

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI TANJUNG
LANGGUDU KECAMATAN LANGGUDU KABUPATEN BIMA**

Untuk memenuhi persyaratan

Gelar sarjana strata satu (S1)



DI SUSUN OLEH

MARTINAH

218120152

**KONSENTRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTARSI BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI
TANJUNG LANGGUDU KECAMATAN LANGGUDU
KABUPATEN BIMA**

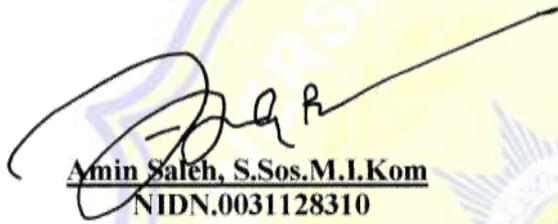
Oleh:

**MARTINAH
218120152**

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Amin Saleh, S.Sos.M.I.Kom
NIDN.0031128310


Mala Vinuzia SE. ME
NIDN.0806088702

Mengetahui,

Ketua Program Administrasi Bisnis


Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM.
NIDN: 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI
TANJUNG LANGGUDU KECAMATAN LANGGUDU
KABUPATEN BIMA

Oleh :

MARTINAH
218120152

SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada Tanggal : 09 Februari 2022
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

1. Amin Saleh S.Sos., M.I.Kom (PU)

NIDN. 0031128310

2. Mala Vinuzia SE.ME (PP)

NIDN. 0806088702

3. Dr.Siti Atrika Rahmi, S.Sos.,M.Si (PN)

NIDN. 0815118302

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan

Dr. F. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

SURAT PERYATAAN

Yang bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama: Martinah

NIM : 218120152

Dengan Ini Saya Menyatakan Bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), Baik di tingkat Universitas Muhammadiyah Mataram maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa pihak lain kecuali arahan tim pembimbing
3. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar kepada karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi

Mataram, 09/03 / 2021



Martinah
218120136



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Martinah
 NIM : 210120152
 Tempat/Tgl Lahir : Bima, 10 Maret 2000
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
 No. Hp : 085 539 58 485
 Email : martinahmartinah818@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Strategi Pengembangan Nenek Wisata Pantai Langgudu
Langgudu Kecamatan Langgudu Kabupaten Bima

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 43⁹/₁₀

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 28/februari 2022
 Penulis



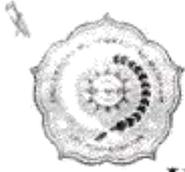
MARTINAH
 NIM. 210120152

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Martinah
NIM : 218120152
Tempat/Tgl Lahir : Bimo, 10 Maret 2000
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. Hp/Email : 085 337 582 485 / martinahmartinah818@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Langung Langudu
Kabupaten Kecamatan Langudu Kabupaten Pima.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 28 - Februari2022

Penulis



MARTENAH
NIM. 218120152

Mengetahui,
Kepala UPT, Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

**JIKA HARI INI KAMU GAGAL MASIH ADA HARI ESOK DAN STERUSNYA
UNTUK MENCOBA LAGI**



PERSEMBAHAN

Untuk orang-orang yang slalu menyayangiku

1. Kedua orang tuaku yang tercinta Bapak Mansur dan Ibunda Baiyah yang dengan tulus dan ikhlas menyayangiku, dan yang selalu memberiku semangat dan do'a dalam meraih cita-cita. Semoga allah membalas semuanya.
2. Buat Kakakku (Nurainun S.Pd, Muhammad Isnaini S.Pd, Nurfaujiah) dan keluarga besar tanpa terkecuali yang selalu kusayangi terimakasih banyak atas dukunganya selama ini.
3. Dan ucapan terimakasih yang amat dalam kepada kedua dosen pembimbing Ayahanda Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom dan Ibu Mala Vinuzia SE. ME. Yang telah banyak memberikan masukan dan saranya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Untuk teman-temanku yang selalu ada dan yang selalu mengemangatiku dari semester satu hingga saya lulus kuliah terima kasih banyak untuk kerja samanya.
5. Teruntuk Antariani yang selalu mendampingiku untuk konsultasi proposal hingga skripsi terima kasih banyak udah selalu ada
6. Kampus ku yang tercinta, Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Dan almamaterku yang ku banggakan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, tuhan yang maha esa yang telah memberikan rahmat dan ridhonya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi pengembangan objek wisata pantai Tanjung Langgudu Kecamatan Langgudu Kabupaten” penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi srata satu (S-1) pada program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dalam penyusunan skripsi ini idak lep as dari peran serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan arahan, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini

penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd Ghani, M. pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M. Si, Selaku Dekan Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S,Sos., M.M. Selaku Ketua Program Studi Adminitrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.(yang telah membimbing dan membina kami

selama pelaksanaan kegiatan pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram).

4. Bapak Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Mala Vinuzia, SE., ME selaku Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh Dosen pengajar serta pegawai Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Jurusan Universitas Muhammadiyah Mataram. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang juga telah memberikan kontribusi memperlancar penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik konstruktif sangat penulis harapkan. Akhirnya, penulis berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

Mataram,.. Desember 2021

Penulis

Martinah

218120152

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI TANJUNG LANGGUDU KECAMATAN LANGGUDU KABUPATEN BIMA

Oleh

Martinah

Nim:218120152

Pembimbing I: AminsalehS.Sos,M.I.Kom

Pembimbing II: MalaVinuzia,SE.,ME

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaat sumber daya alam yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang berada di suatu daerah yang mengelolah sumber daya alam yang menjadi suatu tempat wisata alam yang menarik bagi wisatawan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan objek wisata pantai Tanjung Langgudu dan apa saja peran masyarakat setempat dalam mengembangkan objek wisata pantai Tanjung Langgudu. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan strategi pengembangan wisata yang dikelola langsung oleh Pemerintah desa dan masyarakat.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah pendekatan deskriptif kualitatif karena pokok masalah yang diteliti merupakan suatu proses interaksi antara pengelolaan wisata, pemerintah desa dan masyarakat. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi

Hasil temuan yang telah ditemukan bahwa strategi yang dapat digunakan oleh pemerintah desa dalam mengembangkan objek wisata di Tanjung Langgudu ada beberapa strategi yaitu melalui strategi pengelolaan wisata, strategi promosi. Sedangkan peran masyarakat dalam mengembangkan objek wisata adalah ikut serta melestarikan atau menjaga tempat wisata yang ada di dengan cara melakukan promosi, menjaga kebersihan dan kenyamanan pariwisata.

Katakunci: Strategi, Pariwisata, Pengembangan

TOURISM OBJECT DEVELOPMENT STRATEGY OF TANJUNG LANGGUDU BEACH

By:
Martinah
NIM: 218120152

First Advisor : Amin saleh S.Sos, M.I. Kom
Second Advisor : Mala Vinuzia, SE.,ME

ABSTRACT

Tourism is one of the natural resource beneficiaries that can help the Indonesian people's economy, particularly those who live in areas where natural resources are managed and become a popular tourist destination. The problem in this research is how the strategy of creating Tanjung Langgudu beach tourism object and what are the roles of the local community in developing Tanjung Langgudu beach tourism object. The goal of this research is to describe the village government's tourism development strategy, which is handled directly by the community.

Because the issue being investigated is a process of interaction between tourism management, village government, and the community, the researcher utilized a qualitative descriptive technique. Primary and secondary data were employed in this study. Observation, interviews, and documentation are all used to gather information. According to the findings, the village administration can utilize a variety of tactics to develop tourist items in Tanjung Langgudu, including tourism management techniques, promotion strategies, and marketing strategies. Meanwhile, the community's role in developing tourism objects includes: 1) forming a joint venture with the private sector, in which the local community provides places and services while the private sector handles product marketing and business management; and 2) Assist in the preservation or maintenance of current tourist sites by improving cleanliness and comfort for visitors..

Keywords: *development, tourism object*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA



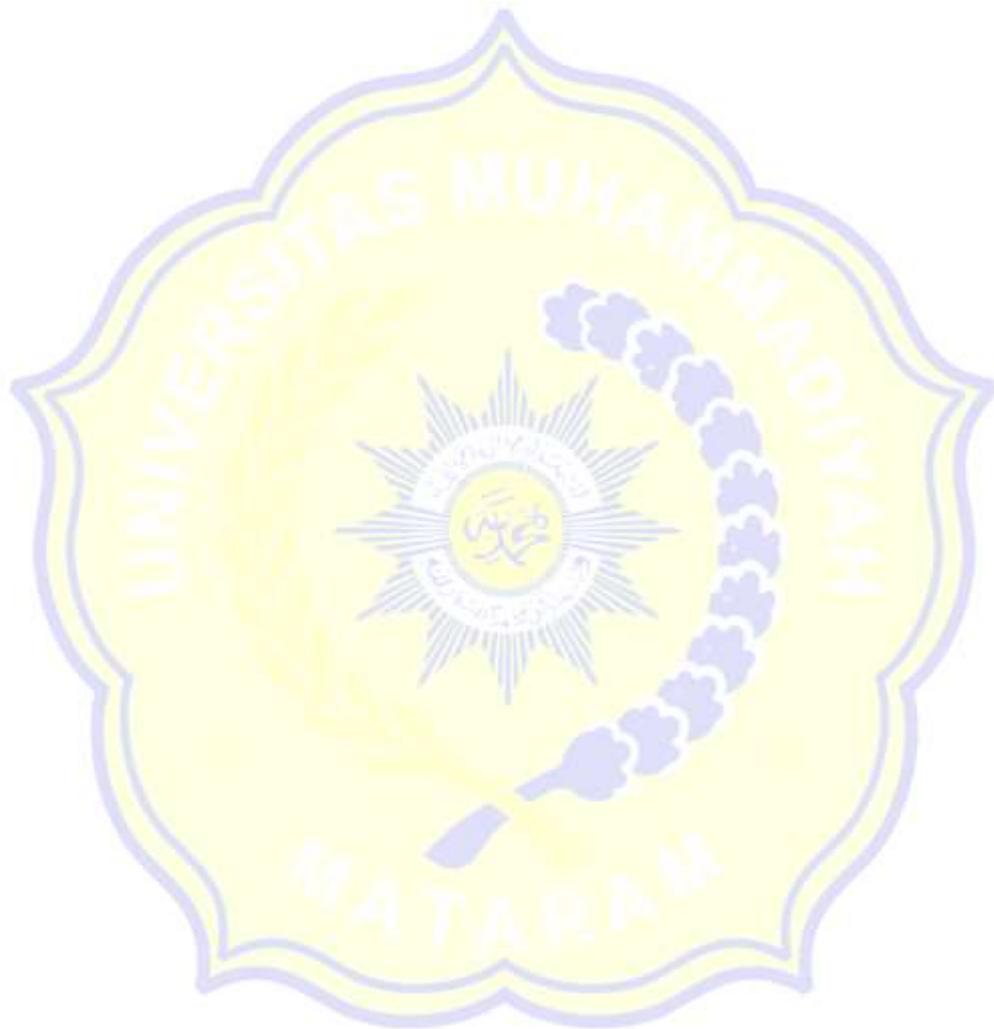
KEPALA
FPE
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
P3B
Humaira, M.Pd
NIDN. 0803048601

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT BEBAS PLAGIASI.....	v
PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Secara teoritis	6
1.4.2. Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Teori Pariwisata	11
2.2.1. Pengertian Pariwisata	11
2.2.2. Bentuk-Bentuk Pariwisata	12
2.2.3. Jenis-Jenis Pariwisata.....	13
2.2.4. Pengertian Kepariwisataaan.....	14
2.2.5. Objek Dan Daya Tarik Wisata	14

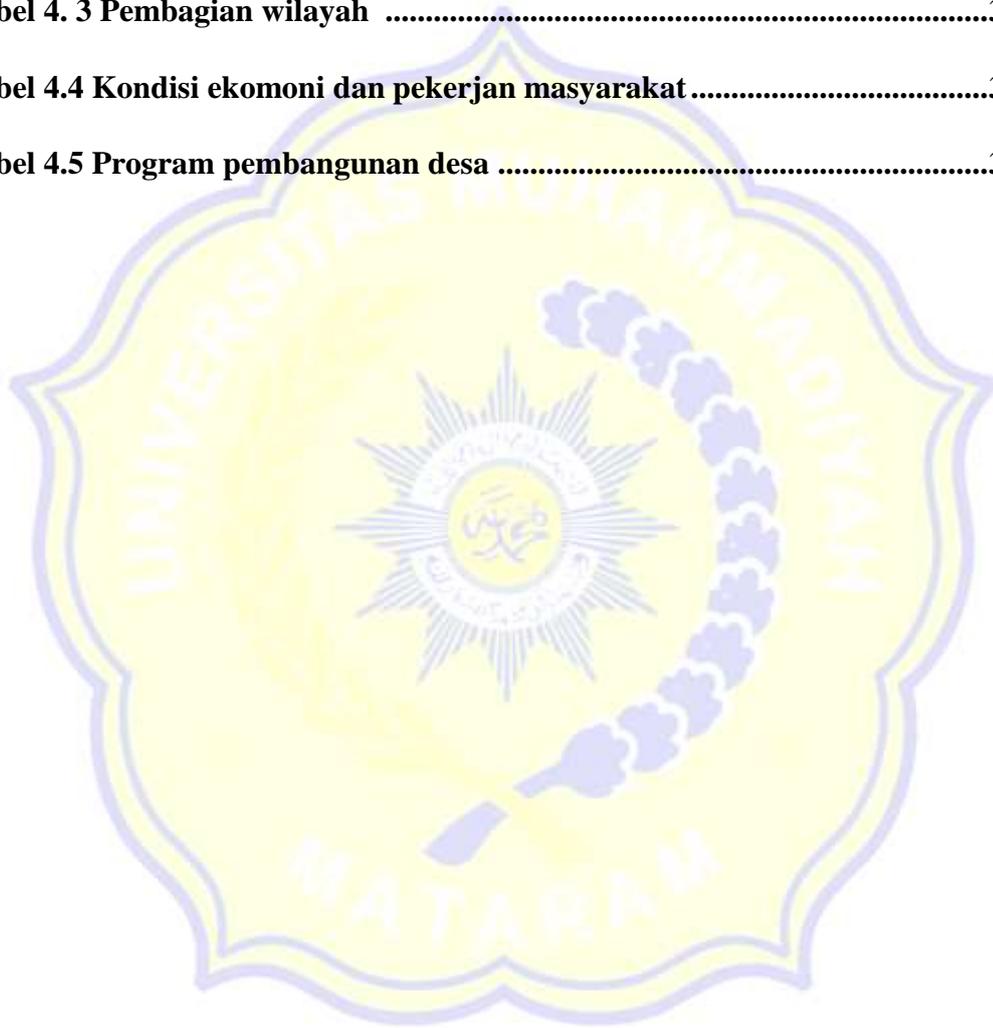
2.2.6. Pengembangan Pariwisata	15
2.3. kajian Teori Strategi	17
2.3.1. Pengertian Strategi	17
2.3.2. Jenis-Jenis Strategi	20
2.3.3. Peranan Strategi	23
2.3.4. Pengertian Strategi Manajemen	24
2.4. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Metode Penelitian	27
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.3. Metode penelitian informan	28
3.4. Jenis Data Dan Sumber Data	29
3.4.1. Jenis Data	29
3.4.2. Sumber Data	29
3.5. Tehnik Pengumpulan Data	30
3.6. Tehnik Analisa Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.1.1. Sejarah Desa Karampi	35
4.1.2. Demografi	35
4.1.1.1. Geografis	35
4.1.1.2. Klimatalogi	36
4.1.3. Jumlah Data Satuan Desa Karampi	36
4.1.4. Program Pembangunan	39
4.1.5. Struktur Pemerintah	42
4.1.6. Visi Dan Misi Desa Karampi	42
4.2. Hasil Pembahasan	44
4.2.1. Bagaimana Strategi pengembangan objek wisata	44
4.1.1.1. Strategi Pengelolaan Wisata	44
4.1.1.2. Strategi Promosi	48
4.2.2. Peran Masyarakat Dalam Mengembangkan Objek Wisata ...	49

BAB V PENUTUP	50
5.1. Kesimpulan	50
5.2. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	7
Tabel 3.1 data informan	27
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk	37
Tabel 4.2 Tingkat Pendidikan Masyarakat	37
Tabel 4. 3 Pembagian wilayah	38
Tabel 4.4 Kondisi ekomoni dan pekerjaan masyarakat	38
Tabel 4.5 Program pembangunan desa	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir	26
Gambar 4.1 Struktur pemerintah desa karampi	44



DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar responden
2. Pedoman wawancara
3. Dokumentasi
4. Surat izin penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara republik indonesia merupakan negara dengan sumber daya alam yang melimpah yang memiliki keaneragaman hayati dan potensi kekayaan sejarah dan warisan budaya. Berlimpahnya sumber daya alam dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat indonesia. Jika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik sesuai dengan konten atau minat yang paling menarik bagi masyarakat indonesia maka pemanfaatan sumber daya alam tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat indonesia khususnya di daerah wisata tersebut. (Arif muhamad 2017)

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaat sumber daya alam yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat indonesia khususnya masyarakat yang berada di suatu daerah yang mengelolah sumber daya alam yang menjadi suatu tempat wisata alam yang menarik bagi wisatawan. Selain meningkatkan ekonomi masyarakat pariwisata juga dapat meningkatkan rasa objek wisata bangga terhadap bangsa indonesia sehingga akan tumbuh masyarakat yang peduli terhadap suatu negara. Pariwisata merupakn hal menarik dan yang paling banyak diminati oleh setiap induvidu, karena dapat menghilangkan rasa lelah, bosan, kejenuhan dan mengembangkan kreativitas yang mampu menunjang produktivitas suatu induvidu.

Pariwisata berperan besar dalam pembangunan nasional karena selain menghasilkan pendapatan dan sekaligus menghasilkan devisa, sektor

pariwisata erat kaitannya dengan penanaman modal asing. Wisatawan yang datang ke Indonesia termasuk yang memiliki urusan bisnis dengan Indonesia (Maha Rani, 2014)

Di era globalisasi sekarang ini kemajuan dan perkembangan objek wisata sangat di perlukan karena bisa dijadikan sebagai prioritas utama untuk menunjang pendapatan masyarakat yang berada di daerah yang memiliki objek wisata tersebut. Hampir di seluruh daerah maupun provinsi dapat mengembangkan wisata dengan cara memperlihatkan keindahan dan keunikan budayanya masing-masing pada para wisatawan. Sektor pariwisata merupakan industri yang terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Sektor pariwisata juga bisa dijadikan pendorong utama untuk menubuhkan ekonomi masyarakat yang berada di sekitar objek wisata tersebut.

Industri pariwisata merupakan penggerak ekonomi yang diharapkan dapat beroperasi secara berkelanjutan melalui pengembangan pariwisata masyarakat. Dalam rangka melaksanakan pengembangan pariwisata rakyat, perlu diupayakan verifikasi daya tarik wisata yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan segenap anggota masyarakat di wilayah pariwisata tersebut. (Putra dan Pinata, 2010: Ayu Hari Nalayani, 2016)

Sebagai salah satu daerah yang memiliki aset wisata, Kabupaten Bima memiliki potensi wisata yang cukup beragam yang dapat memenuhi segala kebutuhan wisatawan. Jika potensi wisata dapat dikelola dengan baik oleh pihak yang bertanggungjawab maka ketertarikan wisatawan atau pengunjung

dapat berkembang pesat untuk berkunjung ke wisata tersebut. Salah satunya objek wisata pantai tanjung langgudu yang merupakan wisata pantai andalan pemerintahan kecamatan langgudu kabupaten bima.

Pengembangan potensi faktor wisata memerlukan banyak bidang dan faktor pendukung, salah satunya adalah kemudahan aksesibilitas fasilitas wisata tersebut atau sering disebut aksesibilitas, baik kemudahan aksesibilitas transportasi, telekomunikasi maupun informasi dalam rangka memenuhi segala kebutuhan pembangunan jalan (darat), pelayaran (sungai dan laut) penerbangan (transportasi udara) bukan hanya sebagai alternatif bisnis tetapi sebagai panduan tambahan, karena pergerakan barang dan orang antar wilayah memerlukan sarana dukung transportasi. (Magrib, 2009)

Sehingga dapat mengangakat perekonomian negara maupun provinsi, kota dan desa yang memiliki objek wisata. Apabila setiap objek wisata di kelola dengan baik oleh pemerintah maupun masyarakat yang berada di sekitar objek wisata tersebut. Pariwisata juga sudah di akui sebagai industri terbesar dari berbagai indikator pengembagan dunia khususnya di daerah yang memiliki potensi wisata yang bagus. Oleh karena itu banyak yang harus dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat indonesia untuk mengembangkan potensi wisata khususnya masyarakat di daerah yang memiliki potensi wisata yang bagus.

Hal ini juga dikarenakan sektor pariwisata sangatlah penting untuk meningkatkan dan mendorong perkembangan ekonomi masyarakat di suatu daerah yang memiliki potensi wisata yang bagus yang bisa di kunjungin oleh wisatawan.

Desa Karampi merupakan salah satu bagian dari provinsi NTB yang terletak di Bima tepatnya kabupaten Bima yang berada di Kecamatan Langgudu yang merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi wisata laut yang indah yaitu “pantai tanjung langgudu”. Selain memiliki potensi laut yang indah desa karampi juga memiliki penghasilan laut yang dapat di pasarkan di pasar.

Pantai tanjung langgudu terletak di Desa Karampi Kecamatan Langgudu Kabupaten Bima sekitar 1 jam dari Kota Bima dan dapat di tempuh menggunakan bot nelayan dalam waktu 20 menit. Kendala yang di hadapi oleh objek wisata pantai tanjung langgudu ini ialah kurangnya transportasi berupa perahu penumpang kapasitas besar, rusaknya jalan, kurangnya penunjuk arah jalan menuju objek wisata pantai tanjung langgudu dan tidak tersedianya jaringan internet.

Potensi yang dimiliki oleh pantai tanjung langgudu ini adanya salah satu gua peninggalan jepang atau biasa di kenal oleh orang Bima (karompo nipo) yang dapat menjadi faktor penunjang daya tarik untuk wisatawan berkunjung. Oleh karena itu di perlukan strategi yang matang dari pihak pemerintah desa dan masyarakat untuk mengembangkan objek wisata pantai tanjung langgudu sehingga dapat meningkatkan pendapat dan kesejahteraan desa.

Strategi perkembangan wisata merupakan satu kesatuan rencana utuh dan menyeluruh dan juga terpadu yang sifatnya dari pemerintah, swasta, masyarakat dan akademisi untuk menggali kendala, kondisi lingkungan

internal dan eksternal suatu daya tarik wisata sehingga menjadi daerah tujuan wisata yang layak untuk kemudian dikembangkan. (Kannom 2015).

Pengembangan pariwisata merupakan sesuatu bentuk usaha untuk pengembangan atau kemajuan suatu daya tarik wisata agar daya tarik wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik jika dilihat dari segi tempat dan objek di dalamnya, agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. (Barreto dan Giantara 2015:34)

Berdasarkan uraian di latar belakang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Tanjung Langgudu Kecamatan. Langgudu Kabupaten Bima”**

1.2. Rumusan masalah

Adapun rumusan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembanngan objek wisata pantai tanjung langgudu?
2. Apa saja peran masyarakat setempat dalam mengembangkan objek wisata pantai tanjung langgudu?

1.3. Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui Bagaimana strategi pengembanngan objek wisata pantai tanjung langgudu kab. Bima kec. Langgudu
2. Untuk mengetahui apa saja peran yang dilakukan masyarakat setempat dalam mengembangkan objek wisata pantai Tanjung Langgudu kab. Bima kec. Langgudu

1.4. Manfaat penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis

1.4.1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini semoga bisa memberi pengetahuan kepada penelitian agar dapat mendukung ilmu pengetahuan sebagai masukan untuk mendukung peneliti dan pihak lain yang berkepentingan dalam bidang penelitian yang sama.

1.4.2. Praktis

a. Bagi pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan pemerintah Kabupaten Bima Kecamatan Langgudu dalam menentukan kebijakan yang pas dalam “Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Tanjung Langgudu”

b. Bagi masyarakat

Diharapkan semoga dapat memperkaya ilmu dan menubuhkan kesadaran akan pentingnya “Strategi pengembangan objek wisata pantai tanjung langgudu”

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Nama peneliti	Judul penelitian	Masalah	Metode penelitian	Hasil Penelitian
Arfian 2017	Menganalisis strategi perkembangan pariwisata bandar lampung untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD)	Kurangnya kerja sama antar dinas pariwisata kota bandar lampung dengan pemerintah setempat	Metode penelitian ini menggunakan metode fields reseacrh penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan	Hasil dari penelitian ini upaya mengembangkan pariwisata yang di lakukukan oleh dinas pariwisata kota bandar lampung dapat dikatakan belum ada objek wisata yang di kelola secara mandiri oleh dinas pariwisata melainkan di kelola secara pribadi oleh pamarintah dan masyarakat setempat.
Muhammad Arif Alexander Syam 2017	Strategi pengembangan objek wisata pantai	Kurang terawatnya fasilitas umum,	Metode penelitian ini yang digunakan	Temuan penelitian menunjukkan strategi

	sumedang di kacamatan ranah pesisir kabupaten esisir selatan	belum tersedianya prasaranan objek wisara dan masyarakat belum sadar wisata	deskriptif kualitatif	pengembangan objek wisata pantai sumedang di kecamatan ranah pesisir, Kabupaten pesisir selatan adalah 1) melakukan pemberdayaan, penyuluhan agar menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya masyarakat Sadar Wisata, 2) melakukan koordinasi dengan pihak Swasta untuk menanamkan modal 3) mengembangkan atraksi pariwisata, 4) memperbaiki dan mengadakan
--	--	---	--------------------------	---

				fasilitas sarana prasarana objek wisata 5) membangun dan mengadakan Aksesibilitas pariwisata
Fitra delita 2012	analisis swot untuk strategi pengembangan obyek wisata pemandian mual mata kecamatan pematang bandar kabupaten simalungun	Belum adanya prasaranan seperti akses jalan, alat angkat dan saranan akomandasi lainnya	Metode penelitian ini yang digunakan deskriptif kualitatif	hasil penelitian strategi pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan

				wisata.
Martinah 2021	Strategi perkembangan objek wisata pantai tanjung langgudu kecamatan langgudu kabupaten bima	kurangnya transportasi berupa perahu penumpang kapasitas besar, rusaknya jalan, kurangnya penunjuk arah jalan menuju objek wisata pantai tanjung langgudu dan tidak tersedianya jaringan internet.	Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Hasil temuan yang telah di temukan bahwa strategi yang dapat digunakan oleh pemerintah desa dalam Pengembangkan objek wisata di tanjung langgudu ada beberapa strategi yaitu melalui strategi pengelolaan wisata, strategi promosi atau pemasaran. Sedangkan peran masyarakat dalam mengembangkan objek wisata adalah pariwisata. 1). Membentuk usaha patungan dengan pihak swasta, di mana masyarakat setempat

				<p>menyediakan tempat dan pelayanan, sedangkan pihak swasta menangani pemasaran produk dan pengelolaan usaha. 2). Ikut serta melestarikan atau menjaga tempat wisata yang ada di dengan cara melakukan promosi, menjaga kebersihan dan kenyamanan para wisatawan.</p>
--	--	--	--	---

(Tabel 1. Penelitian Terdahulu)

2.2. Kajian Teori Pariwisata

2.2.1. Pengertian Pariwisata

Dalam teori dan pandangan A.J Burkat dalam Damanik (2006), pariwisata itu adalah perpindahan orang untuk sementara waktu dalam jangka pendek ke tempat tujuan di luar tempat biasanya mereka tinggal dan bekerja, serta kegiatan selama mereka tinggal di tempat tujuan. Pariwisata adalah kegiatan memindahkan orang untuk sementara waktu dari rumah

dan tempat kerjanya dan melakukan kegiatan di tempat tujuan serta menyiapkan fasilitas, memuaskan kebutuhan mereka, dan atau hasrat kebahagiaan mereka.

Youti, Oka A. (1991:103) menjabarkan pariwisata sebagai sebuah kata yang berasal dari dua asal yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* bisa diartikan berkali-kali atau berputar-putar, sedangkan pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau perjalanan, yang dalam hal ini sinonim dengan kata “reavel” dalam bahasa ingris. Maka dari pemahaman tersebut itu kata ‘pariwisata’ dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan terminologi “tour”.

2.2.2. Bentuk-bentuk pariwisata

Menurut muljadi (2009), pariwisata diklafikasikan ke dalam beberapa bentuk, yaitu:

- a. Pariwisata berdasarkan jumlah orang yang berpergian
 1. Individual /perseorangan (individual tourism), ialah ketika seseorang atau sekelompok orang melakukan perjalanan wisata sendiri dan memilih tujuan dan program wisata dan pelaksanaannya dilakukan oleh mereka secara mandiri.
 2. Kolektif (*collective tourism*), ialah perusahaan perjalanan yang menjual paket kepada siapa saja yang berminat, dengan kewajiban membayar sejumlah uang yang telah ditentukan.

b. Pariwisata berdasarkan motivasi perjalanan

1. Wisata Rekreasi adalah suatu bentuk wisata rekreasi dalam rangka memperoleh kembali kesegaran jasmani dan rohani serta menghilangkan kepenatan.
2. Wisata menikmati perjalanan (pleasure tourism) adalah suatu bentuk wisata yang dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan rumah untuk berlibur, mencari udara segar untuk memuaskan rasa ingin tahunya, menikmati hiburan dan lain-lain.
3. Wisata budaya adalah bentuk wisata yang dicirikan oleh rangkaian motivasi seperti keinginan untuk mengetahui adat istiadat dan cara hidup masyarakat dari negara lain, studi/penelitian penemuan, mengunjungi tempat-tempat peninggalan sejarah dan lain-lain..

2.2.3. Jenis-jenis Pariwisata

Ismayanti (2010) menggambarkan pariwisata dan membaginya berdasarkan jenis-jenis pada objek wisatanya, pembagian tersebut menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Wisata pantai adalah kegiatan wisata yang mengandalkan sarana dan prasarana untuk berenang, memancing dan olahraga air lainnya, seperti sarana dan prasarana akomodasi makanan dan minuman.
- b. Wisata etnik adalah perjalanan mengamati wujud budaya dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
- c. Wisata cagar alam adalah wisata yang dikaitkan dengan kecintaan terhadap keindahan alam, kesegaran udara di pegunungan, keajaiban

kehidupan satwa langka (satwa liar) dan tumbuhan yang jarang ditemukan di tempat lain.

2.2.4. Pengertian Kepariwisataan

Sesuai dengan undang-undang nomor 10 tahun 2009 bab 1 pasal 4 pengertian menyatakan bahwa kepariwisataan mengacu pada kegiatan global yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai manifestasi dari kebutuhan setiap orang dan negara, serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat..

Pendit (2003: 33) memaparkan teorinya tentang industri pariwisata sebagai sesuatu yang juga dapat secara langsung untuk mendukung pengembangan atau pemajuan pelabuhan (laut dan udara), jalan, transportasi lokal, rencana kebersihan atau kesehatan, proyek percontohan budaya dan kelestarian lingkungan. Semua ini dapat membawa manfaat dan kesenangan bagi orang asing dan wisatawan di daerah yang terkena dampak. Pariwisata juga dapat mendorong negara maju dan berkontribusi dalam pelaksanaan proyek pembangunan di berbagai sektor, terutama pada bidang dan sektor pariwisata lainnya.

2.2.5. Objek dan Daya Tarik Wisata

Chaifid Fandell (2000:58) memaparkan teronya tentang objek wisata sebagai sebuah perwujudan ciptaan manusia, cara hidup, seni, budaya, sejarah bangsa dan tempat atau kondisi alam yang menarik wisatawan untuk berkunjung.

Mappi Sammeng Andi (2001:30) menjabarkan wisata sebagai sesuatu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan sementara dalam rangka mengunjungi fasilitas dan daya tarik wisata.

Objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata (Nyoman S. Pendit, 2002:14) Sedangkan menurut Gamal Suwantor (2004: 19), daya tarik wisata adalah potensi yang dimiliki destinasi sehingga wisatawan menjadi berminat untuk hadir di suatu daerah tujuan wisata dimaksud.

2.2.6. Pengembangan Pariwisata

Gamal Suwantoro memiliki pendapat bahwa pembangunan adalah bergerak maju dan memperbaiki atau menyempurnakan sesuatu yang sudah ada untuk mengembangkan produk dan jasa yang berkualitas, seimbang dan inkremental. Menurut Gamal Suwantoro (1997:56) Saptak kebijaksanaan pengembangan pariwisata didalam bukunya yaitu:

1. Promosi

Promosi wisata harus dilaksanakan secara selaras dan terpadu, baik di dalam negeri maupun luar negeri.

2. Aksesibilitas

Merupakan salah satu aspek penting karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.

3. Kawasan pariwisata

Pengembangan kawasan pariwisata di maksudkan untuk:

- a. Meningkatkan peran serta daerah dan swasta dalam pengembangan pariwisata.
 - b. Memperbesar dampak positif pembangunan.
 - c. Mempermudah pengendalian terhadap dampak lingkungan.
4. Produk wisata

Upaya untuk menampilkan produk wisata yang bereaksi dan mempunyai kualitas daya saing yang tinggi.

5. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata.

6. Kampanye nasional sadar wisata

Kampanye Sadar Wisata Nasional pada hakikatnya merupakan upaya untuk mensosialisasikan Sapta Pesona, yaitu menjaga kedisiplinan bangsa dan menjadi bangsa Indonesia sendiri melalui kegiatan kepariwisataan.

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu cara untuk menarik pengunjung, hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangannya (Yoeti, 1987:2-3) :

Spillane (1994:132) menyebutkan ada terdapat beberapa unsur dalam menentukan hubungan antara pariwisata dan pembangunan ekonomi, yaitu: a) jenis pariwisata, b) struktur perekonomian nasional, c) hubungan antara pergerakan modal dan migrasi tenaga kerja. Secara umum, pariwisata dipersepsikan sebagai suatu kegiatan yang memiliki multidimensi dari

sejumlah proses pembangunan. Pengembangan usaha pariwisata meliputi aspek sosial budaya, ekonomi dan politik.

2.3. Kajian Teori Strategi

2.3.1. Pengertian Strategi

David (2004) menyebut strategi sebagai sesuatu atau sebuah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat berbentuk ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, rasionalisme karyawan, diversifikasi, likuiditas. Menurut Salusi dan Young (2015), strategi adalah seni menggunakan kemampuan dan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan..

Sebagai salah seorang dari pakar pemasaran sekaligus konsultan manajemen yang sudah tersohor dan juga sebagai penulis buku *The End Of Nasution State*, Kurniawan dan Hamdani, (2000) menyatakan istilah strategi sebagai keunggulan kompetitif untuk mengubah kekuatan perusahaan sehingga sebanding atau melebihi kekuatan pesaing dengan cara yang lebih efisien atau minimum.

Gerry Jhonson dan Kevan Scholes (Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini 2006:18) berpendapat bahwa strategi dikatakan sebagai panduan arah utama dan ruang lingkup jangka panjang organisasi untuk memperoleh manfaat dari perubahan konfigurasi sumber daya lingkungan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan harapan berbagai pihak di dalam sebuah organisasi atau kelompok usaha.

Glueck dan Jauch (Sedarmayanti, 2014) mengemukakan pendapatnya tentang strategi, ia menyatakannya sebagai rencana terpadu, luas dan terpadu yang menggabungkan manfaat strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui implementasi organisasi yang tepat.

Hax dan Majluf (1991) dalam teorinya pernah mencoba menawarkan rumusan dengan jalan konferensi mengenai strategi yakni:

- 1) Strategi adalah pola pengambilan keputusan yang konsisten, terpadu dan integral
- 2) Strategi menentukan dan menyajikan tujuan organisasi dalam hal tujuan jangka panjang, program aksi dan prioritas alokasi sumber daya.
- 3) Strategi untuk memilih bidang di mana organisasi akan bekerja
- 4) Mencari keuntungan jangka panjang dengan memberikan respon yang tepat terhadap peluang dan ancaman serta lingkungan eksternal organisasi beserta kekuatan dan kelemahannya.

Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn, dan Sumantra Ghoshal (2003) dalam buku *The Strategi Process*, menguraikan lima pendefinisian strategi, yakni:

1. Strategi sebagai rencana

Strategi ialah rencana yang dipikirkan dengan matang yang mencakup tindakan, instruksi (atau pedoman yang ditetapkan) tentang cara menangani sesuatu. Menurut definisi ini, strategi memiliki dua

karakteristik penting; dikembangkan sebelum tindakan diambil, dan juga dikembangkan secara sadar dan juga terencana. Sebagai sebuah rencana, strategi berfokus pada bagaimana pemimpin menetapkan arah bagi organisasi berdasarkan tindakan yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Strategi sebagai taktik

Taktik, Strategi dapat membawa kita ke dalam ranah persaingan secara langsung, di mana ancaman dan trik serta berbagai manuver lainnya bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempatkan proses pembuatan strategi ini di lingkungan yang paling dinamis, dengan gerakan yang provokatif, dan sebagainya. Ironisnya, strategi itu sendiri merupakan sebuah konsep yang tidak berakar pada perubahan, tetapi pada stabilitas dalam menetapkan rencana dan formula yang telah ditetapkan.

3. Strategi sebagai pola

Akan tetapi apabila strategi itu dimaksudkan (baik sebagai rencana umum atau trik khusus), tetapi juga dapat diimplementasikan. Dengan kata lain, mendefinisikan strategi sebagai rencana saja tidak cukup; kita juga membutuhkan definisi yang mencakup perilaku yang dihasilkan. Dengan demikian, definisi ketiga diusulkan: strategi adalah pola - khususnya formula dalam aliran tindakan.

Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal (2003) mengatakan alasan ini adalah kutipan dari seorang manajer bisnis; "Secara bertahap, pendekatan yang berhasil diintegrasikan ke dalam model tindakan yang menjadi strategi kami. Kami tidak memiliki strategi keseluruhan.

"Komentar ini tidak konsisten, dan jika kita membatasi diri pada satu definisi strategi, orang itu tampaknya mengatakan bahwa perusahaan memiliki strategi sebagai model, tetapi bukan rencana.

2.3.2. Jenis-jenis Strategi

Di dalam buku Konsep Manajemen Strategis, David (Guswan 2015:16) menjelaskan bahwa ada terdapat beberapa model dan jenis alternatif strategi, yaitu:

a. Integrasi

Strategi integrasi ialah sebuah jenis strategi yang akan memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan kendali atas distributor, pemasok, dan pesaing. Jenis integrasi adalah sebagai berikut:

1. Integrasi ke depan

Integrasi ke depan ialah jenis integrasi yang melibatkan pencarian kepemilikan ataupun kontrol yang lebih besar atas distributor ataupun pengecer.

2. Integrasi ke belakang

Integrasi terbalik ialah jenis integrasi yang mencari kepemilikan ataupun kontrol yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

3. Integrasi horizontal

Integrasi horizontal ialah jenis yang mencari kepemilikan ataupun kontrol yang lebih besar ke atas pesaing Strategi Intensif.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif ialah jenis strategi yang memerlukan upaya intensif untuk meningkatkan posisi bersaing perusahaan dengan produk yang saat ini tersedia.

1. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar ialah jenis strategi yang berupaya meningkatkan pangsa pasar untuk produk ataupun layanan yang tersedia di pasar saat ini, melalui usaha dan upaya pemasaran yang jauh lebih besar.

2. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar ialah jenis strategi yang memperkenalkan produk ataupun layanan saat ini ke wilayah geografis baru ataupun wilayah jangkauan konsumen baru.

3. Pengembangan produk

Pengembangan produk ialah jenis strategi yang berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan produk ataupun layanan yang ada dan yang sudah ada ataupun dengan mengembangkan jenis produk ataupun layanan baru.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi ialah jenis strategi di mana perusahaan bertindak dengan menambahkan produk ataupun layanan baru untuk membantu meningkatkan jumlah ataupun porsi penjualan perusahaan.

1. Diversifikasi terkait

Diversifikasi terkait ialah jenis strategi di mana perusahaan menambahkan jenis produk ataupun jenis layanan tetapi masih terkait dengan produk ataupun layanan perusahaan yang sebelumnya tersedia.

2. Deversifikasi tidak terkait

Diversifikasi tidak terkait ialah jenis strategi di mana perusahaan menambahkan produk ataupun layanan baru yang sama sekali tidak terkait dengan lini bisnis perusahaan.

Jenis-jenis strategi yang diusulkan oleh Stephen P. Robbins dan Mary Colter dalam buku Manajemen yang mengelompokkan jenis-jenis strategi berdasarkan tingkatan organisasinya, yakni:

1) Strategi tingkat korporat, Strategi tingkat korporat berusaha menentukan apa yang harus dimasuki ataupun ingin dimasuki oleh perusahaan. Strategi aksi korporasi menentukan arah kemana organisasi akan pergi dan peran yang akan dimiliki setiap unit bisnis organisasi dalam mengikuti arah tersebut. Ada tiga strategi utama perusahaan, yakni:

- a. pertumbuhan ialah strategi di tingkat perusahaan yang berupaya meningkatkan tingkat operasional organisasi dengan memperluas jumlah produk yang ditawarkan.
- b. Stabilitas ialah strategi di tingkat korporasi yang ditandai dengan tidak adanya perubahan yang signifikan. Contoh

strategi tersebut termasuk terus melayani pelanggan yang sama dengan menawarkan produk ataupun layanan yang sama, mempertahankan pangsa pasar, dan mempertahankan laba ke atas investasi organisasi.

- c. pemulihan ialah menciptakan strategi yang mengatasi kelemahan organisasi yang menyebabkan penurunan kinerja.

Ada dua jenis utama strategi pembaharuan :

- a) Pengurangan ialah strategi pemulihan jangka pendek yang digunakan dalam situasi di mana masalah kinerja tidak begitu serius.

Strategi pembalikan ialah strategi pemulihan untuk saat-saat ketika masalah kinerja organisasi menjadi serius.

- b) perusahaan, strategi tingkat perusahaan berusaha untuk menentukan bagaimana organisasi bersaing di setiap bisnisnya ataupun di setiap perusahaannya.

- c) fungsional, strategi tingkat fungsional mendukung strategi tingkat bisnis. Untuk organisasi yang memiliki departemen fungsional tradisional, misalnya manufaktur, pemasaran, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, dan keuangan, strategi ini harus mendukung strategi tingkat perusahaan.

2.3.3. Peranan Strategi

Dalam lingkungan organisasi ataupun perusahaan, strategi memegang peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan karena strategi

memberikan arah tindakan dan cara tindakan tersebut harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Sesra Budio 2019)

Menurut Grant 1999:21) strategi memiliki 3 peran penting dalam mengisi tujuan manajemen, yaitu:

1. Strategi sebagai pendukung keputusan strategis untuk sukses. Strategi ialah suatu bentuk ataupun teman yang menjamin suatu kesatuan hubungan antara keputusan yang dibuat oleh individu ataupun organisasi.
2. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi, Salah satu peran penting sarana koordinasi dan komunikasi ialah strategi yang memberikan arah bersama bagi perusahaan.
3. Dengan strategi sebagai tujuan, menggabungkan konsep strategis dengan misi dan visi untuk menentukan arah masa depan perusahaan.

2.3.4. Pengertian Strategi Manajemen

Irfan Fahmi (2015) dalam teorinya menyebut manajemen strategis diartikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan mempertimbangkan berbagai aspek, sehingga dampak dari rencana tersebut berdampak positif bagi organisasi dalam jangka panjang. Salah satu fokus kajian manajemen stratejik ialah berdampak pada implementasi konsep-konsep strategis perusahaan dalam jangka panjang ataupun berkelanjutan, termasuk dalam hal laba yang stabil.

Secara umum, ruang lingkup kajian manajemen strategis sangat luas, baik secara internal maupun eksternal. Namun secara umum, ruang lingkup studi manajemen didasarkan pada pengertian sebagai berikut, yakni:

- a. Kajian dan analisis dampak penerapan manajemen stratejik terhadap internal, khususnya continuous improvement perusahaan.
- b. Menyiapkan struktur manajemen strategis sebagai dasar pendirian perusahaan dalam mengambil setiap keputusan, terutama keputusan yang berkaitan dengan keuntungan dan ekspansi perusahaan. Artinya fokus kerja dalam realisasi kedua belah pihak mengacu pada konstruksi manajemen strategis.
- c. Kembangkan pengetahuan tentang manajemen strategis sebagai penjelasan untuk membangun berbagai rencana, termasuk rencana produksi, pemasaran, personel, dan keuangan.

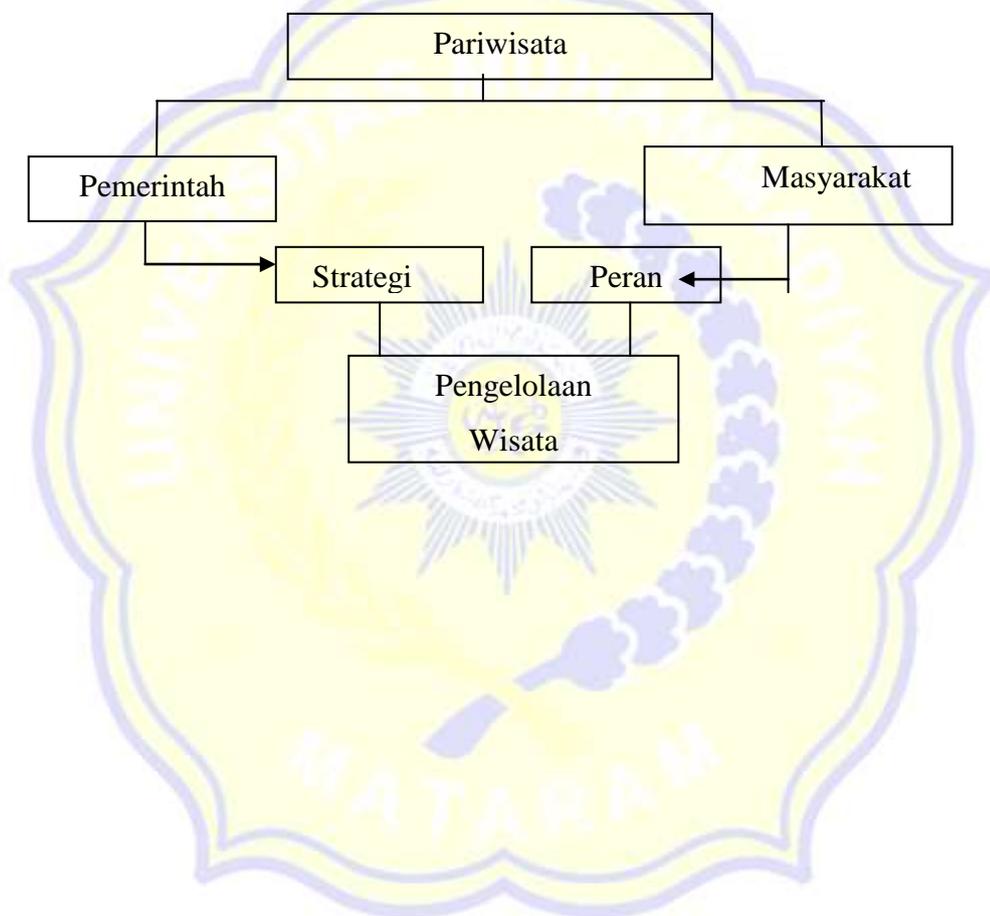
David (2009:5) memberi definisi manajemen strategis sebagai keputusan di tempat kerja yang membantu organisasi mencapai tujuannya; Seni implementasi dan evaluasi dan pengetahuan strategis. Manajemen strategis ialah tentang manajemen; Ekspansi pasar; Keuangan / Akuntansi; Produksi / operasi; Berfokus pada integrasi untuk penelitian dan pengembangan dan keberhasilan organisasi.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model strategi konseptual yang berkaitan dengan teori-teori yang dianggap penting untuk dipecahkan. Dalam hal ini mengacu pada tujuan penelitian. (Sugiyono 2014)

Kerangka berpikir digunakan sebagai dasar ataupun asas untuk mengembangkan berbagai ide dan teori dalam sebuah proyek penelitian. Kerangka berpikir merupakan penjelasan tentang apa yang menjadi objek permasalahan dan didasarkan pada hasil studi pustaka dan hasil penelitian yang relevan. “Strategi pengembangan objek wisata pantai tanjung Langgudu Kecamatan Langgudu Kabupaten Bima “

(Gambar 2.1 Kerangka Berpikir)



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Dalam pengkajian ini, kami memanfaatkan penilaian deskriptif kualitatif. Kajian kualitatif ialah jenis pengkajian yang mengungkap fakta, situasi, fenomena, variabel, dan situasi yang terjadi selama proses evaluasi dan menyajikannya dalam kalimat. Kriteria data dalam penilaian kualitatif ialah data pasti ataupun data yang benar-benar terjadi dan mengandung makna. Metode evaluasi ini dimanfaatkan untuk memperoleh data yang mendalam, yakni data yang mengandung makna. Mewakili data aktual, data eksplisit ialah nilai di balik data yang terlihat.

Oleh karena itu, pengkajian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Generalisasi dalam pengkajian kualitatif disebut dengan transferability, artinya hasil evaluasi dapat dimanfaatkan di tempat lain, selama tempat tersebut memiliki ciri-ciri yang tidak jauh berbeda.. (Sugiyono, 2018: 08- 09).

3.2. Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Karampi yang terletak di Kecamatan Langgudu Kabupaten Bima Jalan lintas Tente Karumbu. Alasan peneliti memilih penelitian di sini karena tempat ini merupakan kampung halaman peneliti.

Waktu penelitian pada bulan oktober sampai selesai. Dalam jangka waktu berbulan-bulan.

3.3. Metode Penelitian Informan

Menurut Sugiyono (2009:221), dalam pengkajian kualitatif, sampel ataupun pionir dapat memperoleh informasi yang paling banyak, sehingga yang menjadi sampel pionir harus memenuhi syarat-syarat yakni:

1. Menguasai ataupun memahami wisata di sepanjang Tanjung Langgudu, Kecamatan Langgudu, Kabupaten Bima.
2. Mereka yang terlibat ataupun berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata.
3. Orang yang punya cukup waktu untuk wawancara.

Demikian pula dalam pengkajian kualitatif tidak memanfaatkan istilah populasi, tetapi disebut oleh Spradley Suradyono sebagai “status sosial” ataupun status sosial, yang terdiri dari tiga unsur, tempat, partisipan, dan interaksi antar aktivitas. Situasi sosial ini dapat terjadi dengan keluarga dan aktivitas di rumah, orang mengobrol ataupun bekerja di sudut-sudut jalan di kota, desa, ataupun wilayah suatu negara. Situasi sosial misalnya ini dapat dikatakan sebagai objek kajian, untuk memahami “hal-hal” yang terjadi di dalamnya, peneliti dapat melihat lebih dalam aktivitas sesuai dengan kondisi sosial ataupun objek kajian, yakni aktivitas pariwisata, masyarakat (aktor).) di beberapa tempat. (Sugiyono 2013:18) menunjukkan situasi sosial berikut:

- a. Tempat
- b. Orang
- c. Aktivitas

Pengambilan informasi provider dapat dilakukan melalui teknik *purposeful sampling* yakni memilih sumber yang benar-benar mengetahui apa

yang terjadi di dalam dan di luar tempat wisata di Pantai Tanjung Langkudu sehingga dapat memberikan masukan dan saran yang benar. Pelapor dibedakan menjadi pelapor utama dan pelapor biasa. Pena pelapor utama ialah pelapor utama yang merupakan penanggung jawab Pemerintahan Objek Wisata Pantai Tanjung Langkudu di Desa Kalampi Kecamatan Langkudu Kabupaten Bima. Sedangkan informan yang dimanfaatkan dalam pengkajian ini ialah pemerintah, pengelola wisata dan masyarakat.

3.4. Jenis Data dan Sumber Data

1.4.1. Jenis Data

Jenis data dalam pelaksanaan penelitian pada dasarnya dibagi menjadi dua, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

- a. Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, skema dan gambar (sugiyono 2015)
- b. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkatkan (sugiyono 2015)

Adapun data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu data kualitatif.

1.4.2. Sumber data

Sumber data dalam pengkajian ini ialah sumber dari mana data itu diperoleh. Ada dua jenis sumber data menurut sifatnya, yakni:

- a. Data primer ialah data berupa ucapan ataupun lisan, gerak tubuh, ataupun perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dipercaya, dalam hal

ini subjek pengkajian (informan) yang terkait dengan variabel yang diteliti (Arikunto 2013:22).

- b. Data sekunder ialah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data tambahan yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan untuk melengkapi data primer (Sugiyono 2016:225).

3.5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi ialah pengamatan sistematis dan pencatatan unsur-unsur yang ada dalam gejala-gejala subjek. (widoyoko 2014: 46)

Pengkaji akan memanfaatkan teknik observasi untuk menentukan ruang lingkup strategis pengembangan Kabupaten Bima sebagai objek wisata di Pantai Tanjung Langkudu. Permasalahan yang diamati peneliti ialah kurangnya pemeliharaan fasilitas umum, belum tersedianya sarana dan prasarana wisata, tidak adanya jaringan internet, tidak bisa dijangkaunya akomodasi dan transportasi objek wisata di Pantai Tanjung Langkudu.

- b. Wawancara ialah pertemuan dua orang ataupun lebih untuk bertukar informasi ataupun ide dalam format tanya jawab yang bisa diringkas menjadi kesimpulan ataupun implikasi untuk topik tertentu. (Sugiyono 2015:72).

Dalam teori Esterberg (2002), ia mengusulkan beberapa jenis wawancara, yakni: wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur.

1. Wawancara struktural, Wawancara struktural bisa dimanfaatkan sebagai teknik pengumpulan data jika penelaah ataupun pengumpul data telah menentukan informasi apa yang akan didapatkan. Oleh karena itu, selama proses wawancara, pengumpul data menyiapkan alat penilaian berupa pertanyaan tertulis dan juga alternatif jawaban. Melalui wawancara terstruktur ini, setiap responden ditanyai pertanyaan yang sama dan juga data yang terkumpul dicatat. Dengan wawancara terstruktur ini, pengumpulan data juga bisa memanfaatkan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data. Agar setiap pewawancara memiliki keterampilan yang sama, pewawancara perlu dilatih. Selain membawa alat bantu sebagai pedoman wawancara saat melakukan wawancara, pengumpul data bisa memanfaatkan alat bantu misalnya tape recorder, gambar, manual dan juga bahan untuk membantu proses wawancara berjalan dengan lancar.

2. Wawancara semi-terstruktur Jenis wawancara ini termasuk dalam kategori wawancara departemen dan juga sebenarnya lebih independen dari wawancara terstruktur. Tujuan dari jenis wawancara ini ialah untuk membuka masalah secara lebih terbuka dan juga untuk menanyakan pendapat dan juga pemikiran responden. Saat melakukan wawancara, reviewer hanya boleh membawa panduan wawancara, dan juga reviewer hanya mendengarkan dengan seksama dan juga memperhatikan perkataan reporter.

3. Wawancara tidak terstruktur (unstructured interview) Wawancara tidak terstruktur ialah wawancara mandiri. Reviewer tidak memanfaatkan

panduan wawancara terstruktur dan juga sistematis untuk mengumpulkan data. Pedoman wawancara yang dimanfaatkan hanyalah gambaran umum dari pertanyaan yang diajukan.

1. Dalam pengkajian ini, penulis memanfaatkan teknik wawancara mendalam/semi terstruktur sesuai teori pengkajian Moleong (2005:186)
2. Wawancara mendalam mengacu pada proses menggali secara mendalam, terbuka, dan juga independen dari informasi yang ada di rumusan masalah, fokus pengkajian, dan juga fokus studi. Dalam hal ini, metode wawancara dilakukan melalui daftar pertanyaan yang telah sebelumnya dipersiapkan.

Dari teknik wawancara yang diajukan, pengkaji memanfaatkan teknik wawancara mendalam, karena percakapan dilakukan oleh kedua belah pihak (yaitu wawancara yang mengajukan pertanyaan dan memberikan sumber jawaban) untuk menganalisa strategi pengembangan Objek Wisata Pantai Tanjung Lenggudu Kecamatan Lenggudu Kabupaten Bima.

- c. Dokumentasi ialah metode yang dimanfaatkan untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, alfanumerik dan gambar, berupa laporan dan informasi yang bisa menunjang penelitian. (sugiyono 2018:476)

3.6. Teknik Analisis Data

Untuk kegiatan menganalisis semua data pengkajian yang telah terkumpul, pengkaji memanfaatkan metode deskriptif untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh subjek pengkajian dengan cara mendeskripsikan ataupun menggambarkan keadaan sebenarnya dari subjek pengkajian melalui metode kualitatif.

Menurut teori Sugiyono (2018), analisis data ialah proses mencari dan juga mengorganisasikan secara sistematis data yang didapatkan dari wawancara, catatan lapangan, dan juga dokumen dengan cara mengelompokkan, menguraikan ke dalam satuan-satuan, mensintesis, mengorganisasikan ke dalam pola-pola, dan juga memilih mana yang akan digunakan. dan juga akan mempelajarinya serta menarik kesimpulan agar mudah dipahami oleh diri sendiri dan juga orang lain.

Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2018), kegiatan dalam analisis data kualitatif bersifat interaktif dan terjadi terus menerus hingga selesai sehingga data mencapai jarak tertentu. Kegiatan analisis data ialah: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/validasi.

a. Reduksi data (data reduction)

Reduksi data ialah tentang meringkas, memilih poin utama, memfokuskan pada hal-hal penting, menemukan tema dan juga pola, dan juga membuang yang tidak perlu. Jumlah data yang didapatkan di lapangan sangat banyak dan juga perlu dicatat secara teliti dan juga detail.

b. Penyaji Data (data display)

Penyajian data biasanya berupa deskripsi singkat, hubungan antar kategori, dan juga bahkan lainnya. Miles, dan juga Hibermann (Sugiyono, 2018: 249) berpendapat bahwa teks naratif paling sering dimanfaatkan untuk menampilkan data dalam pengkajian kualitatif.

c. Verification (conclusion drawing)

Data yang didapatkan kemudian dikategorisasikan. Temukan topik dan juga pola, lalu tarik kesimpulan. Kesimpulan awal masih tentatif dan juga akan berubah jika tidak ada bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data selanjutnya.

