

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya adalah studi yang telah dilaksanakan sebelum ini dan digunakan sebagai acuan, perbandingan, serta dasar untuk penelitian yang baru. Studi sebelumnya sangat penting dilakukan karena bisa membantu peneliti: Mencegah pengulangan penelitian, Mengarahkan perhatian penelitian ke bidang yang belum diteliti. Berikut ini adalah studi sebelumnya yang dijadikan referensi dalam penelitian ini:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arif (2017) dengan judul “Strategi Peningkatan Daya Tarik Wisata Pantai Sumedang di Wilayah Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan” mengungkapkan bahwa objek wisata Pantai Sumedang masih menghadapi sejumlah permasalahan, seperti kurangnya perawatan terhadap fasilitas umum yang tersedia, antara lain kamar ganti, toilet, mushola, dan gazebo. Selain itu, belum tersedia sarana dan prasarana pendukung pariwisata seperti restoran atau rumah makan, pusat oleh-oleh, area parkir yang representatif, layanan perbankan, maupun fasilitas telekomunikasi publik. Keterbatasan akomodasi dan akses transportasi menuju lokasi wisata juga menjadi kendala, ditambah dengan rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pariwisata. Strategi pengembangan yang diusulkan dalam penelitian tersebut meliputi tiga langkah utama, yaitu: pertama, pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat dan penyuluhan guna meningkatkan kesadaran wisata; kedua,

membangun kemitraan dengan sektor swasta untuk mendorong investasi; dan ketiga, pengembangan atraksi wisata yang dapat menarik lebih banyak pengunjung. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada fokus kajian, yaitu strategi pengembangan objek wisata. Namun demikian, perbedaan utama terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian Muhammad Arif dilakukan di Pantai Sumedang, Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan, sedangkan penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Tebat Besak, Desa Bandar Agung, Kecamatan Ulu Manna.

2. Meiwany A. K. Tapatfeto. (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Oetune Kabupaten Tts). Berdasarkan penelitian terhadap Objek Wisata Pantai Oetune, faktor pendorong dibagi atas dua yaitu kekuatan dan peluang serta faktor penghambat terdiri dari kelemahan dan ancaman. Faktor pendorong yang memiliki kategori sangat tinggi adalah gundukan-gundukan pasir yang menyerupai padang pasir dengan mean 4,90 dan perlu adanya pengembangan usaha oleh masyarakat sekitar dengan mean 4,67. Sedangkan faktor penghambat yang memiliki kategori sangat tinggi yaitu tidak tersedianya tempat pembuangan sampah dengan mean 1,20 dan munculnya atraksi wisata lain dengan mean 1,40. 2. Perumusan strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Oetune dibuat berdasarkan pada berbagai aspek pengembangan seperti wisatawan, sarana transportasi, daya tarik objek wisata yang dimiliki, sarana dan prasarana penunjang di

lingkungan objek wisata, pemanfaatan telekomunikasi sebagai media promosi, serta didukung dengan dana dan SDM yang berkualitas; merupakan strategi pengembangan yang dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan kunjungan Objek Wisata Pantai Oetune setiap tahunnya. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengembangan objek wisata dan perbedaannya penelitian terdahulu lebih berfokus pada upaya peningkatan kunjungan sedangkan peneliti lebih berfokus pada strategi pengembangan objek wisata.

3. Sri Indarti, Betha Utami, (2024). Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Merdeka dan Taman Remaja di Kota Manna Bengkulu Selatan. Potensi pariwisata di Kota Manna, Bengkulu Selatan, dapat ditingkatkan dengan dibangunnya Taman Merdeka. Strategi peningkatan daya tarik wisata seringkali mencakup berbagai topik, termasuk namun tidak terbatas pada: infrastruktur, pemasaran, pelestarian lingkungan, dan pengembangan daya tarik. Adapun Dampaknya, para pelaku usaha lokal di kawasan Taman Remaja dan Taman Merdeka akan merasakan dampak dari meningkatnya jumlah wisatawan. Meningkatkan pendapatan, memperluas pilihan kerja, menumbuhkan semangat kewirausahaan, dan mengurangi pengangguran adalah beberapa dampaknya. Manna, Taman Merdeka dan Taman Remaja Bengkulu Selatan belum siap dikunjungi karena berbagai permasalahan, antara lain infrastruktur yang belum memadai, sumber daya manusia yang tidak aktif, kurangnya dana, dan arahan yang tidak jelas dari Dinas Pariwisata. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas

tentang pengembangan objek wisata dan tempat penelitian sama dan perbedaanya yaitu terletak pada penelitian Taman Merdeka dan Taman Remaja lebih menekankan pada urban tourism dan fasilitas pendukung di area perkotaan sedangkan Penelitian Tebat Besak lebih berfokus pada pelestarian lingkungan, dan pengembangan daya tarik wisata berbasis alam.

2.2 Kerangka Konsep dan Landasan Teori

2.2.1. Konsep Strategi

Istilah "strategi" berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang secara harfiah berarti “jenderal”, sehingga strategi pada awalnya diartikan sebagai seni dalam mengatur dan mengelola kekuatan militer. Dalam konteks modern, istilah ini berkembang menjadi konsep penting dalam manajemen organisasi, terutama pada level manajemen puncak. Strategi tidak hanya mencerminkan arah organisasi, tetapi juga mencakup perumusan visi, penentuan tujuan jangka panjang, pemanfaatan kekuatan internal dan peluang eksternal, hingga penyusunan kebijakan dan langkah konkret demi pencapaian tujuan tersebut secara optimal.

Menurut Stephanie K. Marrus, strategi merupakan proses untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang, yang dicapai melalui perencanaan dan penyusunan berbagai langkah yang tepat. Pemikiran ini sejalan dengan pandangan Craig & Grant (1996), yang menyatakan bahwa strategi mencakup penetapan tujuan jangka panjang, arah tindakan yang harus diambil, serta alokasi sumber daya yang efektif untuk mencapai target tersebut. Dalam hal ini, Jauch dan Glueck (2003:12) menambahkan bahwa strategi bukanlah sekadar rencana biasa, melainkan suatu

rencana terpadu dan menyeluruh yang melibatkan seluruh aspek penting dalam organisasi agar bekerja selaras menuju sasaran akhir.

Effendy (2007:32) juga menegaskan bahwa strategi harus mampu menunjukkan bagaimana operasional taktis dapat dilakukan dalam kerangka besar perencanaan. Sementara itu, Chandler dalam buku Analisis SWOT (2003:3) menyatakan bahwa strategi adalah instrumen penting yang digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, termasuk dalam hal penentuan prioritas dan alokasi sumber daya yang tepat.

Selanjutnya, Learned, Christensen, Andrews, dan Guth berpendapat bahwa strategi berperan penting dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Argyris, Mintzberg, Steiner, dan Miner menekankan bahwa strategi adalah bentuk tanggapan adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang berpengaruh terhadap organisasi. Porter pun menyatakan bahwa strategi merupakan alat vital dalam meraih posisi unggul dalam persaingan pasar.

Secara umum, strategi adalah pendekatan menyeluruh yang mencakup gagasan, perencanaan, dan implementasi kegiatan dalam periode tertentu. Strategi yang efektif memerlukan koordinasi antarpihak dalam organisasi, pemanfaatan sumber daya secara efisien, dan kejelasan tujuan yang ingin dicapai. Organisasi yang berjalan dengan baik biasanya memiliki strategi utama, meskipun tidak selalu dituangkan dalam bentuk eksplisit. Dalam dunia bisnis, strategi menjadi fondasi utama dalam merancang arah perusahaan, baik dalam aspek manajerial maupun pemasaran. Febrianti (2023) menggarisbawahi bahwa keberhasilan suatu usaha

sangat ditentukan oleh kemampuan pemimpin dalam menyusun strategi yang tepat dan menyesuaikan dengan kondisi organisasi. Strategi merupakan serangkaian langkah terencana yang bertujuan untuk mengarahkan keberhasilan jangka panjang dan keberlanjutan organisasi. Ada lima tipe strategi, yaitu:

a. Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban.

b. Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

c. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen

menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

d. Strategi intergrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan.

e. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud disini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perusahaan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (korporat).

Strategi pemasaran mencakup serangkaian langkah sistematis yang terdiri dari empat tahapan utama. Tahap pertama adalah analisis situasi strategis, yang mencakup pemahaman menyeluruh terhadap kondisi pasar melalui pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan konsumen. Langkah ini mencakup kegiatan pengumpulan data pasar, pengukuran permintaan, pencarian peluang dalam lingkungan pemasaran, serta analisis perilaku konsumen, baik dalam pasar tradisional maupun komunitas daring. Selain itu, analisis juga dilakukan terhadap perilaku pembelian dalam dunia bisnis dan persaingan pasar, termasuk identifikasi segmen pasar dan penetapan target konsumen yang ingin dicapai.

Tahap kedua adalah perancangan strategi pemasaran, yang berfokus pada penentuan posisi produk di pasar, identifikasi segmen sasaran yang potensial, pengembangan strategi hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta perencanaan pengembangan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Langkah ketiga adalah pengembangan program pemasaran, yang mencakup penyusunan strategi produk, strategi penetapan harga, strategi distribusi, serta strategi promosi sebagai satu kesatuan kegiatan terpadu dalam menjangkau pasar secara efektif.

Tahap terakhir adalah implementasi dan pengelolaan strategi, yang menitikberatkan pada pembentukan struktur organisasi pemasaran yang efisien dan dinamis, serta pelaksanaan dan pengawasan strategi agar tetap berjalan sesuai rencana yang telah ditetapkan. Beberapa teori strategi pengembangan objek wisata memberikan wawasan yang berbeda tentang strategi pengembangan objek wisata. Salah satu teori yang relevan adalah teori sinarti yang berfokus pada pengembangan pariwisata. Penjelasan singkat mengenai beberapa teori strategi pengembangan objek wisata dan lengkap.

Dalam implementasi strategi, terdapat beberapa tahapan penting yang harus dilalui secara sistematis agar pelaksanaannya berjalan efektif dan terarah. Tahap pertama adalah perumusan strategi, yaitu proses awal yang meliputi penetapan tujuan, analisis terhadap peluang serta ancaman dari faktor eksternal, dan identifikasi kekuatan serta kelemahan internal organisasi. Pada fase ini juga dilakukan penyusunan berbagai alternatif strategi yang mungkin dijalankan,

pemilihan strategi yang paling sesuai, serta penetapan keputusan strategis sebagai dasar pelaksanaan kegiatan selanjutnya.

Setelah strategi dirumuskan, tahapan berikutnya adalah pelaksanaan strategi, yaitu mengimplementasikan rencana strategis yang telah ditetapkan. Tahap ini memerlukan sinergi dan komitmen dari seluruh bagian organisasi, mulai dari manajemen puncak hingga unit pelaksana di lapangan. Tanpa keterlibatan dan kerja sama semua pihak, strategi yang telah disusun hanya akan menjadi wacana tanpa realisasi. Proses pelaksanaan ini mencakup pengalokasian sumber daya, pembentukan struktur organisasi yang mendukung, serta pengaturan mekanisme kepemimpinan yang sejalan dengan budaya organisasi.

Tahap terakhir adalah penilaian strategi, yang bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelaksanaan strategi secara keseluruhan. Evaluasi ini sangat penting sebagai tolok ukur pencapaian tujuan dan sebagai dasar dalam merancang strategi lanjutan. Melalui proses penilaian, organisasi dapat menilai apakah target yang telah ditetapkan telah dicapai, serta mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan agar strategi ke depan lebih efektif dan tepat sasaran.

Pengembangan sektor pariwisata merupakan salah satu langkah strategis dalam memperkenalkan serta meningkatkan daya tarik sebuah destinasi agar berkembang sesuai dengan arah visi dan misi yang ditetapkan. Selain itu, proses pengembangan ini juga berfokus pada upaya sistematis dalam memajukan desa wisata sebagai bagian dari pembangunan lokal. Menurut Sinarti (2020), di mana ia menjelaskan bahwa strategi pengembangan destinasi wisata perlu dirancang secara terencana dan terukur agar mampu menarik minat wisatawan, sekaligus

mewujudkan pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan. Strategi tersebut tidak hanya bertumpu pada pengelolaan objek wisata semata, tetapi juga mencakup aspek-aspek penting seperti daya tarik destinasi, kemudahan akses, serta ketersediaan sarana dan prasarana pendukung yang memadai, yang secara keseluruhan akan berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

1. Daya Tarik Wisata

Daya tarik merupakan elemen utama yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Umumnya, kekhasan atau keunikan suatu tempat, seperti panorama alam yang menawan, kebersihan lingkungan, serta suasana yang nyaman dan menyenangkan, menjadi faktor penentu nilai jual objek wisata tersebut. Daya tarik ini berfungsi sebagai magnet utama dalam menarik minat wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas berkaitan erat dengan kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi wisata. Semakin mudah suatu destinasi dijangkau, baik melalui transportasi darat, laut, maupun udara, maka semakin tinggi pula potensi kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, destinasi wisata yang memiliki potensi perlu didukung dengan infrastruktur jalan dan sarana transportasi yang layak agar lebih mudah diakses.

3. Sarana dan Prasarana Penunjang

Sarana wisata mencakup fasilitas-fasilitas yang langsung digunakan oleh wisatawan, seperti penginapan, rumah makan, tempat informasi, dan layanan

kebersihan. Sedangkan prasarana merujuk pada infrastruktur dasar seperti jalan, listrik, air bersih, jembatan, dan jaringan komunikasi. Keduanya memiliki peran penting dalam menunjang kenyamanan wisatawan serta mendukung kelangsungan dan pengembangan industri pariwisata di suatu daerah.

Menurut Cooper et.al (2015), terdapat 4 aspek penting dalam penelitian yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata atau desa wisata, yaitu daya tarik (attraction), keterjangkauan (accessibilities), fasilitas (amenities), dan pendukung industri pariwisata, berikut penjelasannya :

1. Atraksi (attraction) adalah produk wisata yang berasal dari suatu lokasi wisata. Atraksi dibagi menjadi 3 kategori, yaitu atraksi alam seperti: air terjun, pantai, kebun, bukit, gunung, sungai, dan lain-lain. Atraksi wisata budaya seperti: kesenian atau kerajinan tangan, kuliner atau masakan khas, kearifan lokal, bangunan sejarah.

2. Aksesibilitas merujuk pada ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai desa wisata. Hal ini mencakup kondisi jalan utama dan alternatif yang dapat dilalui, jenis moda transportasi yang tersedia, serta keberadaan rambu-rambu petunjuk arah yang memudahkan navigasi menuju lokasi wisata.

3. Amenitas merupakan berbagai fasilitas dan infrastruktur pendukung yang tersedia di kawasan wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Fasilitas tersebut meliputi akomodasi atau tempat menginap, keberadaan warung atau rumah makan, layanan transportasi, agen perjalanan, gedung pertunjukan, tempat ibadah, fasilitas pendidikan, sarana olahraga, layanan kesehatan, sistem

keamanan, area parkir, dan fasilitas pendukung lainnya yang menunjang kenyamanan selama berwisata.

4. Pelayanan tambahan merupakan fasilitas pelengkap dalam aktivitas kepariwisataan yang ditujukan bagi wisatawan maupun para pelaku industri pariwisata. Layanan ini mencakup keberadaan organisasi atau lembaga pendukung yang berperan dalam pengembangan, promosi, dan pemasaran destinasi wisata, termasuk desa wisata. Keberadaan lembaga-lembaga ini menjadi bagian penting dalam memperkuat ekosistem pariwisata secara keseluruhan.

Berdasarkan dua teori di atas, peneliti memilih teori dari menurut (Sinarti, 2020 dalam Jurnal Subhan (2023) di karena teori ini memberikan kerangka yang komprehensif dalam melihat pentingnya perencanaan yang matang dan strategi pengembangan yang terarah untuk mencapai pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan. Teori ini menekankan bahwa pengembangan destinasi wisata harus berfokus pada tiga aspek utama, yaitu daya tarik wisata, aksesibilitas, sarana dan prasarana.

2.2.2 Kepariwisataan

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1, pariwisata didefinisikan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan secara individu maupun kelompok ke suatu tempat tertentu, dengan tujuan utama rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari kekhasan objek wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu terbatas.

Guyer Freuler dalam Yoeti (2006:21) menjelaskan bahwa pariwisata adalah

fenomena modern yang timbul dari kebutuhan manusia akan kesehatan, penyegaran suasana, serta rasa apresiasi terhadap keindahan alam. Lebih jauh, aktivitas ini turut dipengaruhi oleh semakin intensifnya interaksi lintas negara dan lapisan sosial, yang merupakan dampak dari kemajuan dalam sektor perdagangan, industri, dan transportasi.

Yoeti (2006) menekankan bahwa keberlangsungan sektor pariwisata sangat bergantung pada tiga aspek utama, yaitu:

1. Ketersediaan objek dan daya tarik wisata, yang menjadi alasan utama kunjungan wisatawan ke suatu tempat.
2. Fasilitas aksesibilitas, yaitu tersedianya sarana dan prasarana transportasi yang memudahkan wisatawan menjangkau destinasi wisata.
3. Tersedianya fasilitas amenities, yang mencakup elemen-elemen penunjang seperti akomodasi, tempat makan, dan layanan umum yang memberikan kenyamanan bagi wisatawan.

Permintaan dalam sektor pariwisata berkaitan erat dengan peran wisatawan sebagai konsumen utama. Dalam konteks ini, wisatawan dianggap sebagai pasar yang menjadi target dari seluruh penawaran jasa dan produk pariwisata. Oleh karena itu, tingkat permintaan dari wisatawan sangat menentukan perkembangan dan pertumbuhan sektor ini.

Upaya pelestarian dan penguatan sektor pariwisata memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta memberikan kontribusi nyata dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dan sosial. Selain itu, pengembangan pariwisata juga diharapkan mendukung pembiayaan fungsi-fungsi pemerintahan, terutama

melalui peningkatan pendapatan daerah dan nasional.

Menurut Soekadijo (2006:54), pelestarian dan penguatan eksistensi sektor pariwisata memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan berbagai

1. Sektor ekonomi. Beberapa kontribusi strategis yang dimaksud antara lain:

Mendorong terjadinya urbanisasi seiring peningkatan, pembangunan, dan penyempurnaan fasilitas pariwisata.

2. Menciptakan sektor-sektor industri baru yang mendukung kegiatan kepariwisataan, seperti transportasi, perhotelan, penginapan, serta industri-industri kecil termasuk kerajinan tangan.
3. Memperluas pasar bagi produk lokal masyarakat.
4. Menyediakan lapangan kerja baru, seperti di bidang jasa akomodasi, agen perjalanan, kerajinan dan oleh-oleh, serta sektor penjualan lainnya.

Senada dengan hal tersebut, Marpaung (2002) menyatakan bahwa pembangunan pariwisata bertujuan untuk memberikan manfaat tidak hanya bagi wisatawan, tetapi juga bagi komunitas lokal. Aktivitas pariwisata dapat meningkatkan taraf hidup penduduk melalui keuntungan ekonomi yang dihasilkan dari pengelolaan destinasi wisata.

Peningkatan infrastruktur dan fasilitas rekreasi tidak hanya menciptakan kenyamanan bagi para wisatawan, tetapi juga berdampak positif terhadap kualitas hidup masyarakat di sekitarnya. Di sisi lain, pembangunan sektor ini harus dilakukan dengan tetap menjaga nilai-nilai budaya, kelestarian sejarah, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Daya tarik khas dari suatu destinasi akan

memberikan pengalaman unik dan berkesan bagi wisatawan, sehingga meningkatkan potensi kunjungan kembali.

Dalam implementasinya, pariwisata membawa berbagai nilai yang dapat memengaruhi dinamika sosial dan budaya masyarakat. Apabila dikembangkan dengan prinsip berkelanjutan, manfaat dari sektor ini dapat dioptimalkan, sementara dampak negatifnya dapat diminimalkan.

Suwantoro (2001) menegaskan bahwa suatu destinasi wisata dapat berkembang dan ramai dikunjungi apabila memiliki daya tarik yang kuat, yang ditentukan oleh beberapa hal berikut:

1. Kehadiran objek wisata yang menyenangkan, bersih, dan memberikan kenyamanan.
2. Kemudahan aksesibilitas menuju lokasi wisata.
3. Nilai atau arti khusus yang unik dan langka.
4. Tersedianya sarana dan prasarana pendukung yang mampu melayani kebutuhan wisatawan.

Obyek wisata alam umumnya menawarkan keindahan yang luar biasa, seperti pemandangan gunung, aliran sungai, pantai, pasir putih, dan hutan yang masih asri. Untuk menunjang aktivitas pariwisata tersebut, diperlukan berbagai fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung, seperti hotel, agen perjalanan, transportasi, rumah makan, dan sebagainya. Semakin lengkap fasilitas yang tersedia, maka daya tarik destinasi wisata tersebut akan semakin tinggi.

Di samping itu, prasarana menjadi elemen penting yang mendahului penyediaan sarana wisata. Menurut Yoeti (2006), komponen prasarana kepariwisataan mencakup:

1. Infrastruktur transportasi seperti jalan raya dan jalur kereta api,
2. Instalasi kelistrikan,
3. Fasilitas penyulingan bahan bakar,
4. Sistem irigasi yang mendukung sektor pertanian dan perkebunan,
5. Layanan keuangan dan perbankan,
6. Sarana komunikasi dan jaringan telekomunikasi,
7. Pelayanan dasar seperti kesehatan, keamanan, dan pendidikan.

Dengan kata lain, prasarana pariwisata merupakan sumber daya, baik dari alam maupun buatan manusia, yang sangat dibutuhkan wisatawan selama perjalanan menuju maupun saat berada di lokasi wisata. Ini mencakup jalan, jembatan, air bersih, jaringan listrik, sistem informasi, terminal, dan fasilitas dasar lainnya.

Pemerintah daerah diharapkan mengambil peran dominan dalam pembangunan prasarana pariwisata, karena selain mendukung pengembangan destinasi, pembangunan tersebut juga mendatangkan manfaat tambahan seperti meningkatnya arus informasi, kelancaran lalu lintas, kemajuan ekonomi, serta mobilitas masyarakat yang lebih tinggi. Semua ini pada akhirnya menciptakan peluang usaha dan meningkatkan kesejahteraan lokal.

Kesimpulannya, sarana dan prasarana merupakan fondasi utama dalam menjamin keberlanjutan sektor pariwisata. Dengan fasilitas yang lengkap dan

infrastruktur yang baik, kenyamanan wisatawan akan meningkat, citra destinasi akan lebih positif, dan daya saing wisata akan terangkat secara signifikan.

2.2.3 Pengembangan Kawasan Wisata

Pengembangan kawasan wisata merupakan proses strategis yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik suatu objek wisata agar sejalan dengan visi dan misi pembangunan daerah. Salah satu tujuan utama dari pengembangan ini adalah untuk menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, sehingga manfaatnya dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat dan pemerintah, terutama dalam aspek sosial dan ekonomi.

Menurut Yoesoep Edhie Rachmad (2022), pengembangan sektor pariwisata memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan berbagai sektor ekonomi, di antaranya:

1. Mendorong laju urbanisasi, melalui pembangunan dan perbaikan fasilitas yang menunjang aktivitas wisata.
2. Mendorong munculnya sektor industri baru yang berkaitan dengan jasa pariwisata, seperti transportasi, perhotelan, penginapan, serta usaha kecil dan menengah dalam bentuk kerajinan tangan dan cendera mata.
3. Memperluas jaringan distribusi produk lokal, sehingga pelaku ekonomi di daerah wisata dapat memperluas jangkauan pasarnya.
4. Menambah peluang kerja, khususnya di sektor-sektor pendukung pariwisata seperti hotel, agen perjalanan, sentra kerajinan, dan usaha kuliner, yang semuanya membuka ruang kerja baru bagi masyarakat lokal.

Selanjutnya, Marpaung (2012) menekankan bahwa pengembangan pariwisata harus menghasilkan manfaat yang seimbang bagi semua pihak, baik wisatawan maupun masyarakat setempat. Kehadiran destinasi wisata diharapkan dapat menjadi sumber peningkatan taraf hidup masyarakat, khususnya melalui kontribusi ekonomi yang ditimbulkan.

Peningkatan kualitas infrastruktur dan penyediaan fasilitas rekreasi memiliki peran ganda: selain memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan, juga menjadi pendorong tumbuhnya kualitas hidup masyarakat di sekitar kawasan wisata. Namun demikian, pengembangan sektor ini tidak hanya berorientasi pada fisik semata, tetapi juga harus mengedepankan nilai-nilai lokal melalui pelestarian kebudayaan, peninggalan sejarah, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Setiap upaya pengembangan pariwisata pada dasarnya harus menyajikan pengalaman otentik dan unik kepada para wisatawan. Oleh karena itu, pengelolaan kawasan wisata perlu mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dan sejarah sebagai daya tarik utama, sekaligus sebagai bentuk tanggung jawab dalam menjaga keberlanjutan sosial budaya di daerah tersebut.

Di sisi lain, pertumbuhan pariwisata juga membawa nilai-nilai baru yang memengaruhi dinamika sosial dan transformasi budaya masyarakat. Jika tidak dikelola dengan prinsip yang benar, maka dampak negatif bisa muncul, seperti perubahan nilai, komersialisasi budaya, atau kerusakan lingkungan. Oleh sebab itu, pengembangan pariwisata perlu dilakukan secara hati-hati, terencana, dan berpijak

pada pedoman yang tepat agar manfaat yang ditimbulkan benar-benar maksimal, sementara risikonya dapat diminimalisir.

2.2.4. Pengembangan Obyek Wisata

Obyek wisata merupakan gabungan dari sumber daya alam, buatan, serta warisan budaya yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisatawan. Menurut Rizki Nurul Nugraha (2022), terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi daya tarik suatu destinasi wisata, antara lain: adanya elemen yang menimbulkan rasa nyaman, menyenangkan, dan kebersihan; tingkat aksesibilitas yang tinggi; nilai atau makna khusus yang bersifat langka; serta keberadaan sarana dan prasarana pendukung yang memadai. Selain itu, objek wisata berbasis alam seperti pegunungan, aliran sungai, garis pantai, hutan, dan lanskap alami lainnya memiliki nilai estetika tinggi yang menjadi magnet utama bagi para wisatawan.

Sementara itu, Mariotto dalam Merry (2017) menyatakan bahwa objek wisata adalah suatu tempat atau kondisi alam yang telah dirancang dan dikembangkan untuk menarik perhatian wisatawan. Objek dan atraksi wisata dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama: pertama, benda-benda yang secara alami tersedia di alam (natural amenities); kedua, hasil ciptaan manusia (man-made supply); dan ketiga, tata cara hidup masyarakat (the way of life), yang mencerminkan budaya dan tradisi lokal.

Pengembangan sektor pariwisata tidak semata-mata bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, namun lebih jauh diarahkan pada upaya peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Rosari (2024)

menekankan bahwa pariwisata yang berkembang dengan baik mampu memberikan manfaat nyata, khususnya dalam mendukung pembiayaan program-program pemerintahan melalui kontribusi terhadap sektor ekonomi.

Lebih lanjut, Guyer Freuler dalam Purnomo (2019) mengartikan pariwisata sebagai fenomena modern yang muncul sebagai respons atas kebutuhan manusia akan pemulihan kesehatan, pergantian suasana, serta kecintaan terhadap keindahan alam. Fenomena ini juga tidak terlepas dari meningkatnya intensitas interaksi antarbangsa dan antarkelompok sosial yang terjadi akibat pesatnya perkembangan perdagangan dan kemajuan moda transportasi.

Keberhasilan pembangunan sektor pariwisata sangat ditentukan oleh tiga pilar utama, sebagaimana dikemukakan oleh Yoeti (2016:75), yaitu: pertama, ketersediaan objek dan daya tarik wisata yang autentik; kedua, aksesibilitas yang baik melalui penyediaan sarana dan prasarana transportasi; dan ketiga, tersedianya fasilitas pendukung atau amenities yang mampu memberikan kenyamanan bagi para pengunjung.

Dalam konteks permintaan (demand) pariwisata, peran wisatawan sebagai konsumen utama sangat menentukan arah dan dinamika industri pariwisata. Wisatawan dianggap sebagai pasar karena menjadi target dari setiap produk dan layanan wisata yang ditawarkan. Oleh karena itu, tingkat permintaan yang tinggi dari wisatawan akan sangat memengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan sektor pariwisata (Atisina & Budianta, 2023).

2.2.5. Pengembangan Prasarana dan Sarana Wisata

Fasilitas wisata merupakan elemen pelengkap yang sangat berperan dalam menunjang kenyamanan dan kepuasan wisatawan saat melakukan aktivitas berwisata. Keberadaan fasilitas seperti akomodasi (hotel dan penginapan), biro perjalanan, sarana transportasi, rumah makan, serta fasilitas umum lainnya, menjadi indikator penting dalam menentukan tingkat daya tarik sebuah destinasi wisata. Semakin lengkap dan terintegrasi fasilitas tersebut, maka semakin besar pula potensi daya saing dan minat kunjungan wisatawan terhadap objek wisata tersebut.

Di sisi lain, prasarana memiliki posisi sebagai infrastruktur dasar yang menjadi fondasi sebelum fasilitas wisata dapat dibangun atau dikembangkan. Menurut Abdi Satria Kamal (2023), prasarana wisata mencakup berbagai sumber daya, baik bersifat alami maupun buatan, yang mutlak diperlukan untuk memudahkan wisatawan dalam mengakses serta mencapai lokasi wisata. Komponen utama dari prasarana ini meliputi jaringan jalan yang memadai, penyediaan energi listrik, sistem pasokan air bersih, infrastruktur telekomunikasi, terminal, jembatan, dan elemen infrastruktur dasar lainnya.

Dalam konteks pembangunan kepariwisataan, peran pemerintah—terutama pemerintah daerah—dianggap sangat krusial. Keterlibatan pemerintah dalam membangun prasarana tidak hanya bertujuan untuk menunjang sektor pariwisata itu sendiri, tetapi juga membawa manfaat tambahan seperti kelancaran arus informasi, efisiensi lalu lintas, akselerasi pertumbuhan ekonomi lokal, serta peningkatan mobilitas penduduk. Secara tidak langsung, hal ini membuka berbagai peluang usaha dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar destinasi wisata.

Pengembangan sarana dan prasarana menjadi bagian yang tak terpisahkan dari strategi pembangunan kepariwisataan karena kualitas infrastruktur sangat berpengaruh terhadap kenyamanan wisatawan. Semakin baik dan lengkap dukungan infrastruktur yang tersedia, maka semakin tinggi pula tingkat kunjungan dan kepuasan wisatawan.

Merujuk pada pendapat Yoeti (2016:47), prasarana yang tergolong dalam kategori kepariwisataan meliputi:

1. Jaringan transportasi seperti jalan raya dan rel kereta api,
2. Instalasi pembangkit tenaga listrik,
3. Fasilitas penyulingan bahan bakar minyak,
5. Sistem irigasi yang menunjang sektor pertanian, peternakan, dan perkebunan,
6. Layanan perbankan dan sistem moneter,
7. Infrastruktur telekomunikasi,
8. Fasilitas layanan publik seperti kesehatan, keamanan, dan pendidikan.

Dengan demikian, penguatan infrastruktur dasar menjadi prasyarat penting dalam mendukung keberlanjutan sektor pariwisata, serta meningkatkan kualitas pelayanan bagi wisatawan secara menyeluruh.

2.2.6. Tahapan-Tahapan Pengembangan Pariwisata

Menurut Yoeti (2016:77), proses pengembangan sektor pariwisata memerlukan tahapan-tahapan sistematis yang mencakup berbagai aspek fisik maupun non-fisik agar pengelolaan destinasi wisata dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan. Tahapan-tahapan tersebut meliputi:

1. **Penyelarasan Fisik** : Tahapan awal ini mencakup tindakan perbaikan dan pemeliharaan terhadap infrastruktur fisik di kawasan wisata. Fokus utamanya adalah menangani kerusakan pada prasarana yang ada, membersihkan sampah, memperbaiki jalan yang belum memiliki penunjuk arah, serta memulihkan kondisi akomodasi yang mulai menurun kualitasnya. Selain itu, penyelarasan juga mencakup penegakan terhadap pelanggaran tata ruang dan pelayanan yang tidak sesuai standar. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan fisik yang tertata baik dan nyaman bagi wisatawan maupun masyarakat setempat.

2. **Penataan** : Penataan merupakan upaya untuk mengoptimalkan potensi fasilitas atau sarana yang sudah dibangun tetapi belum berfungsi secara maksimal. Langkah ini diarahkan pada pemanfaatan aset yang ada dengan seminimal mungkin melakukan pembongkaran, kecuali jika kondisi tersebut menimbulkan dampak yang signifikan. Kegiatan ini juga dapat mencakup penertiban aset-aset pariwisata, dengan fokus pada peningkatan fungsi kawasan strategis agar mampu melayani kebutuhan wisatawan dan masyarakat secara lebih efektif. Dalam aspek non-fisik, penataan meliputi penerapan standar pelayanan, operasional akomodasi, kualitas daya tarik wisata, penyajian makanan di rumah makan, serta peningkatan efektivitas promosi destinasi wisata.

3. **Pengembangan** : Tahapan ini bertujuan untuk memperluas dan memperkaya komponen pariwisata dengan menambahkan elemen baru, menciptakan fungsi-fungsi baru, serta mengadopsi strategi pemasaran yang lebih inovatif. Kegiatan pengembangan juga melibatkan peningkatan jumlah fasilitas penunjang wisata, mendorong investasi baru, membuka jenis usaha pariwisata yang lebih beragam,

dan bahkan merancang kebijakan atau regulasi baru yang relevan dengan kebutuhan industri pariwisata saat ini. Seluruh proses pengembangan ini dilakukan secara adaptif dengan mempertimbangkan tren pariwisata serta permasalahan yang mungkin muncul di masa mendatang, sambil tetap melanjutkan proses penataan dan penertiban yang diperlukan.

Dengan mengikuti tahapan-tahapan tersebut, proses pengembangan pariwisata diharapkan mampu memberikan dampak positif secara berkelanjutan, baik dari segi sosial, ekonomi, maupun lingkungan.

2.2.7. Tujuan Pengembangan Pariwisata

Tujuan utama dari pengembangan pariwisata tidak semata-mata untuk meningkatkan perolehan devisa bagi negara, namun lebih dari itu, diharapkan sektor ini mampu berperan sebagai katalisator pembangunan atau agent of development. Hal ini sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 yang dikutip dalam buku Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata oleh Yoeti (2016:35), yang menyebutkan bahwa pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk:

1. Meningkatkan pendapatan devisa secara khusus serta pendapatan negara dan masyarakat secara umum, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong kegiatan industri pendukung maupun industri sampingan lainnya;
2. Memperkenalkan dan mengoptimalkan potensi keindahan alam serta kebudayaan Indonesia;
3. Meningkatkan persaudaraan dan persahabatan, baik dalam lingkup nasional maupun internasional.

2.2.8 Desa Wisata

Desa wisata merupakan suatu bentuk pengembangan wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan potensi daya tarik tersendiri, baik dari aspek fisik alam maupun kehidupan sosial budaya masyarakatnya. Desa ini dirancang dan dikelola secara menarik dan alami, dilengkapi dengan fasilitas pendukung wisata yang memadai dalam tata ruang yang harmonis, serta melalui sistem pengelolaan yang terencana dengan baik. Tujuannya adalah agar desa tersebut mampu menarik kunjungan wisatawan serta menjadi penggerak aktivitas ekonomi pariwisata yang berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Secara khusus, pengembangan desa wisata menitikberatkan pada upaya memajukan potensi desa melalui sektor pariwisata. Kegiatan ini harus dilaksanakan secara berkelanjutan agar mampu mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan untuk mencapai tujuan kesejahteraan bersama. Pembangunan pariwisata mencakup pemanfaatan secara optimal terhadap sumber daya alam dan sumber daya manusia yang tersedia. Apabila dikelola secara terpadu, kedua sumber daya tersebut akan memberikan manfaat timbal balik yang signifikan bagi masyarakat maupun lingkungan.

Dalam konteks yang lebih luas, industri pariwisata memiliki peran penting sebagai agen perubahan (*agent of change*). Melalui pengembangan sektor ini, masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan atau kurang diberdayakan dapat dilibatkan secara aktif dalam pengelolaan dan operasional desa wisata. Keterlibatan

tersebut berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang lebih mandiri, berdaya, dan berorientasi pada pembangunan berkelanjutan.

Dengan demikian, pariwisata bukan hanya sekadar aktivitas rekreasi, melainkan menjadi sarana transformasi sosial, ekonomi, dan budaya yang dapat mendorong kemajuan desa dan peningkatan kualitas hidup masyarakat..

2.2.9 Teori Kebijakan

Teori kebijakan merupakan cabang kajian yang membahas proses kebijakan publik secara menyeluruh, mulai dari perencanaan, pengambilan keputusan, pelaksanaan, hingga evaluasi kebijakan. Kebijakan itu sendiri dapat dipahami sebagai seperangkat konsep dan asas yang dijadikan pedoman untuk menyelesaikan permasalahan dalam berbagai bidang, baik di tingkat pemerintahan, organisasi, kelompok swasta, maupun individu.

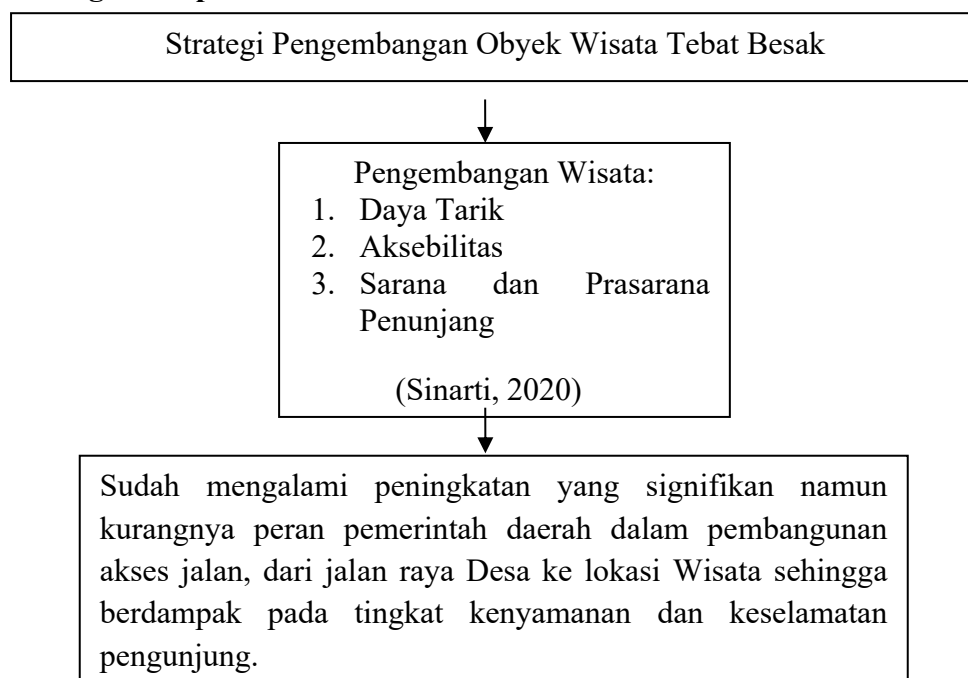
Dalam ranah implementasi kebijakan, terdapat beberapa teori yang secara luas digunakan oleh para akademisi dan praktisi kebijakan, di antaranya: Teori George C. Edwards III yang menekankan pada komunikasi, sumber daya, disposisi pelaksana, dan struktur birokrasi; Teori Merilee S. Grindle yang fokus pada konteks implementasi dan konten kebijakan; Teori Mazmanian dan Sabatier yang menyoroti pentingnya kejelasan tujuan dan stabilitas dalam proses pelaksanaan; Teori T.B. Smith yang memadukan hubungan antar lembaga dan tekanan lingkungan; serta Teori Van Meter dan Van Horn yang menekankan pada enam variabel penting dalam pelaksanaan kebijakan.

Sementara itu, dalam proses analisis kebijakan publik, terdapat sejumlah tahapan yang perlu dilalui secara sistematis agar dapat menghasilkan rekomendasi

kebijakan yang tepat. Langkah-langkah tersebut mencakup: (1) identifikasi masalah sebagai dasar awal analisis, (2) pengumpulan data dan informasi yang relevan, (3) analisis terhadap masalah dan berbagai pilihan kebijakan yang tersedia, (4) evaluasi terhadap setiap alternatif kebijakan, (5) perumusan rekomendasi kebijakan yang paling sesuai, (6) implementasi dan pemantauan terhadap kebijakan yang telah ditetapkan, serta (7) evaluasi terhadap dampak kebijakan guna menilai keberhasilan dan mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki.

Dengan memahami teori-teori serta tahapan tersebut, proses formulasi dan implementasi kebijakan dapat dilaksanakan secara lebih efektif dan adaptif terhadap dinamika sosial yang berkembang.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Strategi Pengembangan Obyek Wisata Tebat Besak Desa Bandar Agung Kecamatan Ulu Manna

Kerangka berpikir dalam penelitian ini bertumpu pada tiga aspek utama yang menjadi potensi pengembangan Wisata Tebat Besak, yaitu daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kelengkapan sarana serta prasarana pendukung.

1. Daya Tarik Wisata : Tebat Besak di Desa Bandar Agung, Kabupaten Bengkulu Selatan, memiliki pesona alam yang menonjol sebagai daya tarik utama. Lanskap danau yang luas dengan air yang tenang dan dikelilingi perbukitan hijau menciptakan suasana asri dan menenangkan. Keindahan alam ini menjadikan lokasi tersebut sangat cocok sebagai tempat berfoto dan relaksasi. Beberapa sudut, seperti dermaga berlatar pegunungan, menjadi spot favorit wisatawan untuk mengabadikan momen. Selain itu, suasana yang jauh dari keramaian memberikan nilai lebih bagi pengunjung yang mencari ketenangan dari hiruk-pikuk perkotaan.

2. Aksesibilitas : Secara umum, akses menuju Tebat Besak tergolong cukup baik, terutama dari Kota Manna sebagai pusat Kabupaten Bengkulu Selatan. Namun, transportasi umum ke lokasi ini masih terbatas, sehingga pengunjung lebih dianjurkan menggunakan kendaraan pribadi. Bagi wisatawan luar daerah, perjalanan menuju destinasi memerlukan waktu lebih lama karena harus mencapai Bengkulu Selatan terlebih dahulu. Tantangan lainnya adalah kondisi jalan menuju danau yang masih berupa tanah dan dapat licin saat musim hujan, sehingga perlu perhatian ekstra terutama terkait keselamatan dan kenyamanan perjalanan.

3. Sarana dan Prasarana Penunjang : Fasilitas penunjang yang tersedia di kawasan Tebat Besak saat ini sudah mulai memenuhi kebutuhan dasar wisatawan, meskipun masih bersifat sederhana. Area parkir tersedia untuk kendaraan pengunjung,

walaupun kapasitasnya terbatas. Toilet umum telah disediakan, meski jumlah dan kualitasnya perlu ditingkatkan. Beberapa warung makanan dan minuman ringan juga dapat dijumpai di sekitar area wisata, membantu pengunjung bersantai sembari menikmati pemandangan. Selain itu, sejumlah spot foto juga telah dikembangkan untuk menarik minat wisatawan, salah satunya adalah area dermaga yang cukup populer.

Dengan mempertimbangkan ketiga aspek tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan obyek wisata Tebat Besak secara menyeluruh dan berkelanjutan, agar potensi wisata yang ada dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal serta mendukung pertumbuhan sektor pariwisata daerah.