abad ini, dan diperkirakan akan semakin berperan penting dimasa mendatang. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk pembangunan potensi wisata, khususnya di Indonesia. Sektor pariwisata memiliki signifikansi yang besar, karena dapat mendorong pengembangan dalam pemabangunan daerah, terutama yang memiliki potensi wisata yang tinggi, serta memberikan kontribusi devisa yang signifikan bagi daerah yang dikunjungi wisatawan dan bagi negara secara keseluruhan.

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi besar dalam penggerakan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan. Di kabupaten tapanuli tengah, provinsi sumatera utara, terdapat berbagai objek wisata menarik yang dapat menarik minat wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Keindahan alam yang meliputi pantai, pulau, dan air terjun menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Namun, pembangunan dalam pengembangan pariwisata ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kebersihan lokasi wisata, minimnya promosi dan kualitas sumber daya manusia yang rendah.

Salah Satu indikator untuk melihat perencanaan Pembangunan dalam pengembangan pariwisata yang baik yaitu meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, baik itu domestik maupun internasional. Pariwisata yang diyakini banyak kalangan sebagai sumber penggerak ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, media dalam menciptakan keharmonisan sosial menjadi prioritas pembangunan dibanyak negara. Untuk mewujudkan keyakinan tersebut pariwisata harus dibangun dan dikembangkan secara terencana, terpadu dan terintegrasi serta berkelanjutan.

Strategi pengelolaan pariwisata di kabupaten tapanuli tengah sangat penting untuk mencapai tujuan pembangunan dalam pengembangan, yang berkelanjutan. Strategi pariwisata adalah rencana tindakan yang terstruktur dan sistematis yang di rancang untuk mencapai tujuan spesifik dalam pengembangan dan pengelolaan sektor pariwisata. Dalam konteks ini, strategi berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah yang jelas, langkah-langkah yang harus diambil, dan sumber daya manusia yang diperlukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pendapatan daerah, dan kesejahteraan masyarakat.

Data kunjungan wisatawan di kabupaten tapanuli tengah selama tujuh tahun terakhir menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan, baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Meskipun peningkatan ini relative kecil, hal ini menunjukkan adanya potensi yang dapat dikembangkan dalam pembangunan lebih lanjut. Misalnya, antara tahun 2013 dan 2014, jumlah wisatawan mancanegara hanya meningkat sebesar 321 orang, tetapi peningkatan paling signifikan terjadi pada priode 2014 hingga 2015, dengan selisih sebanyak 5.238 orang.

Dalam proses pembangunan kawasan objek wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah banyak menghadapi masalah seperti belum optimalnya penyediaan dan penataan objek wisata dan destinasi unggulan yang mampu memberikan daya tarik

serta mampu bersaing dengan kawasan destinasi daerah lain, belum optimalnya upaya promosi dan pemasaran yang dilakukan baik secara regional, nasional dan internasional, selain itu tingkat pelayanan dalam bidang industri pariwisata belum optimal yang disebabkan karena kualitas kemampuan SDM (Sumber Daya Manusia) bidang pariwisata masih rendah. Seiring berjalannya waktu dalam proses pembangunan pariwisata sudah mulai terlihat adanya sarana dan prasarana yang telah dibangun oleh pemerintah daerah disekitar wisata Kabupaten Tapanuli Tengah. Walaupun pada kenyataannya sarana dan prasarana yang ada tersebut dapat dikatakan kurang layak serta terdapat beberapa fasilitas wisata yang sudah rusak/tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya karena dimakan oleh usia serta fasilitas yang ada tersebut kurang terawat, serta kurangnya perhatian masyarakat dalam menjaga kebersihan pantai sehingga terlihat banyaknya sampah membuat pemandangan lokasi disekitaran pantai kurang indah.

Kebersihan lokasi wisata merupakan faktor penting yang menambah keindahan dan memberikan kenyamanan saat mengunjungi tempat tersebut. Salah satu destinasi pantai yang berada di kabupaten tapanuli tengah, yaitu pantai hollywood saat ini mengalami masalah dalam hal kebersihan. Banyak sampah yang berserakan ditepi pantai, yang dapat mengganggu keindahan pemandangan pantai tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kondisi salah satu destinasi pariwisata pantai di Kabupaten Tapanuli Tengah saat ini masih memprihatinkan akibat budaya malas membuang sampah pada tempatnya. Akan lebih baik jika diberikan peringatan atau teguran kepada setiap orang yang membuang sampah sembarangan, agar tempat sampah yang telah disediakan dapat dimanfaatkan dengan lebih baik. Pariwisata tidak dapat dipisahkan dari objek daya tarik wisata, yang merupakan fokus utama dalam dunia pariwisata. Berdasarkan hal tersebut, daya tarik wisata yang ada di Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah, khususnya di Pantai Hollywood, menonjol dengan keindahan alamnya. Saat berada di pantai ini, pandangan kita akan disuguhkan oleh hamparan perairan yang luas di lautan lepas. Di sisi kanan, terdapat bukit yang cukup tinggi yang merupakan bagian dari wilayah Sibolga. Selain itu, Pantai Hollywood juga menawarkan berbagai atraksi wisata seperti banana boat dan perahu, serta menyediakan berbagai souvenir seperti pakaian, gelang, gantungan kunci, dan masih banyak lagi.

Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan merupakan suatu proses yang memastikan bahwa manfaat yang diperoleh dapat berlangsung secara terus-menerus. Hal ini hanya dapat dicapai melalui pendekatan kebijakan yang menyeluruh dan terintegrasi. Pembangunan kepariwisataan harus mengikuti prinsip “disini senang, disana senang,” yang berarti wisatawan harus pulang dengan kenangan positif tentang destinasi yang mereka kunjungi. Kenangan tersebut tidak hanya memberikan pengalaman yang menyenangkan, tetapi juga mengajarkan nilai-nilai berharga bagi wisatawan, di samping keuntungan ekonomi yang diperoleh. Salah satu hal yang harus dihindari dalam pembangunan pariwisata adalah menciptakan rasa jera dikalangan wisatawan, yang dapat menyebabkan mereka enggan untuk kembali. Rasa jera ini sering kali muncul akibat ketidakjujuran dari pengelola dan masyarakat dilokasi wisata. Meskipun kondisi infrastruktur mungkin kurang ideal, jika informasi disampaikan dengan jujur sejak awal, hal ini tidak akan mengurangi kepuasan wisatawan, terutama bagi mereka yang berasal dari negara maju. Mereka cenderung lebih menerima berbagai kondisi asalkan informasi tersebut disampaikan dengan transparan. Misalnya, jika ada kekurangan fasilitas seperti penginapan atau jalan menuju objek wisata banyak kelokan yang akan mengakibatkan mabuk dalam bus, hal ini justru bisa menjadi daya tarik tersendiri.

Sebaliknya, jika informasi mengenai kondisi objek wisata tidak disampaikan dengan jujur, meskipun infrastruktur penduduknya baik, hal ini dapat menimbulkan masalah. Contohnya, jika harga yang sebenarnya dinaikkan secara sepihak, meskipun dari segi nilai uang tidak terlalu signifikan, tindakan ini dapat membuat wisatawan merasa jera dan berdampak negatif pada keberlanjutan pengembangan kawasan wisata. Promosi yang dilakukan melalui rekomendasi dari mulut ke mulut karena kepuasan akan lebih efektif, sedangkan penyampaian informasi negatif akibat rasa jera akan cepat menyebar dan sulit untuk membangun kembali rasa kepercayaan.

Dinas pariwisata memainkan peran krusial dalam pembangunan dan mengembangkan kualitas sektor pariwisata, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan mendorong masyarakat untuk berpartisipasi

dalam menjaga serta melestarikan sumber daya alam dengan lebih baik. Peraturan daerah provinsi sumatera utara nomor 5 tahun 2018 mengenai rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi sumatera utara untuk tahun 2017-2025 menjadi dasar bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan dan membangun objek-objek pariwisata yang ada diwilayah tersebut. Peraturan ini disusun sebagai langkah lanjutan untuk mendukung pembangunan pariwisata di sumatera utara.¹

Menurut Yoeti (1987, hlm.286), Dinas Pariwisata adalah program yang didanai oleh pemerintah yang memberikan bantuan dalam pengembangan dan integrasi pelayanan public dalam skala nasional atau regional potensi global Indonesia terdiri dari 17.508 pulau yang dipisahkan oleh 5.120 kilometer, masing-masing dengan iklim yang berbeda, baik dilautan maupun daratan. Namun, menurut data dari organisasi kependudukan dunia, hanya 4 juta orang didunia yang mengunjungi Indonesia, sedangkan lebih banyak lagi yang mengunjungi Malaysia, Thailand, dan Negara-negara Eropa lainnya. Melihat permasalahan diatas berarti minat para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Indonesia masih rendah, karena pariwisata Indonesia masih kurang maksimal dalam mengembangkannya.²

Urusan pariwisata sebagai urusan konkuren pada pemerintah daerah provinsi, sektor pariwisata memerlukan perhatian khusus dari daerah yang memiliki potensi pariwisata yang menonjol dan layak untuk dikembangkan. Daerah-daerah dengan keunggulan pariwisata diharapkan untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada agar dapat menarik lebih banyak pengunjung. Pembangunan kawasan pariwisata yang menjadi destinasi unggulan diberbagai wilayah merupakan agenda strategi yang harus diutamakan oleh pemerintah daerah, terutama bagi daerah yang kaya akan sumber daya alam. Kebijakan pembangunan kawasan pariwisata yang efektif harus mampu menjawab kebutuhan aspirasi masyarakat setempat, serta memperhatikan kondisi lingkungan dan aspek sosial budaya yang ada. Selain itu, kebijakan tersebut juga harus menarik minat para investor, baik dari dalam negeri

¹ Girsang, K. (2021). PERANAN DINAS PARIWISATA DALAM MENGEMBANGKAN OBJEK WISATA AIR TERJUN SIPITU-PITU DI KABUPATEN TAPANULI TENGAH PROVINSI SUMATERA UTARA (Doctoral dissertation, IPDN Jatinangor).

² Primadany, S. R. (2013). Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah (studi pada dinas kebudayaan dan pariwisata daerah kabupaten nganjuk) (Doctoral dissertation, Brawijaya University). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 4, Hal. 135-143

maupun luar negeri, serta memenuhi harapan wisatawan. Keberhasilan suatu kebijakan dapat diukur dari seberapa baik kebijakan tersebut dapat memenuhi kepentingan semua pihak yang terlibat, termasuk masyarakat lokal, lingkungan, dan sektor ekonomi. Hal ini sejalan dengan pandangan (conlin dan baum dalam wirawan 2009) yang menekankan pentingnya kebijakan yang responsif terhadap kebutuhan dan keinginan berbagai pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata.³

Sektor pariwisata memerlukan suatu strategi dengan pola pembangunan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara optimal. Di dalam memajukan sektor pariwisata ditingkat daerah, peran pemerintah daerah adalah sebagai motor penggerak yang selanjutnya memberikan kewenangan penuh kepada dinas pariwisata daerah kabupaten tapanuli tengah dalam menentukan strategi-strategi pembangunan kepariwisataan. Namun dalam praktiknya, dinas pariwisata kabupaten tapanuli tengah sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan anggaran, minimnya sumber daya manusia yang kompeten, dan persaingan yang ketat dari destinasi wisata lainnya.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini adalah studi yang dilakukan oleh Putri Khairunnisa (2023) yang berjudul “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Pantai Kalangan Kecamatan Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah.” Penelitian ini menekankan strategi yang diterapkan oleh dinas pariwisata dalam mengelola objek wisata di daerah kabupaten tapanuli tengah, serta tantangan yang dihadapi dalam pengembangan objek wisata pantai kalangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat potensi yang besar, pengelolaan yang kurang optimal menjadi kendala utama.

1.2 Perumusan Masalah

³ Akuswandi(2020).Strategi Pemerintah Daerah dalam Pembangunan Pariwisata Di provinsi Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, melihat perlunya strategi yang optimal dari dinas pariwisata kabupaten tapanuli tengah agar dapat membangun dalam pengembangan potensi objek wisata kabupaten tapanuli tengah, maka penulis merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini melalui analisis SWOT. Bagaimana strategi pembangunan objek wisata di kabupaten tapanuli tengah.

1.3 Pembatasan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian agar tetap fokus, terarah, dan tidak meluas. Penelitian ini akan difokuskan pada strategi dinas pariwisata kabupaten tapanuli tengah dalam pembangunan pariwisata di daerah tersebut. Pembatasan ini bertujuan untuk menetapkan batasan yang jelas dan memastikan bahwa hasil penelitian tetap relevan dengan pertanyaan yang diajukan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi Dinas Pariwisata dalam membangun dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Tapanuli Tengah.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut :

a. Secara akademis

Diharapkan dapat memperluas pengetahuan serta menjadi acuan dan panduan bagi para peneliti yang akan datang, khususnya berkaitan dengan strategi dinas pariwisata dalam pembangunan objek pariwisata di kabupaten tapanuli tengah.

b. Peneliti

- Meningkatkan pengalaman serta pengetahuan dalam melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan strategi dinas pariwisata dalam pengembangan objek wisata pantai kalangan.
- Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara (S.Sos) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Sumatera Utara.

c. Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah daerah terkait strategi yang diterapkan oleh dinas pariwisata dalam pembangunan objek wisata di kabupaten tapanuli tengah.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Teori Penelitian

2.1.1 Konsep Strategi

Strategi/strategos yang berasal dari bahasa Yunani yaitu 'strategos' (strategos = tentara atau militer, dan ag=memimpin) memiliki arti seni berperang, atau dengan definisi yang lebih lengkap untuk orang Yunani. Berdasarkan pemaknaan ini, maka kata strategi pada awalnya bukan disiplin ilmu manajemen, namun dekat dengan ilmu kemiliteran.

Menurut Suryono (2004, h.80), strategi pada dasarnya berkaitan dengan kebijakan pelaksanaan, penetapan tujuan yang ingin dicapai, serta pemilihan metode atau cara dalam menggunakan sarana dan prasarana. Strategi selalu melibatkan tiga elemen utama, yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga memerlukan kemampuan untuk mengantisipasi peluang yang ada. Dalam menjalankan fungsi dan perannya dalam pembangunan pariwisata di daerah, pemerintah daerah perlu melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan sarana dan prasarana pariwisata.⁴

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

A. Strategi sebagai rencana

Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang dirancang dengan sadar, mencakup tindakan dan pedoman yang ditetapkan untuk mengatasi suatu masalah. Berdasarkan definisi ini, strategi memiliki dua ciri utama yaitu pertama strategi disusun sebelum tindakan dilaksanakan, dan kedua, strategi dikembangkan dengan kesadaran dan tujuan yang jelas. Sebagai sebuah rencana, strategi berhubungan dengan cara pemimpin berusaha untuk menentukan arah organisasi dan

⁴ Suryono. (2004) *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang: Universitas Negeri Malang, UM Press.

mengarahkan mereka pada tindakan yang telah ditetapkan. Dalam mempelajari strategi sebagai rencana, kita perlu memahami pemikiran dibalik strategi tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya dimaksudkan.

B. Strategi sebagai taktik

Sebagai suatu taktik, strategi membawa kita kedalam ranah persaingan langsung, dimana ancaman, tipu daya, dan berbagai manuver lainnya digunakan untuk meraih keuntungan. Dalam konteks ini, proses pembentukan strategi berlangsung dalam lingkungan yang sangat dinamis, dimana setiap langkah dapat memicu reaksi dan tindakan selanjutnya. Namun, secara ironis, strategi itu sendiri merupakan konsep yang lebih berfokus pada stabilitas dari pada perubahan, karena ia berorientasi pada pengaturan rencana pola yang telah ditetapkan.

C. Strategi sebagai pola

Strategi sebagai pola mengacu pada konsistensi dalam perilaku dan keputusan yang diambil oleh suatu organisasi. Konsep ini menunjukkan bahwa strategi bukan hanya rencana untuk masa depan, tetapi juga mencerminkan pola tindakan yang berbentuk dari pengalaman sebelumnya. Keputusan yang diambil tidak bersifat acak, melainkan mengikuti pola yang telah ada. Pengalaman masa lalu mempengaruhi keputusan dimasa depan, dan dengan memahami pola ini, organisasi dapat merumuskan tujuan dan kebijakan yang telah efektif. Strategi sebagai pola menciptakan kerangka kerja yang jelas untuk pengambilan keputusan, memungkinkan organisasi untuk belajar dari kesalahan dan keberhasilan yang telah dialami.

D. Strategi sebagai posisi

Strategi sebagai posisi merujuk pada cara suatu organisasi ditempatkan dalam konteks lingkungan, baik internal maupun eksternal. Dalam hal ini, strategi berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan lingkungannya. Definisi ini mendorong kita untuk mempertimbangkan rencana atau taktik yang dapat diambil, serta pola perilaku yang mungkin muncul. Sebagai posisi, strategi mengajak kita untuk melihat bagaimana organisasi beroperasi dalam lingkungan kompetitif,

termasuk cara mereka memanfaatkan posisi mereka untuk menghadapi, menghindari, atau mengalahkan pesaing. Pendekatan ini memungkinkan kita untuk memahami organisasi sebagai entitas yang berjuang untuk bertahan hidup ditengah tantangan dan ketidak pastian, serta dalam hubungan simbiosis dengan lingkungan mereka.

E. Strategi sebagai perspektif sementara

Definisi keempat strategi terlihat keluar, mencari untuk menemukan organisasi dalam lingkungan eksternal, dan turun keposisi kelima terlihat didalam organisasi, memang dalam kepala strategi kolektif, tetapi sampai dalam pandangan yang lebih luas. Di sini strategi adalah perspektif, bukan hanya terdiri dari posisi pilihan, tetapi cara yang tertanam memahami dunia. Defenisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsep strategi memiliki satu implikasi pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk di ingat bahwa tidak ada yang pernah melihat atau menyentuh strategi, setiap strategi adalah sebuah penemuan, khayalan dari imajinasi seseorang, apakah di rumuskan sebagai niat untuk mengatur prilaku itu berlangsung atau disimpulkan sebagai pola untuk menggambarkan perilaku yang terjadi.

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

- a. Strategi pemberdayaan masyarakat
- b. Strategi peningkatan kapasitas sumber daya
- c. Strategi perlindungan social
- d. Strategi peningkatan kualitas lingkungan⁵

⁵ Ralampi, A. V. (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Poso Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Poso (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

2.1.2 Peranan Strategi

Strategi dapat dipandang sebagai jalan yang penting bagi organisasi tertentu. Tanpa peta yang terdefinisi dengan baik, organisasi dapat mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan strategi sangat penting dalam memandu aktivitas harian organisasi sehingga prosesnya dapat berjalan lebih efisien dan lebih terarah.

Menurut Robert M. Grant dalam bukunya yang berjudul “analisis strategi kontemporer” (1999:21), strategi memiliki tiga peranan utama dalam mencapai tujuan manajemen, yaitu :

- a. Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan. Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang memberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi.
- b. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi salah satu peranan penting strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk memberikan kesamaan arah bagi perusahaan.
- c. Strategi sebagai target konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan di mana perusahaan berada dalam masa yang akan datang. Penetapan tujuan tidak hanya dilakukan untuk memberikan arah bagi penyusunan strategi, tetapi juga untuk membentuk aspirasi bagi perusahaan.⁶

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

2.1.3 Tingkat – Tingkat Strategi

Menurut Whelen (2008) ada beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar. Ada tiga tingkatan strategi manajemen yang berkembang sesuai dengan perkembangan perusahaan, yaitu :

⁶ Grant, R. M. (1999). Analisis Strategi Kontemporer (hal. 21). Jakarta: Penerbit Erlangga

- a. Strategi Korporasi (Corporate Strategy)
Strategi ini adalah strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan yang bertujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan bagi manajemen berbagai macam bisnis lini produk.
- b. Strategi Bisnis (Business Strategy).
Strategi ini digunakan pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbaikan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifikasi atau segmen pasar tertentu.
- c. Strategi Fungsional (Fungsional Strategy).
Strategi ini digunakan pada level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Strategi ini mengacu pada dua tingkatan strategi sebelumnya yaitu strategi korporasi dan strategi bisnis.

2.1.4 Jenis-Jenis Strategi

Ada beberapa instansi atau organisasi yang menjalankan suatu strategi atau lebih secara bersamaan, namun hal tersebut dapat sangat beresiko dan mengancam jika di jalankan terlalu jauh di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Ada pula instansi pemerintah atau organisasi yang bertahan untuk tetap hidup dengan menggunakan gabungan dari sejumlah strategi divestasi, seperti disensif, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan. Adapun jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut :

- a. Strategi integrasi adalah pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk menggabungkan berbagai elemen, sumber daya, atau proses dalam rangka mencapai tujuan yang lebih besar dan meningkatkan efisiensi operasional. Strategi ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama yaitu integrasi vertical dan integrasi horizontal.
- b. Strategi intensif, penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

- c. Strategi diversifikasi merupakan pendekatan yang diambil oleh perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnisnya dengan memasuki pasar atau industry baru, serta menawarkan produk atau layanan yang berbeda dari yang sudah ada. Diversifikasi dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu diversifikasi terkait (*related diversification*) dan diversifikasi tidak terkait (*unrelated diversification*).
- d. Strategi defensif, ada tiga strategi defensif yang perlu diketahui adalah strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun⁷

2.1.5 Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program-program strategi yang diperlukan untuk tujuan-tujuan tersebut, dan penetapan metode-metode yang diperlukan untuk menjaga bahwa strategi dan kebijaksanaan telah di implementasikan. Perencanaan strategi merupakan proses perencanaan jangka panjang yang disusun dan digunakan untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi.

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

Ada tiga alasan yang menunjukkan pentingnya perencanaan strategi. Pertama, perencanaan strategi memberikan kerangka dasar dalam dimana semua bentuk-

⁷ Giswanti, W. (2018). Strategi Pemerintah Dalam Penerapan Sistem Informasi Dan Aduan Online Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang. Universitas Muhammadiyah Makassar

bentuk perencanaan lainnya harus diambil. Kedua, pemahaman terhadap perencanaan strategi akan mempermudah pemahaman bentuk-bentuk perencanaan lainnya. Ketiga, perencanaan strategi sering merupakan titik permulaan bagi pemahaman dan penilaian kegiatan-kegiatan manajer dan organisasi.

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

Menurut John M. Bryson (2005: 55) dalam bukunya perencanaan strategi bagi organisasi sosial, perencanaan strategi merupakan suatu sistem dimana para manajer membuat keputusan, melaksanakan, dan mengawasi keputusan penting tersebut. Proses ini dilakukan melalui beberapa tahapan dalam perencanaan strategi sebagai berikut :

a. Menyepakati suatu proses perencanaan strategi.

Tujuan dari langkah pertama adalah untuk mencapai kesepakatan dengan para pembuat keputusan utama mengenai seluruh proses perencanaan strategi dan langkah-langkah penting yang akan dilalui, format dan jadwal laporan, serta peran dan keanggotaan kelompok atau komite yang bertanggung jawab mengawasi proses tersebut, termasuk peran tim perencanaan strategi dan komitmen sumber daya yang diperlukan untuk keberhasilan perencanaan.

b. Mengidentifikasi mandate organisasi

Mengidentifikasi mandate organisasi adalah proses untuk memahami tujuan, visi, misi, dan nilai-nilai dasar yang menjadi landasan organisasi. Mandat ini berfungsi sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan dan perumusan strategi, serta memberikan arah bagi semua aktivitas organisasi.

c. Menilai lingkungan eksternal (peluang dan ancaman).

Tim perencana perlu menjelajahi lingkungan eksternal organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi. Peluang dan

ancaman ini dapat diidentifikasi dengan memantau berbagai kekuatan serta tren dalam aspek politik, ekonomi, sosial dan teknologi.

d. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu

Strategi didefinisikan sebagai pola yang mencakup tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan atau alokasi sumber daya yang menjelaskan bagaimana organisasi beroperasi, apa yang dilakukan, dan alasan dibalik tindakan tersebut. Strategi dapat bervariasi berdasarkan tingkat, fungsi, dan kerangka waktu yang berbeda.⁸

2.1.6 Konsep Strategi Pemerintah

Strategi menurut Salusu (2006:101), yaitu suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Pada dasarnya strategi itu sangat penting dipahami oleh setiap eksekutif, manajer, kepala atau ketua, direktur, pejabat senior dan junior, pejabat tinggi, menengah, dan rendah. Hal ini harus dihayati karena strategi dilaksanakan oleh setiap orang pada setiap tingkat.⁹

Pengertian pemerintah dilihat dari sifatnya yaitu pemerintah dalam arti luas meliputi seluruh kekuasaan yaitu kekuasaan legislatif, kekuasaan eksekutif, dan kekuasaan yudikatif. Sedangkan pemerintah dalam arti sempit hanya meliputi cabang kekuasaan eksekutif saja (W. Riawan Tjandra 2009 : 197). Jadi menurut definisi di atas maka dapat ditarik kesimpulan yaitu strategi pemerintah adalah sebuah seni atau rencana yang akan dilakukan suatu lembaga atau instansi pemerintah untuk memberikan pengarahan dan administrasi yang berwenang atas setiap kegiatan masyarakat di dalam suatu Negara.¹⁰

2.1.7 Pembangunan

⁸ Bryson, J. M. (1988). Perencanaan strategis bagi organisasi sosial.

⁹ Salusu. 2006. Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik Organisasi Non Profit. Jakarta: Grasindo

¹⁰ Wedhasmara, Ari. 2009. Langkah-langkah perencanaan strategis sistem informasi sistem informasi dengan menggunakan metode Ward ang Peppard. Jurnal sistem informasi (JSI), Vol. 1 No. 1

Pengertian pembangunan mungkin menjadi isu yang lebih menarik untuk diperdebatkan. Mungkin tidak ada satu disiplin ilmu yang paling tepat dalam mengartikan istilah pembangunan. Beberapa definisi tentang pembangunan telah diajukan oleh para pakar ekonomi, ilmu politik, serta pakar sosial. Pengertian pembangunan harus dipahami secara dinamis dan tidak dipandang sebagai suatu konsep yang statis. Pembangunan merupakan suatu orientasi dan kegiatan usaha yang bersifat kontinu. Proses pembangunan sejatinya adalah sebuah perubahan sosial budaya. Agar pembangunan dapat berlangsung sebagai suatu proses yang terus-menerus maju, hal ini tergantung pada manusia dan struktur sosialnya. Oleh karena itu, pembangunan tidak seharusnya dipersepsi sebagai usaha yang hanya dilakukan oleh pemerintah.

Pada dasarnya, pemahaman mengenai pembangunan secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses perubahan yang berlangsung secara berkelanjutan menuju kondisi yang lebih baik, berdasarkan norma-norma tertentu. Mengenai pengertian pembangunan, para ahli memberikan definisi yang disampaikan oleh Siagian (2005:4) bahwa pembangunan adalah sebagai usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan yang berencana yang dilakukan secara sadar oleh bangsa, Negara dan pemerintah maju modernisasi dalam rangka pembinaan bangsa.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pembangunan merupakan suatu proses kegiatan usaha yang dilakukan secara sadar oleh masyarakat, dan pada prinsipnya mengarah kepada perbaikan yang lebih baik. Pembangunan suatu bangsa tidak hanya dilakukan oleh sekelompok orang tertentu, melainkan juga harus melibatkan masyarakat luas yang akan menjadi subjek sekaligus objek dari pembangunan tersebut. Pembangunan dapat dipahami sebagai arah perjalanan yang sedang ditempuh manusia pada suatu waktu tertentu, sehingga sejauh mungkin harus melibatkan masyarakat dalam menentukan pilihan-pilihan yang mendasar.

2.1.8 Konsep Perencanaan Pembangunan

Perencanaan berasal dari kata "rencana," yang berarti rancangan atau kerangka dari sesuatu yang akan dilaksanakan. Dari pengertian sederhana tersebut, dapat diuraikan beberapa komponen penting, yaitu tujuan apa yang ingin dicapai, kegiatan tindakan-tindakan untuk merealisasikan tujuan, dan waktu kapan kegiatan tersebut akan dilakukan. Setiap rencana yang disusun tentu saja merupakan tindakan-tindakan yang akan dilakukan di masa depan. Dengan demikian, suatu perencanaan dapat dipahami sebagai respon (reaksi) terhadap masa depan.

Menurut Tjokroamidjojo (dalam Syafalevi, 2011:28) perencanaan dalam arti seluas-luasnya merupakan suatu proses mempersiapkan secara sistematis kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Perencanaan adalah suatu cara bagaimana mencapai tujuan sebaik-baiknya dengan sumber-sumber yang ada supaya lebih efektif dan efisien.¹¹

Dari definisi perencanaan pembangunan yang telah disampaikan di atas, kita dapat memperoleh pemahaman mengenai apa yang dimaksud dengan perencanaan, pembangunan, dan proses yang terkandung di dalamnya, khususnya terkait dengan daerah sebagai wilayah pembangunan. Dalam konteks ini, konsep perencanaan pembangunan daerah dapat dinyatakan sebagai suatu proses perencanaan dan pembangunan yang ditujukan untuk melakukan perubahan dalam rangka mencapai perkembangan yang lebih baik untuk suatu komunitas masyarakat, pemerintah, dan lingkungan dalam area atau wilayah tertentu. Proses ini memanfaatkan atau mendaya gunakan berbagai sumber daya yang tersedia dan harus memiliki orientasi yang bersifat menyeluruh dan lengkap, namun tetap konsisten dengan asas skala prioritas.

2.1.9. Pariwisata

¹¹ Kusumaningrum, N. A., & Widiarti, P. W. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN BANTUL DALAM PENGELOLAAN INFORMASI BAGI PUBLIK MELALUI PROGRAM ACARA "TAMAN PASEBAN". Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(4).

Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Menurut Cooper dalam Heriawan (2004), pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan yang dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula. Hal tersebut memiliki dua elemen yang penting, yaitu: perjalanan itu sendiri dan tinggal sementara di tempat tujuan dengan berbagai aktivitas wisatanya.

Heriawan (2004) mengemukakan pandangan bahwa tidak semua individu yang melakukan perjalanan dari suatu lokasi (tempat asal) ke lokasi lain dapat dikategorikan sebagai kegiatan wisata. Perjalanan rutin seorang individu menuju tempat bekerja, meskipun mungkin memiliki jarak yang cukup jauh, jelas tidak termasuk dalam kategori wisatawan. Dengan kata lain, kegiatan pariwisata merupakan aktivitas bersenang-senang (*leisure*) yang melibatkan pengeluaran uang atau pelaksanaan aktivitas lainnya.

2.1.10 Daerah Tujuan Pariwisata

Daerah yang menjadi tujuan pariwisata, atau dikenal sebagai destinasi pariwisata, merupakan kawasan geografis yang memiliki daya tarik wisata yang unik, seperti keindahan alam, kekayaan budaya, sejarah yang kaya, atau keunikan dalam kuliner. Fasilitas umum yang memadai serta aksesibilitas yang mudah turut mendukung kenyamanan para wisatawan. Selain itu, di dalam kawasan tersebut juga terdapat masyarakat yang berperan aktif dalam melestarikan dan mengembangkan potensi pariwisata, serta memberikan pelayanan yang ramah kepada para pengunjung.

Dalam mendukung keberadaan suatu daerah tujuan wisata, terdapat unsur-unsur fundamental yang perlu mendapatkan perhatian agar para wisatawan merasa tenang, aman, dan nyaman saat berkunjung. Unsur-unsur fundamental tersebut meliputi:

- a. Objek dan daya tarik Wisata
- b. Prasarana Wisata
- c. Sarana Wisata
- d. Tata laksana/infrastruktur
- e. Masyarakat dan lingkungan.

Agar suatu daerah tujuan wisata memiliki daya tarik, harus memenuhi syarat-syarat berikut :

- a. Terdapat sesuatu yang dapat dilihat (something to see)
- b. Terdapat sesuatu yang dapat dilakukan (something to do)
- c. Terdapat sesuatu yang ingin diketahui atau dipelajari (something to know)
- d. Terdapat sesuatu yang dapat dibeli (something to buy).

Pengembangan suatu daerah tujuan wisata bersumber pada potensi daya tarik yang memiliki kelayakan, dimana kelayakan tersebut mencakup :

- 1. Kelayakan finansial
- 2. Kelayakan sosial ekonomi regional
- 3. Kelayakan teknis
- 4. Kelayakan lingkungan.

2.1.11 Analisis SWOT

A. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.¹²

Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi yang di pakai dalam merumuskan secara sistematis strategi dalam suatu pengambilan keputusan yang

¹² Freddy Rangkyu, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, 19

berkaitan dengan hal yang sangat penting dalam sesuatu pemerintah serta perusahaan, guna mengoptimalkan kinerja serta sasaran yang sudah jadi fokus utamanya ialah visi serta misi baik instansi pemerintah ataupun instansi swasta (Nggini, 2019)¹³

Teori SWOT menurut Freedy Rangkuti dalam bukunya ‘Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis’ menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah alat untuk mengidentifikasi faktor internal (Strengths dan Weaknesses) serta faktor eksternal (Opportunities dan Threats) yang mempengaruhi suatu organisasi. Rangkuti menekankan pentingnya memahami kombinasi antara faktor-faktor ini untuk merumuskan strategi yang efektif dalam pengambilan keputusan bisnis. Analisis ini membantu organisasi untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai faktor-faktor dalam analisis SWOT, perlu ditekankan bahwa analisis ini merupakan alat strategis yang esensial dalam merumuskan keputusan bisnis yang efektif. Menurut Freddy Rangkuti (2014), analisis SWOT tidak hanya berfungsi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal suatu organisasi, tetapi juga mengevaluasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini sangat penting dalam Pembangunan Strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan kinerja organisasi. Faktor dalam analisis SWOT sebagaimana yang di jelaskan oleh Freddy (2014) adalah sebagai berikut :

A. Kekuatan (Strengths) Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata, dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasara dan mampu bersaing untuk perkembangan selanjunya yang menyangkut pariwisata.

¹³ Yulius Habita Nggini Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 2019 ANALISIS SWOT (STRENGTH, WEAKNES, OPPORTUNITY, THREATS) TERHADAP KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA PROVINSI BALI

- B. Kelemahan (Weakness)** Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kelemahan yang di analisis, merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata.
- C. Peluang (Opportunities)** Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi, kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis, itu sendiri misalnya kompetitor dan kebijakan.
- D. Ancaman (Threats)** Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.¹⁴

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

1. Faktor eksternal ini mempengaruhi opportunities and threats (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry (industry environment) dan lingkungan bisnis makro (macro environment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.
2. Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weaknesses (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi

¹⁴ Freddy, R. 2014. Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

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

Matriks SWOT adalah alat yang berguna untuk menyusun strategi bisnis. Alat ini membantu kita memahami bagaimana perusahaan dapat menggunakan kekuatan internalnya untuk meraih peluang yang ada di luar perusahaan. Selain itu, SWOT juga membantu kita mengidentifikasi kelemahan internal dan ancaman eksternal yang perlu diatasi. Dengan demikian, kita dapat merumuskan empat jenis strategi utama: memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang (SO), menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (ST), memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang (WO), dan mengatasi kelemahan sekaligus menghindari ancaman (WT).

Tabel 2.1

MATRIKS SWOT

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

Sumber : Freddy Rangkuti (2013)

1. Strategi SO

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

2. Strategi ST

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

3. Strategi WO

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

4. Strategi WT

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

2.2 Penelitian Terdahulu

Terkait dengan penelitian ini, peneliti melakukan penelusuran terhadap studi-studi yang relevan dengan topik yang dibahas sebagai referensi. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan :

Tabel 2.2

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Metodelogi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Pantai Kalangan (Putri Khairunnisa 2023)	Metode Kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Pantai Kalangan memiliki potensi yang baik sebagai objek wisata, pengelolaan yang kurang optimal dan kondisi sarana prasarana yang belum memadai menjadi kendala utama dalam pengembangannya.
2	Peran Media Sosial dalam Promosi Pariwisata di Kabupaten Tapanuli Tengah (Rudi Hartono 2021)	Metode Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam promosi pariwisata di kabupaten tapanuli tengah, meskipun terdapat tantangan terkait konten dan interaksi dengan pengunjung.

3	Analisis Dampak Ekonomi Pariwisata di Kabupaten Tapanuli Tengah (Farhan Rizky 2020)	Metode Kuantitatif teknik analisis data statistik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah dan penciptaan lapangan kerja di Kabupaten Tapanuli Tengah, namun pengembangan infrastruktur dan promosi yang lebih baik masih diperlukan untuk meningkatkan dampak ekonomi tersebut.
4	Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Pariwisata di Tapanuli Tengah (Lestari Sari 2021)	Metode pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat banyak peluang dalam pengembangan pariwisata di Tapanuli Tengah, tantangan utama seperti kurangnya koordinasi antar instansi dan keterbatasan anggaran menjadi penghambat signifikan.

5	Dampak Lingkungan dari Pengembangan Pariwisata di Tapanuli Tengah (Siti Nurhaliza 2020)	Metode Kuantitatif teknik analisis data statistik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Tapanuli Tengah telah menyebabkan dampak negatif terhadap lingkungan, termasuk penurunan kualitas air, kerusakan ekosistem, dan
---	---	---	---

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Khairunnisa (2023) dengan judul “Strategi pengembangan wisata pantai kalangan di kecamatan pandan” jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah telah menerapkan berbagai strategi dalam mengelola objek wisata Pantai Kalangan. Meskipun Pantai Kalangan memiliki potensi yang baik sebagai destinasi wisata, pengelolaan yang kurang optimal menjadi kendala utama dalam pengembangannya. Penelitian ini mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, termasuk kondisi fisik dan sarana prasarana yang belum memadai, yang menghambat daya tarik dan kunjungan wisatawan ke lokasi tersebut.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Rudi Hartono (2021), penelitian Rudi Hartono (2021) meneliti peran media sosial dalam promosi pariwisata di Kabupaten Tapanuli Tengah, menyoroti bagaimana Dinas Pariwisata memanfaatkan platform tersebut untuk menarik wisatawan, meskipun menghadapi tantangan terkait konten dan interaksi dengan pengunjung. Dengan demikian, kedua penelitian ini memberikan wawasan yang berbeda namun saling melengkapi mengenai pengembangan pariwisata di Tapanuli Tengah, di mana satu fokus pada pengelolaan objek wisata dan yang lainnya pada strategi promosi melalui media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Farhan Rizky (2020) dengan judul “Analisis Dampak Ekonomi Pariwisata di Kabupaten Tapanuli Tengah” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian daerah, dengan peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi dari objek wisata, serta penciptaan lapangan kerja baik secara langsung di industri pariwisata maupun secara tidak langsung di sektor pendukung seperti transportasi dan perdagangan lokal. Penelitian ini juga mencatat bahwa masyarakat lokal yang terlibat dalam sektor pariwisata mengalami peningkatan pendapatan melalui kegiatan ekonomi terkait, seperti penjualan kerajinan tangan dan makanan lokal. Selain itu, pertumbuhan sektor pariwisata mendorong investasi dalam infrastruktur, seperti jalan dan fasilitas umum, meskipun masih terdapat tantangan dalam pengembangan infrastruktur yang memadai. Penelitian ini mengidentifikasi tantangan lain, termasuk kurangnya promosi yang efektif, keterbatasan anggaran untuk pengembangan pariwisata, dan kurangnya koordinasi antara instansi pemerintah. Farhan merekomendasikan perlunya strategi promosi yang lebih agresif, peningkatan kualitas infrastruktur, serta pelatihan bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan keterampilan dalam industri pariwisata, sehingga sektor ini dapat lebih optimal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Tapanuli Tengah.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari Sari (2021) dengan judul “Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Pariwisata di Tapanuli Tengah”. Hasil penelitian Lestari Sari (2021) mengidentifikasi bahwa pengembangan pariwisata di Tapanuli Tengah menghadapi berbagai tantangan, termasuk infrastruktur yang kurang memadai, seperti jalan dan akses transportasi yang sulit, serta fasilitas umum yang terbatas, yang menghambat aksesibilitas ke lokasi wisata, minimnya promosi yang efektif untuk menarik wisatawan, serta ketidakpahaman masyarakat lokal tentang pentingnya pariwisata, dan keterbatasan sumber daya manusia, di mana masyarakat lokal kurang mendapatkan pelatihan dan pendidikan dalam industri pariwisata, serta rendahnya keterampilan dalam pelayanan pelanggan dan manajemen pariwisata. penelitian ini sangat mirip dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini. Namun ada hal yang membedakan dalam hal fokus penelitiannya peneliti berfokus pada pembangunan dan

implementasi strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah untuk meningkatkan sektor pariwisata. Ini mencakup analisis kebijakan, program, dan langkah-langkah konkret yang diambil untuk memajukan pariwisata di daerah kabupaten tapanuli tengah.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhaliza (2020) dengan judul “Dampak Lingkungan dari Pengembangan Pariwisata di Tapanuli Tengah” menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata di Tapanuli Tengah memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan, termasuk penurunan keanekaragaman hayati akibat pembangunan infrastruktur yang mengubah habitat alami, peningkatan pencemaran air dan udara yang disebabkan oleh limbah dari aktivitas pariwisata, serta dampak sosial yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat lokal, di mana meskipun pariwisata dapat memberikan manfaat ekonomi, terdapat tantangan seperti peningkatan biaya hidup dan perubahan mata pencaharian yang perlu dikelola dengan baik untuk mencapai keberlanjutan lingkungan dan sosial.

2.3 Kerangka Berpikir

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

