

SKRIPSI

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PARIWISATA DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK) MANDALIKA KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



Oleh

MARIYANTI
NIM: 218120114

**PRORAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI ENTERPRENEUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PARIWISATA DI KAWASAN EKONOMI
KHUSUS (KEK) MANDALIKA KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

Disusun dan diajukan oleh :

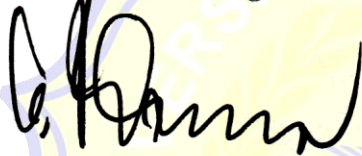
MARIYANTI
Nim. 218120114

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Telah memenuhi syarat dan disetujui


Mataram, 2022

Pembimbing I



Drs. Abdurrahman, MM
NIDN: 0804116110

Pembimbing II



Alfian Eikman, S.Sos., MA
NIDN : 0803048303

Mengetahui,
**Ketua Program Studi
Administrasi Bisnis**



Lalu Hendra Manza, S.Sos., M.M
NIDN: 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PARIWISATA DI KAWASAN EKONOMI
KHUSUS (KEK) MANDALIKA KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

Disusun Dan Diajukan Oleh

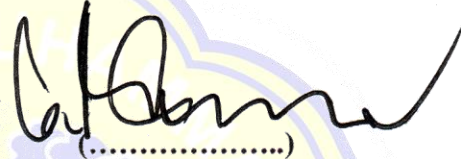
MARIYANTI
NIM : 218120114

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Telah Dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Pada Tanggal 5 Agustus 2022 Dan Dinyatakan
Telah Memenuhi Syarat Kelulusan

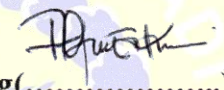
1. **Drs. H Abdurrahman,MM**
NIDN.0804116101

Tim Penguji
Penguji Utama



2. **Alfian Eikman, S.Sos., MA.**
NIDN.0802048008

Penguji Pendamping



3. **Amin Saleh,S.Sos.,M.I.Kom.**
NIDN. 0831128310

Penguji Netral



Mengesahkan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan

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

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Mariyanti

NIM : 218120114

Dengan Ini Saya Menyatakan Bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), Baik di tingkat Universitas 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, 5 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Mariyanti
Nim. 218120114



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 : MARIYANTI
NIM : 218120114
Tempat/Tgl Lahir : LOPOK .03 MARET 1999
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : FISIPOL
No. Hp : 082341491059
Email : maryanti.yusuf228@gmail.com

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

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PARIWISATA DI KAWASAN
EKONOMI KHUSUS (KEK) MANDALIKA KABUPATEN COMBOK
TENGAH

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 40%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih 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, 5 September 2022
Penulis



MARIYANTI
NIM. 218120114

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 : MARIYANTI
NIM : 218120114
Tempat/Tgl Lahir : LOPOK . 03 MARET 1999
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 0823 9149 1089
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:

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PARAWISATA DI KAWASAN
EKONOMI KHUSUS (KEK) MANDALIKA KABUPATEN
LOMBOK TENGAH

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

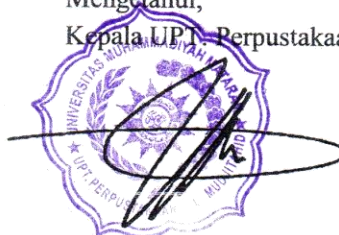
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 5 September 2022
Penulis



MARIYANTI
NIM. 218120114

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



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

MOTTO

Banyak anak muda yang aslinya cerdas menjadi murid terbelakang

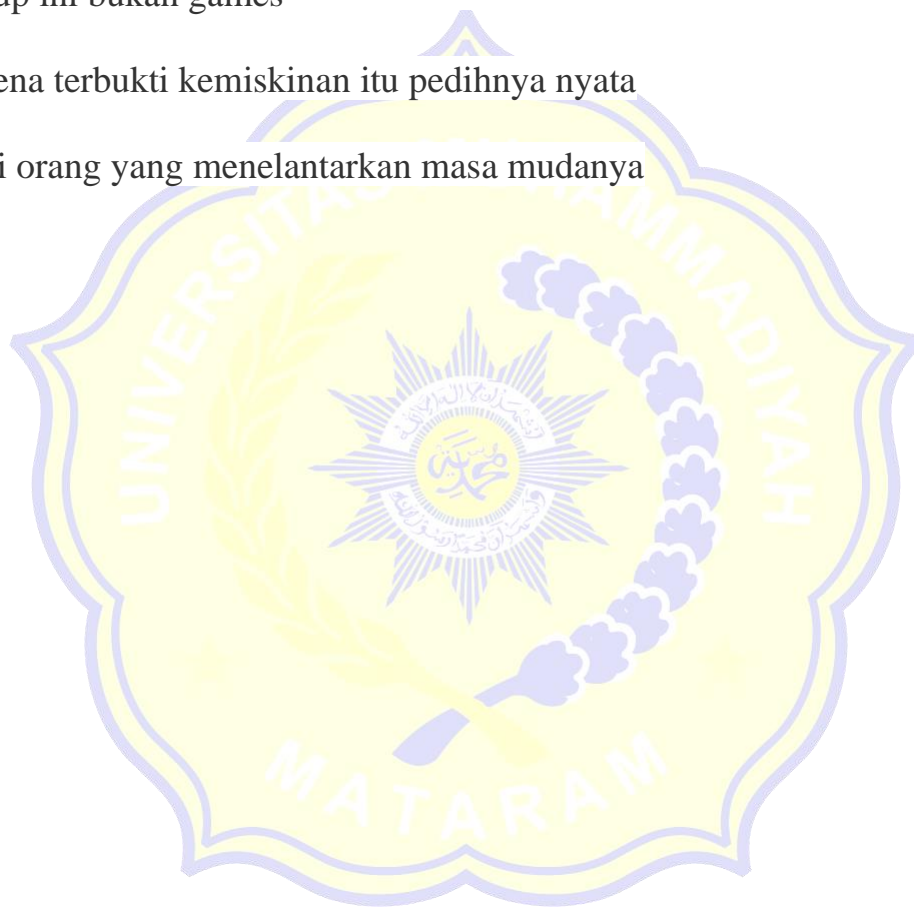
Karena kesukaan yang berlebihan untuk main games

INGAT...

Hidup ini bukan games

Karena terbukti kemiskinan itu pedihnya nyata

Bagi orang yang menelantarkan masa mudanya



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, ayahanda tercinta (M Yusuf), dan Ibunda tersayang (Bidara), yang selalu memberikan do'a, dukungan serta menjadi penyemangat terhebat selama peneliti menyusun Karya Ilmiah ini (Skripsi).
2. Saudara-saudara saya, yang selalu memberikan motifasi, semangat dan membantu peneliti baik moril maupun materi dalam proses perjalanan akademik peneliti sampai pada penyusunan Karya Ilmiah ini (Skripsi).
3. Untuk Orang yang spesial bagi saya (Yusifar Fathana Saputra) yang selalu memberikan motifasi semangat dan dukungan dalam membantu peneliti baik moril maupun materi dalam proses perjalanan akademik peneliti sampai pada penyusunan Karya Ilmiah ini (Skripsi).
4. Untuk Sehabat-sahabatku yang selalu memberikan motifasi semangat dan dukungan dalam membantu penelitian baik moril maupun materi dalam proses perjalanan akademik penelitian sampai pada penyusunan Karya Ilmiah ini (Skripsi.)
5. Seluruh Teman-Teman Se angkatan, terutama jurusan Ilmu Adminitrasi Bisnis angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat dan mengisi hari-hari peneliti menjadi menyenangkan semasa kuliah di universitas muhammadiyah mataram.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya saya masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PARIWISATA DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK) MANDALIKA KABUPATEN LOMBOK TENGAH” dapat di selesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan penelitian guna mendapatkan Gelar Sarjana S1 Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Pada kesempatan ini pula, saya sampaikan terimakasih kepada semua pihak, dan teman-teman memberikan saran yang sangat berharga. Akhir kata, semoga segala upaya yang penulis lakukan dapat bermanfaat bagi para pembaca skripsi ini.

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. Selaku Dekan Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM Selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Drs. Abdurrahman, MM selaku Dosen pembimbing I atas bimbingan, saran dan dukungannya.
5. Bapak Alfian Eikman, S.Sos., MA selaku Dosen pembimbing II atas bimbingan, saran dan dukungannya.
6. Orang Tua Tercinta, yang selalu memberikan Do'a, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.

7. Kepada semua pihak yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam proses penyelesaian dan penyusunan Skripsi ini.

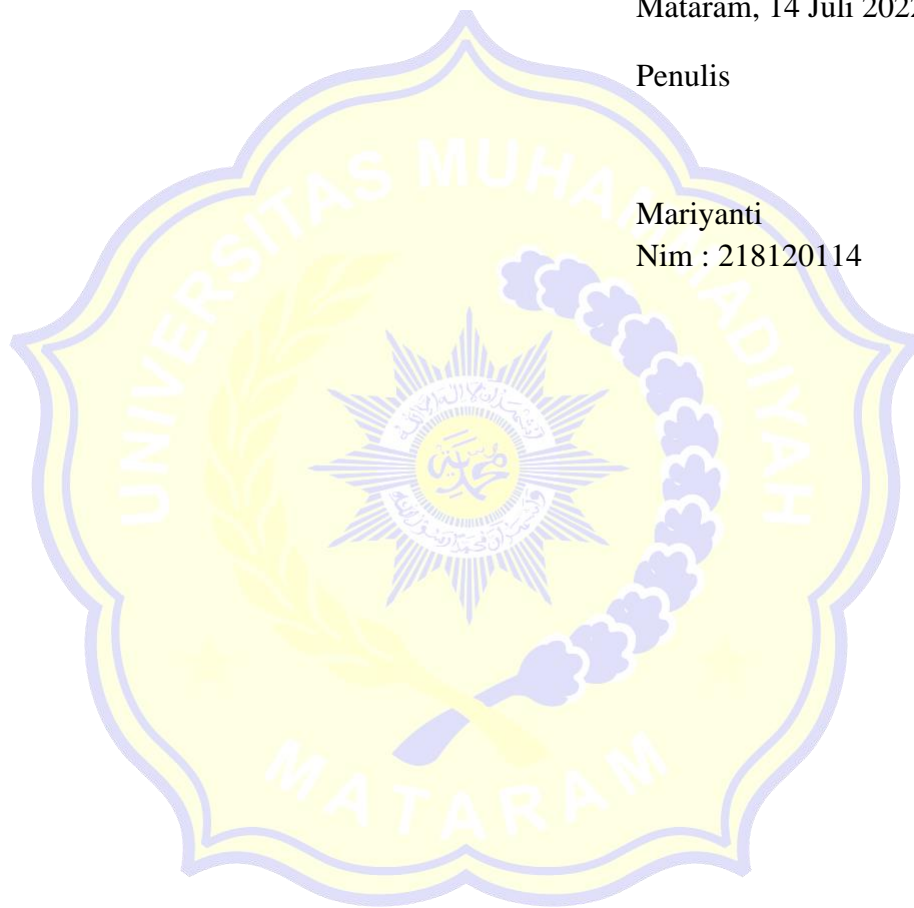
Diantara kelebihan dan kekurangannya, Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Mataram, 14 Juli 2022

Penulis

Mariyanti

Nim : 218120114



**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PARIWISATA DI KAWASAN
EKONOMI KHUSUS (KEK) MANDALIKA
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

**Maryanti¹, Drs. Abdurrahman, MM², Alfian Eikman, S.Sos., MA³
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram**

ABSTRAK

Destinasi wisata yang mempresentasikan cagar infrastruktur Negara, mempunyai keunggulan membantu menopang perekonomian nasional yang membantu roda perputaran ekonomi. Saat ini pemerintah memprioritaskan Pariwisata di Indonesia agar lebih berkembang. Berbagai konsep yang matang akan dicanangkan pemerintah, harapan pemerintah untuk pariwisata di Indonesia ditiap tahun semakin maju dan lebih banyak menarik wisatawan manca Negara maupun domestik. Dibuktikan dengan adanya hasil data bukti menunjukkan wisatawan yang meningkat pada bulan Januari 2020. Tingkat jumlah kunjungan wisatawan manca negara maupun wisman ke Indonesia mengalami peningkatan sebesar 5,85 persen dibandingkan pada jnuari 2019.(Badan Pusat Statistik ataubps.go.id diakses pada Jumat 19 Maret 2021pukul 15:42) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu (Sugiono, 2014: 2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah dan sering juga disebut interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi data yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan obyek penelitian atau hasil penelitian. Teknik deskriptif yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melalukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiono, 2012: 29).Berdasarkan potensi dan keunggulannya, PT Pengembangan Pariwisata Indonesia (Persero) mengusulkan pembentukan KEK Mandalika, yang dimana memiliki konsep pengembangan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan pembangunan obyek-obyek wisata dan daya tarik wisata yang selalu berorientasi kepada kelestarian nilai dan kualitas lingkungan hidup yang ada di masyarakat.Menurut peneliti, dari hasil penelitian di atas menunjukan bahwa strategi dan potensi yang dikembangkan dalam pengembangan bisnis pariwisata di Kabupaten Lombok Tengah khususnya KEK Mandalika cukup evektif dalam pengembangan pariwisata bagi KEK Mandalika. Dapat dilihat dari beberapa potensi yang di tawarkan oleh ITDC selaku pengurus KEK Mandalika kepada investor untuk menamkan modal dalam pengembangan KEK itu sendiri.

Kata Kunci : Analisis, Mandalika, Lombok Tengah

ANALISIS OF TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT IN THE SPECIAL ECONOMIC ZONE OF THE MANDALIKA SEZ IN CENTRAL LOMBOK

**Mariyanti¹, Drs. Abdurrahman, MM², Alfian Eikman, S.Soss., M.A³
Student¹, First Consultant², Second Consultant³
Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political
Science
Muhammadiyah University of Mataram**

ABSTRACT

Tourist destinations representing the State's infrastructure reserves have the advantage of helping to support the national economy, allowing the wheels of economic rotation. The government has prioritized tourism to help Indonesia become more developed. The government will introduce several advanced concepts. The government expects that Indonesian tourism will improve annually and draws domestic and international visitors. It is evidenced by the results of evidence data showing an increase in tourists in January 2020 Compared to January 2019. There have been 5.85% more visits from domestic and foreign tourists to Indonesia. (Central Statistics Agency or bps.go.id access on March 19, 2021, 15:42). The descriptive qualitative approach is adopted in this study. Because they are used in natural settings and are frequently referred to as interpretive, qualitative research methods are also known as naturalistic research methods. In the end, the research data is more aesthetically pleasing to interpret than the data gathered in the field. This study uses a descriptive methodology to describe the research subject or findings. Based on its potential and advantages, PT Pembangunan Wisata Indonesia (Persero) proposes the establishment of SEZ Mandalika, which has the concept of developing environmentally friendly tourism with the development of tourist objects. Tourist attractions are constantly focused on preserving the worth and calibre of the local environment. The researcher asserts that the study's findings demonstrate the effectiveness of the plans and opportunities created for the growth of tourism enterprises in Central Lombok Regency, particularly the Mandalika SEZ. It is evident from a few of the options that ITDC, which is in charge of managing the Mandalika SEZ, has presented to investors who wish to contribute to the growth of the SEZ.

Keywords: *analysis, Mandalika, Central Lombok*



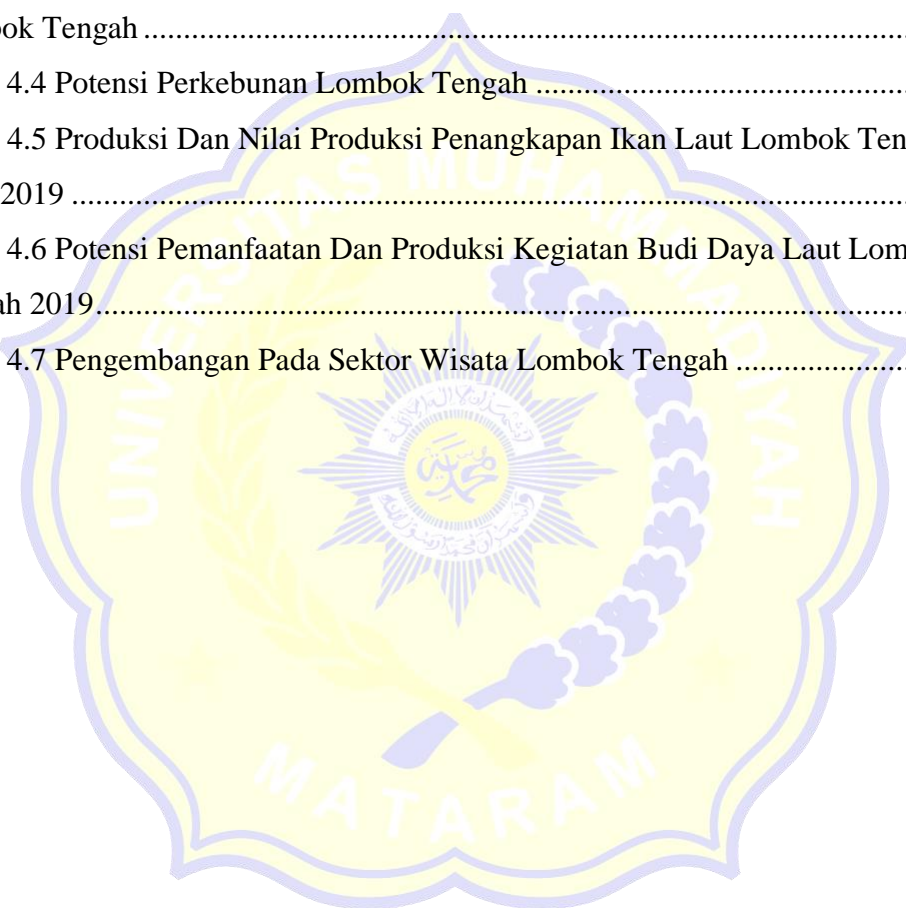
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PLAGIARISME	v
PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Teori Pengembangan	13
2.2.2 Pengembangan Pariwisata	14
2.2.3 Perkembangan Pariwisata.....	15
2.2.4 Strategi Pengembangan Pariwisata.....	39
2.2.5 Kawasan Ekonomi Khusus.....	57

2.3 Kerangka Berpikir.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Jenis Penelitian.....	62
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	62
3.3 Jenis Dan Sumber Data	63
3.3.1 Data Primer.....	63
3.3.2 Data Sekunder.....	63
3.4 Teknik Penentuan Informan.....	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.6 Teknik Analisis Data.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum Kawasan Ekonomi Khusus(KEK) Mandalika...	67
4.1.1 Profil Umum dan Letak Geografis KEK Mandalika.....	67
4.1.2 Infrastruktur dalam Kawasan Mandalika	70
4.1.3 Infrastruktur Wilayah	70
4.2 Hasil Dan Pembahasan.....	71
4.2.1 Potensi Apa Saja Yang Di Kembangkan Dalam Pengembangan Bisnis Pariwisata Di KEK Mandalika	71
4.2.2 Bagaimana Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Bisnis Pariwisata Di KEK Mandalika	83
BAB V KESIMPULAN.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lombok Tengah 2019-2021.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2019-2021	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4. 1 Aspek Potensi Wisata Di Kek Mandalika.....	72
Tabel 4. 2 Daftar Peluang Investasi Penunjang Kek Mandalika.....	76
Tabel 4.3 Persentase Luas Wilayah Produktif Tahun 2016-2020 Di Kabupaten Lombok Tengah	78
Tabel 4.4 Potensi Perkebunan Lombok Tengah	79
Tabel 4.5 Produksi Dan Nilai Produksi Penangkapan Ikan Laut Lombok Tengah 2015-2019	80
Tabel 4.6 Potensi Pemanfaatan Dan Produksi Kegiatan Budi Daya Laut Lombok Tengah 2019.....	81
Tabel 4.7 Pengembangan Pada Sektor Wisata Lombok Tengah	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	61
Gambar 4.1 Wilayah Pengembangan KEK Mandalika.....	69
Gambar 4.2 Infrastruktur Dalam Kawasan Mandalika	70
Gambar 4.3 Infrastruktur Wilyah Penujang KEK Mandalika.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

1. Dokumentasi Penelitian
2. Berita Acara
3. Lembar Konsultasi Skripsi
4. Surat Keterangan Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor industri utama serta sektor ekonomi yang berkembang pada tingkat tercepat di dunia. Pariwisata dapat digunakan sebagai penggerak di sejumlah sektor industri lainnya, selain menjadi sektor industri yang paling penting dan signifikan. Terlepas dari kenyataan bahwa daerah itu tumbuh atau turun, ekonomi beberapa negara didorong maju oleh pengaruhnya. Dalam bentuknya yang paling murni, kegiatan pariwisata adalah kegiatan yang bersifat sementara, bebas dari paksaan, dan dilakukan dengan maksud untuk benar-benar menikmati daya tarik wisata yang dialami. Perluasan sektor pariwisata di seluruh tanah air berkontribusi pada penerimaan negara karena merupakan salah satu sumbernya. (Suryadana Liga, 2015 : 30).

Keunggulan daya tarik wisata yang merupakan cadangan infrastruktur negara antara lain berkontribusi dalam memelihara perekonomian nasional yang membuat roda perekonomian tetap berputar. Saat ini, pemerintah Indonesia menempatkan prioritas tinggi pada perluasan industri pariwisata. Pemerintah bermaksud untuk memperkenalkan berbagai ide yang matang, dan merupakan keinginan pemerintah agar setiap tahun industri pariwisata di Indonesia semakin berkembang dan menarik lebih banyak pengunjung lokal dan internasional. Hal itu ditunjukkan dengan temuan bukti yang menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengunjung pada Januari 2020.

Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya pada Januari 2019, tingkat kunjungan wisman dan wisman ke Indonesia mengalami peningkatan. tumbuh sebesar 5,85 persen.(Badan Pusat Statistik ataubps.go.id diakses pada Jumat 19 Maret 2021pukul 15:42)

Pertumbuhan industri pariwisata di Kabupaten Lombok Tengah menunjukkan tanda-tanda perbaikan yang nyata. Hal ini ditunjukkan dengan pembangunan infrastruktur yang berbeda baik di dalam maupun di luar kawasan wisata, pengemasan atraksi wisata yang beragam, dan penyediaan fasilitas perumahan yang sesuai dengan yang diharapkan. Realisasi PAD3 pada tahun terakhir ini merupakan bukti dari dampak positif perubahan tersebut; khusus pada tahun 2019, terjadi peningkatan yang cukup tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya; pada tahun 2020 terjadi penurunan pendapatan akibat bencana alam berupa covid-19; namun, pada tahun 2021, setelah covid-19 melanda, pendapatan kembali meningkat seiring dengan kondisi yang mulai membaik; ini adalah bukti dari efek positif perubahan ini. Jumlah Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lombok Tengah 3 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Pendapatan Asli Daerah Tahun Kab. Loteng 2019-2021

NO	TAHUN	PENDAPATAN(Rp)
1	2019	286.691.384.414.65
2	2020	187.324.323.969.81
3	2021	204.507.672.387.36

(Sumber: BAPPENDA Kabupaten Lombok Tengah)

Tabel diatas menunjukkan bahwa sector pariwisata memberikan dampak positif yang signifikan apabila dikelola dan dikembangkan dengan

baik sehingga sektor pariwisata harus diberikan perhatian lebih agar dapat menarik minat pengunjung atau wisatawan untuk datang.

Seseorang dianggap sebagai seorang musafir jika mereka pergi setidaknya 80 kilometer (50 mil) jauhnya dari tujuan liburan ideal mereka. Penduduk suatu daerah yang mengunjungi tempat-tempat lain tetapi tidak menjadikan tempat-tempat itu sebagai tempat tinggal tetapnya disebut pengembara. Nyoman (2003:14) Orang yang ikut serta dalam kegiatan pariwisata atau orang yang pergi sebentar ke lokasi atau daerah yang sama sekali asing baginya sama-sama dianggap sebagai wisatawan.

Terbukti bahwa pendapatan suatu daerah berbanding lurus dengan jumlah pengunjung yang berkunjung ke tempat tersebut. Karena wisatawan langsung menambah pengeluarannya untuk alasan belanja di lokasi yang direncanakan kunjungannya, setidaknya untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari selama berada di lokasi yang dikunjungi, semakin lama mereka tinggal di hotspot wisata, semakin banyak uang yang mereka keluarkan. menghabiskan di sana (Purwanti,2014). Dibawah ini dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan dari 3 tahun terakhir di Kabupaten Lombok Tengah dari tahun 2019-2021.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2019-2021

No.	Tahun	JumlahWisatawan
1	2019	200.483 jiwa
2	2020	153.715 jiwa
3	2021	147.564 jiwa

(Sumber: DinasPariwisatadanKebudayaanKabupatenLombokTengah)

Dapat dikatakan bahwa pengelolaan sektor pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah sudah sesuai dengan harapan karena selain terjadi peningkatan PAD juga terjadi fluktuasi jumlah wisatawan. kunjungan wisatawan selama tiga tahun terakhir. Terjadi penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lombok Tengah pada tahun 2020 akibat bencana alam berupa Covid-19 yang mengakibatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lombok Tengah turun menjadi 153.715 orang, kemudian terjadi penurunan lagi jumlah tersebut. wisatawan yang berkunjung ke Lombok Tengah pada tahun 2021 sebanyak 147.564 orang.

Pengembangan pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) menjadi prioritas utama pemerintah dengan konsentrasi utama dua pulau wisata alamnya, yakni Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa, menjadi magnet bagi wisatawan. Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan daerah yang memiliki kekayaan alam yang indah dan menarik untuk dikunjungi. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa jumlah pengunjung diperkirakan akan melebihi 3,7 juta pada akhir tahun 2019. Sangat jelas bahwa penyediaan informasi pariwisata yang bervariasi diperlukan untuk membantu pengunjung dalam mendapatkan akses informasi dan melakukan pemesanan. fasilitas pariwisata. Mengembangkan multimedia, teknologi komunikasi, dan sistem informasi adalah semua pilihan yang layak untuk mencapai tujuan ini. Karena Dinas Pariwisata Daerah NTB bertanggung jawab untuk terus mengembangkan pemasaran pariwisata, maka penting untuk terlebih dahulu

melakukan penelitian, kemudian menjelaskan kerangka teori yang digunakan untuk memandu teknik studi. Suwanto (2004).

Daerah tujuan wisata merupakan bagian penting dari sumber daya yang tersedia dalam industri pariwisata. Ketika merencanakan pertumbuhan pariwisata, sangat penting untuk mempertimbangkan beberapa elemen geografis. Ada hubungan langsung antara metode geografis, yang berfokus pada elemen spasial, dan distribusi suatu item yang sedang dibahas. Potensi objek wisata dan kemampuannya untuk dikembangkan atau dikembangkan lebih lanjut dapat diidentifikasi dengan melihat lokasinya dalam kaitannya dengan objek wisata lainnya, yang merupakan bagian dari pengembangan pariwisata yang menggunakan pendekatan spasial (Sujali, 1989).

Sektor pariwisata di Lombok Tengah khususnya di Mandalika mempunyai banyak peluang untuk kemajuan di bidang ekonomi kerakyatan, yang akan membantu meningkatkan infrastruktur daerah dan berkontribusi pada pengembangan masyarakat yang sejahtera. Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika diperkirakan merupakan kawasan yang berpotensi untuk meningkatkan pembangunan ekonomi tidak hanya di Nusa Tenggara Barat tetapi juga di Indonesia secara keseluruhan.

KEK Mandalika adalah sebuah ide kuno yang digagas pada masa pemerintahan Suharto, saat Joop Ave menjabat sebagai Dirjen Pariwisata. Khusus proyek Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika ini diserahkan kepada BUMN LTDC (Lombok Tourism Development Corporation) untuk dilaksanakan pada tahun 1989 oleh pemerintah. Pembangunan Kawasan

Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dimulai kembali, dan dibuka secara resmi oleh Presiden Joko Widodo pada Oktober 2017.

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), Mandalika merupakan salah satu tempat wisata yang menarik bagi wisatawan yang dapat ditemukan di Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Wilayah ini mencakup sekitar 1.175 hektar dan merupakan rumah bagi pantai dengan nama-nama seperti Pantai Kuta, Pantai Serenting, Tanjung Aan, Pantai Kelieu, dan Pantai Gerupuk. Pengembangan kawasan wisata ini perlu diwujudkan agar dapat meningkatkan devisa negara dan perekonomian masyarakat khususnya di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang pada akhirnya akan menghasilkan dalam pengurangan jumlah orang yang hidup dalam kemiskinan. Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika yang terletak di bagian selatan Pulau Lombok diharapkan mampu mendorong pertumbuhan industri pariwisata di NTB.

KEK Mandalika ditetapkan sebagai industri pariwisata dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat Nusa Tenggara Barat. Potensi-potensi daerah perlu dikembangkan dan dapat memberi peluang bisnis yang sangat menguntungkan bagi masyarakat Lombok Tengah dan dapat membantu proses pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan serta dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitarnya.

Potensi wisata tersebut diantaranya wisata pantai Kuta Mandalika, pantai Aan, bukit Merese, serta potensi-potensi budaya lainnya. Bahkan di

kawasan wisata tersebut telah dibangun sirkuit dan telah digelarnya MotoGP 2022. Dari pergelaran MotoGP Mandalika tersebut dapat dipastikan pertumbuhan ekonomi Nusa Tenggara Barat terus meningkat dan banyak perkembangan yang sangat signifikan dari wisata-wisata sekitar sirkuit tersebut. Setiap kali ada balapan MotoGP, sekitar 430 juta rumah di seluruh dunia menonton olahraga tersebut. Hal ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemampuan Indonesia untuk mengidentifikasi dirinya sebagai sebuah bangsa. Sirkuit Mandalika memiliki kapasitas untuk mempekerjakan sekitar 7.500 orang. Hal ini dimungkinkan untuk membuat 300.000 pengunjung dari negara lain berkunjung setiap tahun berkat Sirkuit Jalan Mandalika dan kegiatan MotoGP. (<https://itdc.co.id/press-release/itdc-perkenalkan-mgpa-sebagai-pengelola-motogp-indonesia-2021> 20191220071835).

Berbagai perkembangan dan perluasan potensi wisata kawasan Mandalika menjadi pendorong keputusan penelitian ini untuk menggunakan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika sebagai tempat penelitiannya.

1.2. Rumusan masalah

Adapun perumusan masalah dari proposal ini yang berjudul ‘‘Analisis Pengembangan Bisnis Pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Di Kabupaten Lombok Tengah yaitu:

- 1) Potensi apa saja yang di kembangkan untuk memajukan bisnis pariwisata di Lombok tengah?
- 2) Bagaimana strategi pengembangan bisnis pariwisata Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Lombok Tengah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasar latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kemungkinan pengembangan pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Lombok Tengah. Untuk lebih memajukan industri pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika, inisiatif apa yang sedang dilaksanakan? .

1.4. Manfaat penelitian

Secara umum hasil penelitian ini diharapkan menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya perkembangan ekonomi pariwisata di Lombok tengah.

1) Manfaat Akademis

- a. Dapat memberikan informasi mengenai potensi yang dimiliki oleh wilayah Lombok Tengah.
- b. Mahasiswa yang sedang mengerjakan tesis mereka mungkin menganggap penelitian ini bermanfaat, dan mungkin juga relevan bagi mereka yang terlibat dalam industri pariwisata serta penduduk Lombok Tengah.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa membantu dalam pengembangan wisata Lombok menjadi destinasi pariwisata:

- a. Hal ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap pengembangan

pariwisata di Lombok Tengah sebagai daerah tujuan wisata. Hal ini agar potensi wisata Lombok Tengah tidak terbuang percuma.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perkembangan pariwisata Lombok sebagai destinasi pariwisata bagi pelaku pariwisata serta masyarakat lokal (masyarakat Lombok tengah), sehingga pelaku pariwisata dan masyarakat setempat dapat berpartisipasi dalam mendukung pembangunan Lombok. pariwisata.



BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan / Perbedaan
1.	Erwin Reinhard Samosir, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan bisnis pariwisata di Kabupaten Toba Samosir dengan adanya pembangunan danau Toba” 2018	Kualitatif	Berdasarkan temuan penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi usaha pariwisata di Kabupaten Toba Samosir khususnya infrastruktur, promosi, kebijakan, keamanan, strategi, dan kekuatan mengalami peningkatan yang ditunjukkan dengan jumlah wisatawan dan minat membuka usaha di sektor pariwisata. Secara spesifik, faktor-faktor tersebut meliputi infrastruktur, promosi, kebijakan, keamanan, strategi, dan kekuatan. Tidak menutup kemungkinan untuk lebih dikembangkan lagi melalui proses	Persamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama membahas tentang pengembangan bisnis pariwisata dengan adanya pembanguna di sekitaran wisata. Perbedaan dengan penelitian sekarang yaitu penelitian sekarang berfokus dengan adanya KEK Mandalika sedangkan penelitian terdahulu berfokus dengan adanya pembangunan danau toba.

			peningkatan potensi wisata di Kabupaten Toba Samosir.	
2.	Kurniati, Diswandi, Himawan Susanto “AnalisisPemberdayaan MasyarakatDalamPengembanganPariwisata KutaMandalika” (2022)	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjkan bahwa masyarakat desa kuta sangat berperan aktif dalam mengembangkan parawisata di wilayah kuta mandalika. dalam penelitian ini peran masyarakat di lihat dari beberapa bidang yaitu masyarakat berperan penunjang parawisata sebagai pelaku bisnis parawisata, dan pelaksanaan program pemerintah.	Persamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama sama membahas tentang pengembangan bisnis parawisata disekitar wilayah kuta mandalika yang dimana dilakukan dengan meningkatkan kapasitas SDM dan kewirausahaan. Sedangkan perbedaannya penelitian sekarang lebih membahas pengembangan parawisata di KEK Mandalika sedangkan penelitian terdahulu lebih membahas tentang pemberdayaan

				masyarakat pada proses pengembangan pariwisata Kuta Mandalika.
3.	<p>Risma Tiara Nadia Tul</p> <p>Dampak pengembangan pariwisata terhadap pendapatan dan pengembangan masyarakat di pantai Kuta Mandalika kec. Pujut Lombok Tengah 2021</p>	Kualitatif	<p>Menurut temuan proyek penelitian ini, pariwisata memang berpengaruh terhadap pertumbuhan masyarakat di Pantai Kuta Mandalika, Kec. Pujut Lombok Tengah, khususnya di bidang pembangunan ekonomi. Selain itu, pariwisata berdampak pada perluasan kapasitas usaha bagi usaha-usaha yang terkait dengan pariwisata, seperti restoran, pemandu wisata, biro perjalanan, toko, dan usaha terkait pariwisata yang menjual kerajinan tangan, menjajakan barang, atau beroperasi di jalan.</p>	<p>Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas bisnis pariwisata di sekitar Kuta Mandalika. Perbedaannya penelitian sekarang lebih membahas tentang pengembangan pariwisata dengan adanya KEK Mandalika, sedangkan penelitian terdahulu membahas dampak pariwisata terhadap pengembangan masyarakat di pantai Kuta Mandalika dan</p>

				dampak pendapatan masyarakat dari usaha disekitar kuta mandalika.
--	--	--	--	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Pengembangan

Pengembangan artinya proses, cara, perbuatan mengembangkan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002: 538). Pengembangan merupakan usaha untuk memperluas atau mewujudkan setiap kemungkinan, memindahkan situasi secara bertahap ke kondisi yang lebih lengkap, lebih besar, dan lebih baik, dan memajukan apa pun dari keadaan dasar ke keadaan yang lebih rumit (Sudjana, 2000 dalam Ramly, 2007).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah Kegiatan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang memanfaatkan konsep dan teori ilmiah yang telah mapan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan, keunggulan, dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada atau mengembangkan teknologi baru.

Menurut Seels & Richey dalam Sumarno (2012) pengembangan berarti proses mengubah persyaratan desain ke dalam bentuk karakteristik fisik produk baik melalui terjemahan atau elaborasi. Dalam konteks ini, "pembangunan" mengacu terutama pada proses pengembangan sumber daya

pendidikan. Menurut Tessmer dan Richey dalam Sumarno (2012), Pengembangan memfokuskan penekanannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga pada perhatian yang luas dari analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Hal ini terjadi meskipun fakta bahwa analisis kebutuhan adalah fokus utama Pembangunan. Tujuan pengembangan adalah untuk memproduksi barang yang didasarkan pada hasil uji lapangan.

Dari pendapat para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan merupakan upaya yang disengaja, dipikirkan dengan matang, dan bertujuan untuk menghasilkan atau meningkatkan sesuatu sehingga menjadi alat yang lebih bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai bagian dari upaya untuk menghasilkan kualitas yang lebih besar.

2.2.2 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan merupakan suatu cara, teknik, atau tindakan membuat sesuatu menjadi lebih unggul, lebih berkembang, atau lebih sempurna dan bermanfaat (Alwi Hasan et al, 2005:269). Proses atau tindakan pembangunan melibatkan memajukan segala sesuatu yang dianggap perlu disusun sedemikian rupa dengan merevitalisasi atau mempertahankan apa yang telah mapan agar menjadi lebih menarik dan berkembang. Yang dimaksud dengan "pengembangan pariwisata" adalah proses peningkatan atau penyempurnaan prasarana dan fasilitas yang dibutuhkan pengunjung agar merasa nyaman saat mengunjungi destinasi wisata.

Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pariberarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang (Yoeti, 1995:57).

Wisata mengandung unsur-unsur yaitu Kegiatan perjalanan adalah kegiatan yang dilakukan dengan sukarela dan hanya untuk waktu yang singkat. Tujuan perjalanan, seluruhnya atau sebagian, adalah untuk mengalami objek dan atraksi wisata. Pertumbuhan pariwisata seharusnya memberikan keuntungan, tidak hanya bagi pengunjung tetapi juga bagi masyarakat di mana ia berada. Perluasan pariwisata di suatu daerah akan bermanfaat tidak hanya bagi pengunjung daerah tersebut tetapi juga bagi penduduk daerah tersebut. Masyarakat setempat akan memperoleh keuntungan secara ekonomi, sosial, dan budaya sebagai akibat dari hal ini. Di sisi lain, jika tidak direncanakan dan diawasi dengan baik sepanjang pertumbuhannya, hal itu dapat mengakibatkan sejumlah masalah yang tidak sesuai dengan kepentingan pengunjung atau masyarakat setempat.

Untuk memastikan pariwisata dapat berkembang dengan baik dan berkelanjutan serta dapat memberikan manfaat baik bagi pengunjung maupun masyarakat, maka perlu dilakukan investigasi mendalam terhadap semua sumber dan sumber daya pendukungnya.

2.2.3 Perkembangan Pariwisata

Perkembangan pariwisata sebagai suatu industri secara ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, yaitu: (Purwanto, 2002:86)

1. Kelangsungan hidup ekologis, dalam arti perluasan pariwisata harus memperhatikan kelestarian dan konservasi sumber daya alam yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
2. Keberlangsungan kehidupansosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan wisata harus mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam memantau cara hidup melalui sistem nilai yang telah dipilih oleh masyarakat setempat sebagai identitas kota.
3. Keberlangsungan ekonomi, yaitu bahwa pertumbuhan pariwisata harus mampu menciptakan lapangan kerja bagi semua pihak yang berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi melalui pemeliharaan sistem ekonomi yang kuat dan kompetitif.
4. meningkatkan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal dengan menawarkan kesempatan bagi mereka untuk berpartisipasi dalam pertumbuhan pariwisata.

Yoeti (1987) mengungkapkan, Salah satu teknik untuk meningkatkan daya pikat destinasi dan daya tarik wisata, pengembangan pariwisata dapat membangkitkan minat masyarakat untuk berwisata ke sana. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata adalah:

1. Transportasi

Transportasi merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kenyamanan keseluruhan untuk bepergian. Konektivitas antar wilayah yang berbeda, tidak adanya hambatan, dan aksesibilitas sarana

transportasi merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pergerakan. Prasarana transportasi wisata harus mampu mengakomodir kebutuhan pengunjung akan kemudahan dan kenyamanan.

2. Atraksi Wisata

Atraksi wisata merupakan daya tarik yang menyebabkan pengunjung datang dan melihat-lihat daerah tersebut. Sarana olahraga dan bentuk hiburan lainnya, serta kekayaan sejarah dan museum, merupakan contoh dari jenis atraksi wisata ini.

3. Fasilitas Wisata

Fasilitas yang mendukung keberadaan suatu objek wisata adalah jika kawasan itu memenuhi kriteria, ketersediaan berbagai jenis penginapan, seperti hotel dan restoran, serta infrastruktur transportasi, akan berjalan efektif sebagai komponen industri pariwisata. Persyaratan lokasi membutuhkan suasana yang mampu mendukung citra hotel, dan persyaratan aksesibilitas mengharuskan hotel mudah ditemukan dan mudah dijangkau untuk memenuhi kriteria tersebut.

Diasumsikan oleh Wearing dan Heny (2013) bahwa masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata. Hal ini disebabkan sumber daya, tradisi khas, dan budaya yang sudah ada di masyarakat merupakan faktor utama yang mendorong kegiatan yang berlangsung di desa wisata. Di sisi lain, masyarakat lokal yang berkembang dan terus tinggal di dekat suatu daerah tujuan wisata merupakan komponen sistem ekologi yang saling terkait. Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan tumbuh menjadi pemain

penting dalam proses pengembangan desa wisata di semua tingkatan, dimulai dari tahap perencanaan dan berlanjut hingga tahap pemantauan dan pelaksanaan. Contoh yang diberikan menyoroti pentingnya masyarakat lokal sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam proses pengembangan wisata. Pemangku kepentingan lainnya termasuk pemerintah dan sektor komersial.

A. Jenis Pariwisata

Dalam buku Panduan SKK dan TKK Saka Pariwisata yang diterbitkan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (2011, 13-17), berdasarkan potensinya, ada beberapa jenis wisata yaitu:

1. Wisata Budaya

Tujuan dari perjalanan semacam itu adalah untuk memperluas perspektif hidup seseorang dengan melakukan perjalanan ke lokasi baru, baik di dalam negeri maupun internasional, dengan tujuan untuk belajar lebih banyak tentang orang-orang yang tinggal di sana, tradisi mereka, cara hidup mereka, serta kehidupan mereka. tradisi seni dan budaya. Seiring dengan bentuk perjalanan ini, disandingkan dengan kemungkinan untuk mengikuti kegiatan budaya seperti eksposisi seni (tari, teater, musik, dan suara), atau kegiatan yang diilhami sejarah, dan sebagainya.

2. Wisata Maritim atau Bahari

Kategori pariwisata ini paling sering dihubungkan dengan olahraga air kompetitif yang berlangsung di badan air seperti danau, pantai, teluk, atau laut. Contoh olahraga tersebut antara lain

memancing, berlayar, menyelam sambil menembak, kompetisi selancar, lomba dayung, dan mengunjungi taman laut yang menyuguhkan pemandangan menakjubkan di bawah permukaan air. serta berbagai macam kegiatan rekreasi berbasis air, yang sebagian besar dilakukan di wilayah atau negara laut, seperti Laut Karibia, Hawaii, Tahiti, dan Fiji, antara lain. Ada banyak tempat dan wilayah di Indonesia yang berpotensi menjadi hub wisata bahari, seperti Kepulauan Seribu di Teluk Jakarta, Danau Toba, pesisir pulau Bali dan pulau-pulau kecil yang mengelilinginya, taman laut di Kepulauan Maluku, dan lain sebagainya.

3. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Untuk jenis wisata ini, sebagian besar perjalanan biasanya diatur oleh agen atau agen perjalanan yang mengkhususkan diri dalam bisnis yang melibatkan pengaturan wisata ke tempat atau kawasan cagar alam, taman lindung, kawasan hutan pegunungan, dan sejenisnya yang jangka panjangnya kelangsungan hidup dilindungi oleh hukum. Sebagian besar orang yang melakukan wisata cagar alam ini melakukannya karena mereka tertarik untuk memotret hewan atau bentuk satwa liar lainnya, serta pohon bunga yang indah, yang secara hukum wajib dilestarikan baik oleh masyarakat maupun oleh masyarakat. pemerintah. Perjalanan ini sebagian besar terkait dengan kecintaan pada keindahan alam, sejuknya udara di dataran tinggi, misteri kehidupan hewan, dan spesies dan flora yang tidak biasa yang

hanya dapat ditemukan di beberapa lokasi lain. Sejumlah kawasan alam yang dilindungi telah didirikan di pulau Bali, antara lain Taman Nasional Bali Barat dan Kebun Raya Eka Raya.

4. Wisata Konvensi

Wisata konvensi merupakan jenis wisata yang secara konseptual mirip dengan wisata politik. Wisata konvensi saat ini sedang dikembangkan di beberapa negara, dan salah satu cara pengembangan industri ini adalah melalui penyediaan fasilitas gedung, termasuk ruang pertemuan, untuk penggunaan peserta konferensi, konvensi, dan jenis lainnya baik nasional maupun internasional. pertemuan.

5. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah penyelenggaraan perjalanan wisata yang dilakukan ke proyek pertanian, perkebunan, pembibitan, dan sejenisnya dimana rombongan wisatawan dapat melakukan kunjungan dan kunjungan untuk tujuan studi maupun jalan-jalan sambil menikmati kesegaran tanaman warna warni dan pembibitan berbagai jenis sayuran yang subur dan kacang-kacangan di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

6. Wisata Buru

Sebagian besar tur ini berlangsung di negara-negara yang benar-benar memiliki wilayah atau hutan di mana perburuan dianggap dapat diterima oleh pemerintah dan secara aktif dipasarkan oleh

berbagai operator perjalanan dan perusahaan. Safari, yang merupakan semacam wisata berburu terkendali, dilakukan di kawasan atau hutan yang telah ditetapkan untuk kegiatan tersebut oleh pemerintah negara yang bersangkutan.

7. Wisata Ziarah

Jenis pariwisata ini terhubung, pada tingkat yang lebih besar atau lebih kecil, dengan sejarah, tradisi, praktik, dan kepercayaan individu atau kelompok dalam masyarakat. Ziarah adalah perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke tempat-tempat suci, seperti makam orang-orang terkemuka atau pemimpin yang dihormati, bukit atau gunung suci, atau tempat peristirahatan tokoh atau pemimpin legendaris yang diyakini memiliki kemampuan magis atau gaib. Perjalanan ziarah ini biasanya dikaitkan dengan tujuan atau keinginan wisatawan untuk mendapatkan berkah, kekuatan batin, dan keyakinan yang teguh, dan tidak jarang juga untuk tujuan mendapatkan berkah dan rejeki yang berlimpah.

Menurut Spillane (1987), jenis pariwisata dikelompokkan berdasarkan tujuan dan motif seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata, diantaranya:

- a. Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*) merupakan sejenis pariwisata di mana para pelancong untuk sementara meninggalkan rumah mereka untuk mengisi waktu liburan mereka di

lokasi lain, seringkali dengan tujuan untuk berolahraga atau beristirahat dari kebosanan aktivitas normal mereka.

- b. Pariwisata untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*) merupakan semacam wisata yang dilakukan oleh orang-orang yang sedang berlibur untuk memulihkan kesehatan jasmani dan rohani.
- c. Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*) merupakan pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang mengacu pada ketika orang pergi berlibur dengan tujuan belajar tentang tradisi, sejarah, seni dan budaya, agama, dan cara hidup negara yang mereka kunjungi.
- d. Pariwisata untuk Olahraga (*Sports Tourism*) merupakan Bepergian membantu seseorang menjaga kesehatan mental dan fisik mereka dengan memberikan kesempatan untuk refleksi dan olahraga. Ada dua klasifikasi berbeda yang dapat diterapkan pada kategori ini:
 - 1) *Big Sports Event*, yaitu pariwisata yang terjadi sebagai akibat langsung dari acara atletik yang signifikan seperti sebagai *Olympiade Games, World Cup*, dan lain-lain.
 - 2) *Sports Tourism of the Practitioner*, yaitu wisata olahraga untuk \syang ingin berlatih dan mempraktekkannya sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga basket, sepak bola, dan lain-lain.
- e. Pariwisata untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*) merupakan pariwisata yang dilakukan di suatu wilayah atau negara karena ada pekerjaan yang harus dilakukan di wilayah atau negara itu.

- f. Pariwisata untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*) merupakan pariwisata dalam rangka menghadiri suatu acara atau kegiatan seperti seminar, pameran, konferensi, dan sebagainya, yang diselingi dengan kesempatan bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan pada waktu luangnya.

B. Aspek Pengembangan Pariwisata

Aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan kegiatan pengembangan pariwisata diantaranya:

a) Rumah Makan/Restoran

Beberapa pengunjung merasa wajib mengikuti wisata kuliner karena belakangan ini semakin populer. Bahkan pengunjung dari daerah sekitarnya memiliki kecenderungan untuk berperilaku dengan cara yang sama seperti mereka yang berasal dari jauh. Beberapa pengunjung tertarik ke Indonesia oleh tradisi budaya negara yang kaya di bidang masakan, yang mencakup segala sesuatu mulai dari jenis makanan yang dimakan hingga cara penyajian dan penyajiannya.

Mempertimbangkan fenomena ini, ekspansi perusahaan dalam industri makanan, terutama restoran, tampaknya berkembang sangat pesat dan meningkat. Karena perubahan pola pikir, gaya hidup, dan kebiasaan orang-orang yang dibawa oleh perkembangan waktu, kemungkinan yang sekarang tersedia sangat besar dan menjanjikan banyak hal. Restoran saat ini menjual lebih dari sekadar makanan; melainkan, mereka menawarkan kombinasi rasa yang unik, pengaturan, cara penyajian, dan bahkan

suasana yang diberikan oleh restoran. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika ada persaingan yang ketat di antara bisnis untuk menarik perhatian pelanggan.

Menurut (Nurhidayati, 2013) wisata makanan (*food tourism*) secara umum dapat dicirikan sebagai kunjungan ke tempat-tempat tertentu, seperti restoran, festival makanan, dan tempat-tempat lain, dengan tujuan mencicipi makanan dan menikmatinya atau memperoleh pengetahuan tentang bagaimana makanan itu diproduksi. Akibatnya, makanan, produksi makanan, dan ciri khas makanan daerah menjadi fondasi dan pendorong utama di balik perjalanan wisata.

b) Pendidikan/HC Pariwisata

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 pariwisata merupakan berbagai bentuk kegiatan wisata yang masing-masing didukung oleh berbagai macam fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat setempat, para pelaku bisnis, pemerintah, dan pemerintah daerah. Adapun kegiatan pariwisata disebut pariwisata yaitu kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi daerah tertentu untuk alasan rekreasi, pengembangan pribadi, atau meneliti keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi sesaat.

Pendidikan memiliki kaitan yang sangat kuat dengan industri pariwisata, terbukti dengan inisiatif seperti “pembangunan karakter melalui pariwisata”, “menghormati budaya”, “melestarikan budaya”, “memelihara keanekaragaman hayati”, dan “menjalankan nilai Sapta

Pesona dalam pariwisata. " Semua inisiatif ini adalah contoh bagaimana pariwisata berkontribusi pada pendidikan. nilai-nilai yang ditanamkan melalui partisipasi dalam pendidikan karakter (Depdiknas, 2010) yang dihubungkan dengan pariwisata dalam program edutourism berbasis ekowisata adalah:

1). Agama

Masyarakat Indonesia merupakan siswa akan belajar tentang menghargai perbedaan agama yang dianut penduduk sekitar, siswa akan belajar tentang hak dan kewajiban pemeluk agama, serta saling menghormati dan menghargai orang lain, jika mereka mengikuti eduwisata. siswa juga akan belajar tentang berbagai bangsa, baik ras maupun agama. Dan memiliki tingkat pemahaman yang lebih besar tentang Indonesia.

2). Pancasila

Ada banyak aspek dari falsafah Pancasila yang dapat diadopsi dan dipraktikkan melalui edutourism, seperti memiliki rasa hormat terhadap lingkungan, saling mencintai sebagai sesama manusia, dan membantu dan mencintai satu sama lain. Siswa diarahkan untuk mencapai potensi penuhnya sebagai manusia melalui pelaksanaan pendidikan karakter.

3). Budaya

Edutourism adalah salah satu cara di mana prinsip saling menghormati dapat dihidupkan; dengan mengikuti program ini, siswa

didorong untuk meningkatkan keakraban dan kecintaan mereka terhadap tradisi lokal, kesadaran mereka akan keragaman praktik budaya, dan komitmen mereka terhadap pelestarian alam yang berkelanjutan.

4). Tujuan pendidikan nasional

Mencerdaskan kehidupan bangsa merupakan salah satu tujuan dari sistem pendidikan nasional adalah untuk memastikan bahwa program pendidikan karakter merupakan sarana yang efektif untuk memperkuat sumber daya manusia yang unggul dan kompetitif. Hal ini memungkinkan inovasi seperti program eduwisata yang menggunakan ekowisata sebagai fondasinya, untuk dijadikan sebagai program pengembangan pendidikan karakter alternatif.

c) Souvenir/Kerajinan Rakyat/UKM

Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan Sektor ekonomi yang dicirikan oleh keberadaan sejumlah perusahaan yang masing-masing menyediakan barang atau jasa yang berbeda dari pesaingnya. Perbedaan ini dapat dilihat tidak hanya dalam layanan yang diberikan, tetapi juga dalam ukuran perusahaan, di mana kantor pusatnya berada, lokasi geografisnya, perannya, jenis organisasi yang bertanggung jawab untuk mengelolanya, dan prosedurnya. atau cara pemasaran (Yoeti, 2005; 5). Dalam pengertian mikro, industri pariwisata adalah Masing-masing merupakan produksi yang memiliki potensi untuk menyediakan berbagai barang dan jasa (Yoeti,2009).

Pengumpulan informasi diperlukan untuk membangun dan mengelola atraksi-atraksi tersebut. Secara khusus, perlu untuk mengumpulkan informasi untuk menentukan apa yang memotivasi konsumen untuk mengunjungi objek wisata tersebut dan apa harapan konsumen ketika mereka mengunjungi objek wisata tersebut. Informasi ini memiliki pengaruh langsung pada bagaimana perasaan pelanggan tentang tempat wisata yang mereka kunjungi. Perspektif calon wisatawan terhadap berbagai atraksi wisata akan membantu setiap lokasi dalam mengembangkan daya tarik wisatanya sendiri.

Sektor pariwisata merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu memberikan perkembangan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, kualitas hidup, dan dalam mengaktifkan sektor produksi lainnya seperti industri kerajinan, cinderamata, cinderamata, serta perumahan, dan angkutan.

Pada hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses yang melibatkan satu orang atau lebih untuk sementara melakukan perjalanan ke lokasi lain di luar tempat tinggalnya dengan dorongan karena berbagai kepentingan. Kepentingan tersebut bisa berupa kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, atau kesehatan, atau bisa juga minat lain seperti sekadar ingin tahu lebih banyak, mendapatkan pengalaman, atau mempelajari hal baru (Gamal Suwanto, 1997; 3).

Produk wisata bukanlah merupakan produk sejati, melainkan urutan hasil layanan yang memiliki serangkaian kualitas sendiri selain

kualitas sosial dan psikologis. Jika dilihat dari sudut pandang pengunjung, barang yang dijual dalam industri pariwisata seharusnya dapat memfasilitasi berbagai pengalaman pribadi lintas dimensi geografi dan waktu. Sebuah identitas, yang melalui identitas berusaha untuk merepresentasikan suatu produk yang mampu memisahkan diri dari barang lain dengan tujuan untuk mengembangkan citra tertentu, harus ditampilkan pada produk wisata untuk memenuhi kebutuhan regulasi.

Ketika mengembangkan souvenir sebagai komponen barang wisata, penting untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang praduga yang terkait dengan lingkungan atau barang pariwisata yang bersangkutan. Diharapkan, dengan mendeteksi daya tarik dan kualitas barang wisata, akan memungkinkan untuk menunjukkan identitas produk souvenir yang dapat berkontribusi pada citra industri pariwisata. Ini adalah tujuan penting. Karena bentuk-bentuk tersebut terikat pada oleh-oleh sebagai simbol, maka kenang-kenangan tersebut harus dapat memberikan gambaran tentang lokasi yang dimaksud. Karena itu, tidak perlu lagi mencantumkan nama benda pada kenang-kenangan. Namun, dalam hal hal-hal yang belum diketahui, sangat penting untuk memberikan nama untuk melengkapi gambar.

Istilah souvenir yang bila diartikan adalah sesuatu untuk dijadikan kenang-kenangan atau kenang-kenangan, lebih disukai sesuatu yang dapat membawa pengalaman masa lalu seseorang di lokasi atau peristiwa tertentu kembali ke pikiran mereka.

Selain kenang-kenangan, souvenir memiliki beberapa kriteria penting

- 1) Memiliki sentuhan seni yang menonjol
- 2) Memiliki ciri khas daerah
- 3) Memiliki keunikan dan daya tarik
- 4) Kualitas dan bahan mutu yang baik
- 5) Harga relatif terjangkau

d) Transportasi Laut

Pariwisata merupakan Salah satu industri primer yang memiliki dampak signifikan terhadap total kegiatan ekonomi suatu negara atau wilayah. Jika dikelola dengan baik, sektor pariwisata berpotensi melebihi perusahaan dan industri lain, seperti minyak dan gas. Akibatnya, banyak negara di seluruh dunia berlomba-lomba untuk meningkatkan potensi wisata masing-masing negara untuk meningkatkan pendapatan negara. (Yoeti, O. 2008: 1).

Dalam pengembangan pariwisata saat ini, pemerintah pusat melakukan upaya-upaya agar tujuan pariwisata dapat tercapai. Menurut pasal 4 UU no. 10 Tahun 2009, tujuan industri pariwisata Indonesia adalah sebagai berikut: (1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi; (2) peningkatan kesejahteraan rakyat; (3) menghilangkan kemiskinan; (4) mengatasi pengangguran; (5) melestarikan alam; (6) lingkungan dan sumber daya; (7) mempromosikan budaya; (8) mengangkat citra bangsa; (9) menumbuhkan rasa cinta tanah air; (10) memperkuat identitas

nasional; dan (11) membina persahabatan antar bangsa. Pengembangan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) dan penetapan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), keduanya tertuang dalam Proklamasi Presiden no. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, merupakan dua inisiatif yang dilakukan pemerintah sebagai bagian dari upaya untuk mencapai tujuannya di industri pariwisata (RIPARNAS).

Dalam pengembangan DPN, pemerintah perlu koordinasi lintas sektoral, menurut Middleton dalam *Marketing Tourism and Travel* (2001:11) lingkup sektor yang terkait dengan pariwisata adalah jasa penginapan, atraksi wisata, jasa transportasi (yang termasuk dalam Sektor Transportasi), penyelenggara perjalanan (yang termasuk dalam Sektor Penyelenggara Perjalanan), dan Sektor Organisasi Destinasi. Untuk mengintegrasikan kelima sektor tersebut, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Inpres no. 16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata dan diperkuat dengan Keputusan Presiden no. 64 Tahun 2014 tentang Koordinasi Strategis Lintas Sektor Penyelenggaraan Kepariwisata. Kedua dokumen tersebut mengatur bahwa bentuk koordinasi strategis lintas sektoral antar kementerian harus serasi, terpadu, dan dipimpin oleh Wakil Presiden dengan bantuan Kementerian Pariwisata. Kedua dokumen tersebut dapat ditemukan di situs web pemerintah Indonesia.

Industri transportasi merupakan komponen penting yang memegang peranan penting dalam kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata. Lihatlah bagaimana Lepier membayangkan infrastruktur sistem pariwisata di Cooper (1993). Transportasi bertindak sebagai saluran bagi pengunjung, membawa mereka dari titik asal ke tujuan akhir mereka dalam industri pariwisata.

Sistem pariwisata memberikan penekanan yang signifikan pada peran yang dimainkan oleh transportasi, karena ini adalah sektor yang bertanggung jawab untuk mengangkut pengunjung dari titik asal mereka ke banyak tujuan mereka, yang dapat mencakup hal-hal berikut:

1. Transportasi darat adalah setiap jenis transportasi yang memindahkan orang atau kargo melintasi tanah menggunakan jalan beraspal atau tidak beraspal. Pada awal perjalanan darat, barang-barang dibawa melalui rute oleh orang, keledai, atau kuda. Kemudian, mobil menggantikan metode ini. Jalan diperbesar atau diturunkan untuk menangani lebih banyak lalu lintas sebagai akibat dari peningkatan aktivitas komersial. Pemilihan moda transportasi darat yang akan digunakan ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain jenis dan spesifikasi kendaraan, jarak tempuh, tujuan perjalanan, ketersediaan berbagai moda transportasi, ukuran kota dan kepadatan pemukiman, serta faktor sosial ekonomi. Transportasi darat dapat mengambil beberapa bentuk, termasuk mobil, rel kereta api, gerobak yang ditarik

oleh hewan (seperti kuda, sapi, atau kerbau), atau bahkan manusia itu sendiri.

2. Transportasi air merupakan moda transportasi yang mengangkut penumpang dari titik A ke titik B dengan menggunakan jalur air (sungai, danau, dan lautan) sebagai metode penggerak utamanya. Berbagai moda transportasi yang beroperasi di atas air, antara lain kapal, tongkang, perahu, dan rakit.
3. Transportasi udara adalah merupakan moda transportasi paling mutakhir dan secepat kilat. Moda transportasi ini mengandalkan pesawat udara sebagai moda transportasi utamanya, dengan udara atau ruang angkasa sebagai jalan atau rutenya. Selain dapat melakukan perjalanan dengan kecepatan yang lebih tinggi, memiliki lintasan yang hampir sepenuhnya bebas hambatan, dan memiliki jalur yang lebih langsung, perjalanan udara mampu menjangkau lokasi yang tidak dapat diakses baik melalui perjalanan darat maupun laut. Contoh alat transportasi udara misalnya pesawat terbang, helikopter, balon udara, dll.

e) Konstruksi

Infrastruktur adalah komponen penting untuk pertumbuhan industri pariwisata dan pencapaian pembangunan baik di bidang sosial dan ekonomi, serta faktor kunci dalam evolusi pariwisata. Adalah mungkin untuk menggambarkan fungsi infrastruktur sebagai penghubung antara komponen fundamental lingkungan dan struktur

politik, ekonomi, dan sosial suatu masyarakat. Selain itu, fungsi prasarana adalah sebagai komponen penunjang kegiatan perkotaan serta obyek-obyek yang berhubungan dengan pariwisata.

Karena infrastruktur merupakan kebutuhan mendasar dan karena infrastruktur dapat merangsang ekspansi ekonomi, destinasi wisata harus menawarkan infrastruktur yang diperlukan. Pertumbuhan industri pariwisata terkait erat dan bergantung pada pertumbuhan infrastruktur yang dapat diakses. Fungsi infrastruktur sangat penting karena akan mampu mendorong pertumbuhan industri pariwisata melalui pembangunan infrastruktur yang mudah diakses serta sistem infrastruktur.

Menurut (Hamid dan Endang 2016: 3), berpendapat “sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya”. Sedangkan prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya”.

f) Pemasok Furniture/Office Supplier

Pemasok (*suppliers*) Dalam kegiatan usaha perdagangan jasa pariwisata, khususnya yang melibatkan hotel dan restoran, fungsi yang dimainkan oleh pemasok produk sangat penting. Banyak penyedia yang berbeda memenuhi semua persyaratan hotel, serta persyaratan tamu yang

saat ini tinggal di sana. Misalnya, untuk memenuhi persyaratan penyediaan makanan bagi pengunjung hotel dan restoran, perusahaan tersebut tidak layak untuk memproduksi bahan makanannya sendiri atau membudidayakan produk tersebut di wilayah yang bersangkutan.

Mereka akan mengeluarkan biaya tambahan (*extra cost*) untuk mengurus kebun tersebut. Oleh karena itu, agar lebih praktis, mereka lebih suka memanfaatkan berbagai pemasok yang berbeda untuk menawarkan semua jenis barang yang dibutuhkan. Karena keterlibatan sejumlah besar pemasok, penting untuk ada kolaborasi yang efektif antara pemasok dan hotel atau restoran. Kolaborasi ini sering kali memerlukan kepatuhan terhadap serangkaian syarat dan ketentuan dalam proses pengiriman produk, yang biasanya mencakup perjanjian tertentu, sistem pemasokan, sistem pembayaran (*cash atau credit*), dan sistem pemberian komisi.

Melihat pentingnya peran para supplier ini, maka perlu diadakan pendekatan-pendekatan khusus yang harus dilakukan oleh pihak hotel atau restoran dalam hal ini yang bertanggung jawab adalah departemen pengadaan barang (*purchasing department*) dengan semua supplier agar semua kegiatan usahanya dapat berjalan dengan baik.

g) Pemasok Sayuran, Daging/ Ikan, Dll

Berwisata ke suatu lokasi yang menjadi penghasil suatu makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi khusus untuk mencoba rasa makanan dan/atau juga untuk mendapatkan pengalaman dari makanan

khas suatu daerah merupakan motivasi utama seseorang untuk bepergian. Hal ini juga bisa terjadi ketika orang tersebut ingin mendapatkan pengalaman dari makanan khas suatu daerah. (Hall & Sharples, dalam www.digilib.petra.ac.id).

h) Pemasok/penyedia Energi

Dalam bisnis, pemasok atau *supplier* artinya orang atau perusahaan yang memenuhi persyaratan badan usaha lain dengan menyediakan produk atau layanan yang dibutuhkannya. Akibatnya, pemasok adalah komponen rantai pasokan yang berkontribusi pada nilai massal keseluruhan produk tertentu.

Supplier dapat membuat barang-barang yang disediakan sendiri atau beroperasi sebagai distributor yang membeli barang dari produsen dan mendistribusikan produk sebagai persediaan ke perusahaan lain. juga dapat bertindak sebagai distributor yang membeli barang dari produsen dan mendistribusikan produk sebagai pasokan ke bisnis lain.

Supplier frozen food Beli berbagai persediaan dari berbagai pengelompokan pemasok yang berbeda. Tiga pemasok yang berbeda menyediakan barang: satu memberi daging, yang lain menyediakan gandum, dan yang ketiga menyediakan pembungkus plastik.

Nantinya, *frozen food* tersebut mungkin menjadi sumber persediaan untuk restoran-restoran seperti restoran dan kafe. Lingkaran pemasok yang membentuk rantai pasokan sangat bergantung pada pemasok tersebut.

Pentingnya peran *Supplier* mempunyai peranan penting dalam setiap tahap di siklus sebuah produk. Siklus produk atau *product life cycle* merupakan jumlah waktu dari awal produksi sampai produk siap dijual ke konsumen.

Product life cycle tentu bervariasi, terutama tergantung pada volume produksi. Akan tetapi, tidak diragukan lagi bahwa perusahaan membutuhkan pemasok andal untuk menghasilkan produk berkualitas.

i) Agen Wisata/Operator Wisata

Agen perjalanan wisata atau kita lebih familier dengan travel agent merupakan Pemesanan akomodasi wisata dan administrasi surat-surat perjalanan sebagai perusahaan. Agen perjalanan adalah apa yang dimaksud dengan istilah "agen perjalanan" bila digunakan dalam konteks kegiatan komersial. Kegiatan usahanya sebagai keagenan, yang memperoleh keuntungan berdasarkan komisi penjualan yang akan diterimanya sebagai pendapatan usaha, khususnya komisi dari fungsi perantara yang menjual produk-produk seperti tiket, voucher hotel, jasa pengurusan dokumen perjalanan, serta produk dan jasa lain yang sejenis. . Agen dan sub-agen, atau jika diberi label seperti yang saya sebutkan sebelumnya, prinsipal dan agen sekunder, *Wholesaler dan Retailer*.

Agent (*Wholesaler*) biasanya sudah ditunjuk langsung oleh prinsipal. Misalnya, untuk tujuan penjualan tiket oleh maskapai penerbangan. Dalam kebanyakan kasus, agen ini diharuskan untuk menyetor sejumlah uang tertentu dengan maskapai penerbangan. Selain

itu, di kemudian hari, agen atau grosir akan diberikan wewenang untuk menjual kembali tiket pesawat yang telah mereka beli kepada pengecer atau sub-agen yang membelinya. Produk akhir dari agen perjalanan wisata (travel agent) ini berupa tiket, voucher hotel, jasa pengurusan dokumen dan lain-lain.

C. Daya Tarik Wisata

Menurut Soemanto (2017: 35) daya tarik dalam obyek wisata merupakan salah satu aset terpenting yang harus dimiliki untuk ikut serta dalam upaya perluasan dan promosi objek dan daya tarik wisata. Keberadaan objek dan daya tarik wisata merupakan mata rantai yang paling signifikan dalam suatu kegiatan pariwisata. Hal ini disebabkan karena potensi dan daya tarik suatu objek wisata merupakan unsur utama yang mendorong pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat wisata.

Menurut Marpaung (2002) obyek dan daya tarik wisata adalah fitur fisik, serta kegiatan dan pendirian yang menyertainya, yang berpotensi menarik wisatawan atau wisatawan untuk mengunjungi wilayah atau lokasi tertentu. Daya tarik yang tidak dikembangkan atau belum dikembangkan hanya merupakan sumber daya yang potensial; kecuali terjadi suatu bentuk pengembangan tertentu, daya tarik tersebut tidak dapat disebut sebagai daya tarik wisata. Sebagai contoh, penyediaan aksesibilitas atau fasilitas. Oleh karena itu suatu daya tarik dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata.

Jenis obyek dan daya tarik wisata dibagi ke dalam dua kategori yaitu:

1. Obyek dan daya tarik wisata alam.
2. Obyek dan daya tarik wisata sosial budaya.

Daya tarik wisata menurut Kodhyat (1983) adalah segala sesuatu yang mendorong pengunjung untuk datang dan singgah di lokasi wisata yang sesuai dapat dianggap sebagai promosi pariwisata. Menurut Soekadijo (2000) pengunjung hanya akan mengunjungi lokasi-lokasi tertentu jika keadaan di sana sesuai dengan alasan mereka berwisata ke sana. Wisatawan akan lebih sering terpikat untuk mengunjungi suatu lokasi jika keadaan di sana sesuai dengan alasan mereka berwisata ke sana.

Beberapa komponen obyek wisata yang dikemukakan oleh Cooper (1998) yaitu :

- a. Atraksi wisata baik berupa alam, buatan (hasil karya manusia), atau peristiwa (kegiatan) yang merupakan alasan utama kunjungan.
- b. Fasilitas-fasilitas dan pelayanan dibutuhkan oleh wisatawan di daerah tujuan wisata.
- c. Akomodasi, makanan dan minuman tidak hanya tersedia dalam bentuk fisik tapi juga harus dapat menciptakan perasaan hangat dan memberikannya padalingkungan dan makanan setempat.
- d. Aksesibilitas (jalan dan transportasi) merupakan salah satu faktor kesuksesan daerah tujuan wisata.
- e. Faktor-faktor pendukung seperti kegiatan pemasaran, pengembangan, dan koordinasi.

2.2.4. Strategi Pengembangan Pariwisata

Perumusan strategi adalah perumusan strategi jangka panjang untuk administrasi keuntungan dan kerugian lingkungan yang efisien, dengan mempertimbangkan kemampuan dan keterbatasan bisnis secara keseluruhan. Proses perumusan strategi melibatkan identifikasi tujuan perusahaan, memutuskan tujuan yang perlu dicapai, merancang taktik, dan menetapkan standar kebijakan (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2001:12). Tujuan dari rencana pengembangan pariwisata adalah untuk secara bertahap menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi yang seimbang. Tindakan utama yang termasuk dalam rencana ekspansi industri pariwisata (Suwanto, 1997:55)

Menurut Gamal Suwanto (2004) ada beberapa langkahpokok dalam melakukan strategi pengembangan pariwisata yaitu:

1. Dalam waktu dekat, kami akan berkonsentrasi pada optimasi
2. Fokusnya akan bergeser ke konsolidasi selama tiga sampai lima tahun ke depan
3. Dalam jangka panjang dititik beratkan pada pengembangan dan penyebaran.

Menurut Marpaung (2002: 19) perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan tidak hanya bagi pengunjung tetapi juga bagi penduduk setempat. Melalui keunggulan ekonomi yang dihasilkan oleh lokasi wisata, pariwisata berpotensi meningkatkan kualitas hidup penduduk setempat. Baik pengunjung maupun orang-orang di

daerah sekitarnya dapat memperoleh keuntungan dari pembangunan infrastruktur baru dan fasilitas rekreasi. Di sisi lain, pariwisata ditingkatkan melalui penyediaan tempat-tempat wisata baru. Hal ini dilakukan melalui pelestarian budaya, sejarah, dan tingkat pertumbuhan ekonomi daerah, serta menyediakan tujuan wisata yang termasuk dalam uang yang dihasilkan oleh pengunjung, yang pada gilirannya akan menciptakan one-of- pengalaman yang baik di lokasi wisata. Pada saat yang sama, ada prinsip-prinsip yang merupakan bagian integral dari pertumbuhan industri pariwisata. Pengembangan pariwisata memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan sekaligus mengurangi dampak dari isu-isu saat ini, sebagaimana dituangkan dalam rekomendasi.

Menurut Damanik (2013: 27) unsur implementasi program yang direncanakan ini menyangkut sejumlah tindakan di dalam menjalankan aktivitas pengembangan destinasi, mulai dari pengembangan atraksi, amenitas, aksesibilitas, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan kelembagaan hingga kekegiatan promosi dan pemasaran destinasi. Berikut ini kegiatan tersebut dapat diuraikan secara singkat:

- a. Perluasan atraksi fisik, aksesibilitas, dan fasilitas, terutama yang berkaitan erat dengan aktivitas yang digunakan pengunjung. Strategi pengembangan atraksi dilakukan melalui akuisisi fasilitas wisata baru atau perluasan yang sudah ada.
- b. Pembinaan sumber daya manusia Kegiatan ini sangat penting karena temuan akan menjamin tinggi atau rendahnya kualitas layanan yang

diberikan kepada wisatawan. Semua inisiatif yang diarahkan pada pengembangan sumber daya manusia ini perlu menghasilkan sesuatu yang dapat disimpulkan dalam satu kata: profesionalisme. Meningkatkan kemampuan berbagai institusi wisata. Pengelolaan destinasi memerlukan pembentukan struktur organisasi yang kuat yang dibedakan dengan garis wewenang dan metode kerja yang jelas, serta penyediaan sumber daya pendukung (keterampilan dan keahlian, dana dan jejaring) serta pengakuan luas dari publik.

A. Konsep Strategi

1. Dimensi Strategi

Quinn (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghosa :2003,) mengemukakan analisis strategi militer diplomatik dan analogi-analogi yang serupa dalam bidang lain menyediakan beberapa wawasan penting ke dalam dimensi dasar, sifat dan desain strategi formal, yaitu :

a. Strategi efektif mengandung tiga unsur penting:

1. Tujuan

Tujuan merupakan hasil yang dimaksudkan untuk dibawa oleh perusahaan atau badan pemerintah. Karena proses penetapan tujuan berkaitan langsung dengan strategi yang akan digunakan oleh suatu organisasi atau instansi dalam proses pencapaian tujuannya, maka tujuan merupakan salah satu dimensi yang dapat digunakan untuk membuat suatu strategi. Setelah tujuan telah ditetapkan, maka kita

akan mengetahui strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut..

2. Kebijakan

Kebijakan merupakan seperangkat pilihan yang mengarahkan dan membatasi kegiatan yang dilakukan. Karena kebijakan dikembangkan untuk menetapkan jalan menuju tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, proses perumusan kebijakan membuatnya lebih mudah untuk memimpin organisasi atau lembaga dalam proses mewujudkan rencana.

3. Program

Program merupakan urutan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program ini dimaksudkan untuk mengontrol semua kegiatan yang akan dilakukan untuk memastikan bahwa taktik yang akan digunakan dapat dilakukan secara maksimal.

Perumusan strategi tidak dapat dianggap hanya sebagai produksi dan penyesuaian program untuk memenuhi tujuan yang telah ditetapkan karena strategi menentukan arah umum dan penekanan kegiatan yang diambil oleh bisnis. Metode perumusan mencakup tujuan pembangunan sebagai komponen penting.

- b. Pengembangan banyak ide, kunci, dan motivasi yang berkontribusi pada keseluruhan keterpaduan, keseimbangan, dan penekanan strategi yang efektif. Beberapa stresor hanya sementara, sementara yang lain

memanifestasikan dirinya melalui penerapan teknik tahap akhir. Terlepas dari rasio biaya-manfaat relatif, sumber daya harus didistribusikan dengan cara yang memastikan setiap inisiatif memiliki akses ke jumlah sumber daya yang diperlukan untuk menjadi sukses. Koordinasi antar unit organisasi diperlukan, dan kegiatan harus digariskan, untuk mendukung pola penggerak yang direncanakan atau strategi keseluruhan.

- c. Tidak hanya strategi memperhitungkan yang tak terduga, tetapi juga memperhitungkan yang tidak diketahui. Analisis tidak dapat memprediksi cara yang tepat di mana semua kekuatan dapat berinteraksi satu sama lain, terdistorsi oleh sifat atau emosi manusia, atau dimodifikasi oleh imajinasi dan tujuan tindakan balasan yang diambil oleh lawan yang cerdas. Hal ini penting untuk diingat ketika mengembangkan strategi perusahaan. Tindakan yang masuk akal, serta bagaimana rantai kejadian yang tampaknya acak, dapat merugikan atau mendukung kesuksesan seseorang.

Akibatnya, esensi dari strategi apakah militer, diplomatik, bisnis, olahraga, atau politik adalah untuk membangun sikap yang begitu kuat (tetapi memiliki kapasitas untuk menjadi fleksibel) dengan cara yang dipilih sehingga organisasi dapat mencapai tujuannya meskipun ada cara yang tidak terduga di mana faktor eksternal mungkin benar-benar berinteraksi ketika saatnya tiba.

d. Hanya sebuah organisasi militer yang memiliki berbagai eselon gand, teater, daerah, pertempuran, infantri dan artileri strategi, jadi kompleks organisasi harus lain yang memiliki banyak hierarki dan teknik yang saling berhubungan yang memperkuat satu sama lain. Setiap strategi perlu lebih atau kurang komprehensif dalam dirinya sendiri, selaras dengan tingkat desentralisasi yang diantisipasi, dan dapat diterapkan pada situasi yang dihadapi. Namun demikian, masing-masing harus dibangun sebagai komponen yang koheren dari pendekatan tingkat yang lebih tinggi. Meskipun mencapai kohesi total antara semua organisasi strategis utama akan menjadi tugas berat bagi setiap chief executive officer, sangat penting bahwa ada platform sistematis untuk memeriksa setiap komponen strategi dan melihat bahwa itu memenuhi prinsip-prinsip inti strategi. Hal ini karena mencapai kohesi total antara semua organisasi strategis utama akan menjadi tugas yang sulit.

2. Definisi Strategi

Menurut David (2004) strategi adalah strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang. Salah satu contoh strategi bisnis adalah pertumbuhan global. Contoh lainnya adalah diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, rasionalisasi karyawan, diversifikasi, dan likuiditas.

Menurut Salusi dan Young (2015) strategi ialah praktik memanfaatkan bakat dan aset organisasi secara optimal untuk mencapai tujuannya melalui pengembangan kemitraan yang produktif dengan lingkungan seseorang dalam keadaan yang paling menguntungkan.

Kurniawan dan Hamdani, (2000) seorang pakar pemasaran sekaligus konsultan manajemen tersohor dan penulis buku *The End Of Nasution State* mengemukakan strategi adalah keunggulan kompetitif untuk mengubah kekuatan perusahaan sehingga setara atau bahkan melampaui pesaing dengan cara yang lebih efisien waktu dan sumber daya.

Gerry Jhonson dan Kevan Scholes (Jemsly Hutabarat dan Martani Huseini 2006:18) mendefinisikan strategi sebagai arah dan ruang lingkup jangka panjang organisasi, dengan tujuan memperoleh keunggulan kompetitif melalui konfigurasi ulang dinamis sumber daya lingkungan untuk memenuhi persyaratan pasar dan persyaratan berbagai pihak.

Menurut Glueck dan Jauch (Sedarmayanti, 2014) mengemukakan strategi adalah strategi kohesif, komprehensif, dan terintegrasi yang mengintegrasikan keunggulan strategis perusahaan dengan kepedulian lingkungan, dan yang bertujuan untuk menjamin bahwa tujuan utama perusahaan dapat dipenuhi melalui pelaksanaan rencana yang tepat oleh organisasi.

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

a. Strategi sebagai rencana

Strategi adalah rencana, semacam niat sadar yang terdiri dari kegiatan, aturan, (atau pedoman yang telah ditentukan), dan informasi lain untuk mengatasi sesuatu. Menurut definisi

interpretasi ini, strategi dicirikan oleh dua fitur penting: pertama, mereka dipahami sebelum tindakan yang dilakukan, dan kedua, mereka dikembangkan dengan sengaja dan bertujuan. Dalam konteks rencana, strategi berkaitan dengan cara-cara dimana para pemimpin berusaha untuk mengarahkan organisasi ke arah tertentu dan untuk membimbing mereka ke arah tindakan tertentu. Ketika kita memeriksa strategi dari perspektif sebuah rencana, kita perlu menemukan cara untuk memasuki pola pikir strategi untuk memahami apa yang sebenarnya terkandung di dalamnya.

b. Strategi sebagai taktik

Penggunaan strategi sebagai taktik membawa kita ke dalam domain persaingan langsung, yang penuh dengan peluang untuk permainan keuntungan termasuk ancaman, tipuan, dan berbagai gerakan lainnya. Ini menempatkan proses perumusan strategi dalam lingkungan yang paling dinamis, dengan gerakan provokatif dan elemen lain seperti itu. Terlepas dari paradoks ini, strategi adalah gagasan yang berlabuh bukan pada perubahan tetapi pada stabilitas, dalam bentuk penetapan rencana dan pola yang mapan.

c. Strategi sebagai pola

Tetapi bahkan jika taktik hanya direncanakan (baik sebagai rencana luas atau taktik tertentu), mereka tetap dapat dilaksanakan. Dengan kata lain, tidak cukup mendefinisikan strategi sebagai rencana; kita membutuhkan definisi yang juga berisi perilaku yang dihasilkan dari rencana. Akibatnya,

definisi ketiga disarankan, yaitu sebagai berikut: Pola adalah strategi apa, lebih tepatnya, pola dalam aliran aktivitas.

Menurut definisi ini strategi adalah perilaku yang konsisten terlepas dari apakah itu direncanakan atau tidak. Ini mungkin muncul sebagai deskripsi aneh untuk istilah yang telah begitu erat dikaitkan dengan konsep pilihan bebas. Tetapi kenyataannya adalah bahwa terlepas dari kenyataan bahwa hampir tidak ada yang menggunakan definisi strategi ini untuk menggambarannya, sejumlah besar individu tampaknya telah menggunakannya di beberapa titik dalam hidup mereka. Pertimbangan ini merupakan kutipan dari seorang pemimpin perusahaan, seperti yang dikemukakan oleh Mintzberg, Lampel, Quinn, dan Ghoshal (2003). Pernyataan itu berbunyi sebagai berikut: "Secara bertahap teknik yang efektif digabungkan ke dalam pola aktivitas yang membentuk strategi kami." Kami tidak memiliki pendekatan yang komprehensif secara keseluruhan".

Argumen ini kontradiktif hanya jika kita membatasi diri kita pada satu definisi strategi. Apa yang tampaknya diperdebatkan oleh individu ini adalah bahwa bisnis memiliki strategi dalam bentuk pola, tetapi tidak dalam bentuk rencana. Akibatnya, definisi strategi sebagai rencana dan pola mungkin benar-benar berbeda satu sama lain: ide-ide saya belum dilaksanakan, sementara pola dapat berkembang tanpa bias. Tempatkan perhatian Anda pada aktivitas sebagai pola. Konvergensi, atau proses mencapai keseragaman dalam perilaku organisasi, adalah konsep lain yang disajikan ketika strategi dilihat sebagai sebuah pola. Mengingat fakta bahwa strategi adalah upaya

yang bertujuan, kami diminta untuk menyelidiki kemungkinan bahwa strategi juga dapat berkembang secara organik selain ditegakkan secara sadar.

d. Strategi sebagai posisi

Dalam teori organisasi, kami lebih suka menyebut ini sebagai "lingkungan," meskipun strategi juga dapat dilihat sebagai sikap atau lebih khusus sebagai teknik untuk menemukan sebuah organisasi. Menurut interpretasi ini, strategi mengambil bentuk mediasi antara organisasi dan lingkungannya, baik lingkungan internal maupun eksternal. Sebuah posisi yang dapat diperiksa dan dicita-citakan untuk sebuah rencana (atau teknik) atau dapat dicapai, bahkan mungkin melalui pola perilaku, adalah contoh strategi.

Metode ini menantang kita untuk melihat bisnis dalam lingkungan persaingannya, khususnya bagaimana mereka memanfaatkan posisinya untuk menghadapi persaingan, menghindari persaingan, atau menyabot persaingan. Dengan kata lain, itu memaksa kita untuk memposisikan diri kita sendiri. Karena itu, kami dapat mempertimbangkan organisasi dalam konteks ekologis, seolah-olah mereka adalah makhluk yang bersaing untuk hidup di lingkungan yang tidak bersahabat dan tidak terduga yang dicirikan oleh simbiosis.

e. Strategi sebagai perspektif

Sementara definisi strategi keempat melihat ke luar, mencoba menempatkan organisasi di lingkungan eksternal, definisi posisi kelima

terlihat di dalam organisasi, memang di kepala strategi kolektif, tetapi dalam pandangan yang lebih luas. Hal ini berbeda dengan definisi posisi keenam, yang melihat ke luar, berusaha menempatkan organisasi di lingkungan internal. Dalam konteks ini, strategi bukan hanya sudut pandang yang bisa dipilih; sebaliknya, ini adalah metode yang mendarah daging untuk memahami bagaimana dunia bekerja. Definisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsepsi strategi memiliki satu kesimpulan penting, yaitu bahwa semua taktik adalah abstraksi yang hanya ada dalam imajinasi mereka yang memiliki kepentingan dalam hasil. Penting untuk diingat bahwa tidak ada yang pernah menyaksikan atau mengalami strategi secara langsung. Sebaliknya, setiap strategi adalah penemuan, isapan jempol dari imajinasi seseorang. Strategi dapat dirumuskan sebagai niat untuk mengatur perilaku yang akan terjadi, atau dapat disimpulkan sebagai pola untuk menggambarkan perilaku yang terjadi.

Jika dilihat dari sudut pandang yang berbeda, konsep strategi memunculkan beberapa kekhawatiran yang menarik mengenai motivasi dan tindakan sekelompok orang. Jika kita menganggap organisasi sebagai upaya terkoordinasi dari sekelompok orang yang diarahkan pada pencapaian tujuan tertentu, maka perspektif strategis menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana niat dapat dikomunikasikan ke seluruh populasi sehingga mereka dapat menyatu menjadi norma dan nilai, sebagai serta bagaimana pola perilaku dapat tertanam kuat dalam kelompok.

Seperti telah dikatakan sebelumnya, konsep strategi dalam pengertian pendirian dan sudut pandang dapat diselaraskan dengan konsep strategi dalam pengertian rencana dan/atau pola. Namun pada kenyataannya, interaksi antara beberapa definisi ini mungkin lebih rumit. Namun demikian, pengertian strategi yang muncul adalah gagasan bahwa suatu pola yang mungkin berkembang dan dikenali melahirkan suatu rencana formal, mungkin dalam pandangan keseluruhan.

Meskipun ada sejumlah hubungan berbeda yang ada di antara banyak definisi, ada satu hubungan atau definisi yang lebih diprioritaskan daripada yang lain. Definisi-definisi ini dalam beberapa hal bersaing satu sama lain (dalam arti bahwa mereka dapat menggantikan satu sama lain), tetapi mungkin yang lebih penting, mereka saling melengkapi. Setiap definisi memberikan kontribusi komponen penting untuk pemahaman kita tentang strategi secara keseluruhan, yang memaksa kita untuk menyelidiki isu-isu dasar mengenai organisasi secara umum.

Uraian tersebut memperjelas bahwa strategi adalah metode bersaing dengan bisnis lain dengan memanfaatkan kemampuan dan sumber daya suatu organisasi untuk mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan rencana yang dirancang untuk memastikan tujuan utama organisasi. Hal ini dapat dicapai dengan menerapkan strategi.

3. Jenis-Jenis Strategi

Adapun jenis-jenis strategi didalam buku Konsep Manajemen Strategis, David (Guswan 2015:16) menjelaskan bahwa ada beberapa jenis strategi alternative, yaitu :

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi bisnis yang memberikan pengaruh perusahaan atas pemasok, distributor, dan/atau saingannya. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:

1) Intergrasi ke depan

Integrasi kedepan adalah Integrasi semacam ini terkait dengan upaya untuk memperoleh kepemilikan atau tingkat pengaruh yang lebih tinggi atas distributor atau pengecer.

2) Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah semacam integrasi yang bertujuan untuk mendapatkan kepemilikan saham yang lebih besar atau pengaruh atas pemasok perusahaan. Salah satu jenis integrasi dikenal sebagai integrasi horizontal, dan ini melibatkan perusahaan yang mencari peningkatan kepemilikan atau pengaruh atas perusahaan pesaing lainnya.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah suatu bentuk strategi yang memerlukan upaya yang signifikan untuk dilakukan jika organisasi ingin meningkatkan posisi kompetitif barangnya saat ini di pasar.

1) Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah semacam strategi dengan tujuan memperluas pangsa pasar untuk barang atau jasa yang sudah ada di pasar saat ini melalui peningkatan upaya pemasaran.

2) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah metode perencanaan bisnis yang melibatkan pendistribusian produk atau layanan yang ada ke wilayah geografis baru.

3) Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah semacam perencanaan bisnis yang berfokus pada perluasan aliran pendapatan dengan meningkatkan barang atau jasa yang sudah ada atau menciptakan barang atau jasa baru.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu bentuk strategi bisnis di mana bisnis yang ada membuat penambahan lini produk atau penawaran layanannya untuk meningkatkan penjualan secara keseluruhan.

1) Diversifikasi terkait

Diversifikasi terkait adalah suatu bentuk strategi bisnis dimana perusahaan menambah barang atau jasa yang masih terikat dengan produk atau jasa yang sudah ditawarkan perusahaan.

2) Deversifikasi tidak terkait

Deversifikasi tidak terkait adalah semacam strategi bisnis di mana perusahaan memperkenalkan produk atau layanan baru yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan lini bisnis yang sudah dijalankan perusahaan.

d. Strategi defensif

Strategi defensif adalah semacam rencana bisnis di mana keadaan perusahaan memburuk, yang memaksa perusahaan untuk merestrukturisasi untuk menghemat uang pada biaya dan aset untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan, yang juga memburuk.

1) Peciutan

Peciutan adalah metode memerangi penurunan penjualan dan laba yang melibatkan reorganisasi sekaligus memotong biaya dan menjual aset.

2) Devestasi

Defestasi adalah rencana yang melibatkan penjualan divisi atau bagian lain dari perusahaan.

3) Likuiditas

Likuiditas adalah rencana penjualan semua aset perusahaan secara individual untuk memaksimalkan nilai aset tersebut.

Adapun jenis-jenis strategi yang dikemukakan oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam buku Manajemen yang mengklasifikasikan jenis-jenis strategi berdasarkan tingkatan organisasinya, yaitu :

a. Strategi Tingkat Korporasi

Strategi tingkat korporasi adalah (corporate-level strategis) berusaha menentukan apakah yang seharusnya dimasuki atau ingin dimasuki perusahaan. Strategi tindakan korporasi menentukan arah yang akan dituju organisasi itu dan peran yang akan dimainkan oleh tiap unit bisnis organisasi itu dalam mengejar arah itu. Ada tiga strategi korporasi yang utama, yaitu:

- 1) Strategi pertumbuhan adalah strategi yang diterapkan di tingkat perusahaan dengan tujuan meningkatkan tingkat operasi organisasi melalui pengenalan lebih banyak jenis barang.

2) Stabilitas strategi adalah rencana diimplementasikan di tingkat perusahaan yang dibedakan dengan tidak adanya perubahan besar. Beberapa contoh taktik tersebut termasuk terus melayani pelanggan yang sama dengan menyediakan barang atau jasa yang sama, mempertahankan pangsa pasar, dan menjaga laba atas investasi organisasi pada tingkat yang sama.

3) Strategi pembaharuan adalah Mengembangkan solusi untuk mengatasi kekurangan organisasi yang menyebabkan penurunan kinerja, kemudian mengimplementasikan inisiatif tersebut. Terutama ada dua kategori taktik peremajaan yang berbeda : Strategi pengurangan adalah teknik untuk pembaruan selama periode waktu yang lebih singkat, digunakan dalam keadaan ketika masalah kinerja tidak separah itu. Ketika kesulitan dengan kinerja organisasi mencapai tingkat kritis, pendekatan pembaruan yang dikenal sebagai strategi turnaround diimplementasikan.

b. Strategi tingkat perusahaan

Strategi tingkat perusahaan menyelidiki cara-cara di mana perusahaan bersaing di setiap bisnis atau perusahaannya, sesuai kasusnya. Dalam kebanyakan kasus, strategi tingkat perusahaan dan strategi korporat organisasi adalah hal yang sama. Ini adalah kasus dengan organisasi kecil yang secara eksklusif beroperasi dalam satu industri atau dengan organisasi besar yang tidak mendiversifikasi operasi mereka ke lini produk atau segmen pasar lain.

Namun, di perusahaan yang mengoperasikan berbagai industri yang berbeda, setiap divisi akan memiliki strateginya sendiri yang menentukan barang atau jasa yang akan disediakan, klien yang ingin ditarik, dan detail lainnya.

c. Strategi tingkat fungsional

Strategi tingkat fungsional mendukung pelaksanaan strategi tingkat bisnis. Rencana ini perlu didukung oleh strategi tingkat perusahaan untuk bisnis yang mencakup bidang fungsional khas seperti manufaktur, pemasaran, sumber daya manusia, penelitian & pengembangan, dan keuangan.

Seperti yang dikatakan sebelumnya, strategi dapat merujuk pada sudut pandang dan perspektif, sementara juga konsisten dengan strategi yang mengacu pada rencana dan/atau pola. Namun pada kenyataannya, interaksi antara banyak definisi ini mungkin lebih rumit, dan ide strategi yang muncul adalah bahwa pola-pola yang dapat muncul dan diidentifikasi melahirkan rencana formal, mungkin dalam pandangan keseluruhan. Bahkan jika ada sejumlah hubungan berbeda yang ada di antara berbagai definisi, ada satu hubungan yang lebih diprioritaskan daripada yang lain. Definisi-definisi ini bertentangan satu sama lain (dalam arti bisa saling menggantikan), namun pada saat yang sama, mereka saling mendukung satu sama lain.

Pengertian diatas menunjukkan bahwa pengembangan suatu Obyekwisata dapat dilakukan dengan meningkatkan empat komponen utama padasuatu Obyek wisata tersebut yaitu peningkatan atraksi, amenitas, aksesibilitas dan lembaga pendukung (*ancillary*). Dengan adanya empat

komponen disuatu Obyek wisata maka dapat membuat suatu Obyek wisata lebih menarik.

2.2.5. Kawasan Ekonomi Khusus

A. Definisi KEK

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) merupakan Upaya yang dilakukan pemerintah untuk mempercepat laju pertumbuhan ekonomi nasional dengan tujuan untuk menarik lebih banyak investasi melalui pengembangan wilayah yang memiliki manfaat ekonomi dan geostrategis. Wilayah ini telah dioptimalkan untuk memanfaatkan potensinya untuk kegiatan industri, perdagangan internasional, dan usaha ekonomi lainnya dengan nilai moneter yang signifikan (DN KEK RI, 2021).

Dalam perkembangannya, pemerintah melakukan transformasi kebijakan pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus dengan melakukan reorientasi pembentukan KEK sedemikian rupa sehingga tidak hanya menekankan pada percepatan pertumbuhan ekonomi daerah dan pemerataan pembangunan secara nasional yang lebih dikenal dengan KEK Generasi Pertama, tetapi juga mendorong pembentukan KEK yang mampu membangun nilai tambah penguasaan teknologi dan sumber daya. Inilah yang disebut sebagai Kawasan Ekonomi Khusus generasi kedua. Manusia, yang juga dikenal sebagai Kawasan Ekonomi Khusus Generasi kedua, adalah sesuatu yang dapat dicapai dengan membentuk Kawasan Ekonomi Khusus untuk Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi Digital, dan Pemeliharaan, Perbaikan, dan Perombakan. Hal ini dilakukan agar pengelolaan

pertumbuhan Kawasan Ekonomi Khusus dapat terus sinkron dengan proses dinamis ekonomi dan teknologi global.

Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus diharapkan dapat mampu memberikan kontribusi yang optimal dalam rangka pencapaian 4 (empat) agenda prioritas nasional yang tertuang di Nawacita, yaitu:

- Membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah – daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan.
 - a. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia secara menyeluruh.
 - b. Meningkatkan produktivitas individu dan tingkat daya saing mereka di pasar global.
 - c. Memperoleh otonomi ekonomi dengan merelokasi komponen penting dari ekonomi rumah.

B. Sasaran dan Jenis Kegiatan Usaha KEK

Sasaran pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan investasi dengan fokus pada peningkatan wilayah yang berada di kawasan yang memiliki manfaat geoekonomi dan geostrategis.
- b. Meningkatkan efisiensi proses manufaktur, perdagangan internasional, dan kegiatan lain yang berdampak signifikan terhadap perekonomian.
- c. Meningkatkan laju pembangunan daerah dengan membangun pusat-pusat pertumbuhan ekonomi baru guna mencapai keseimbangan laju

pembangunan lintas daerah; dan Membawa perubahan paradigma dalam pembangunan daerah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, termasuk perluasan industri, pariwisata, dan perdagangan, untuk menciptakan lapangan kerja.

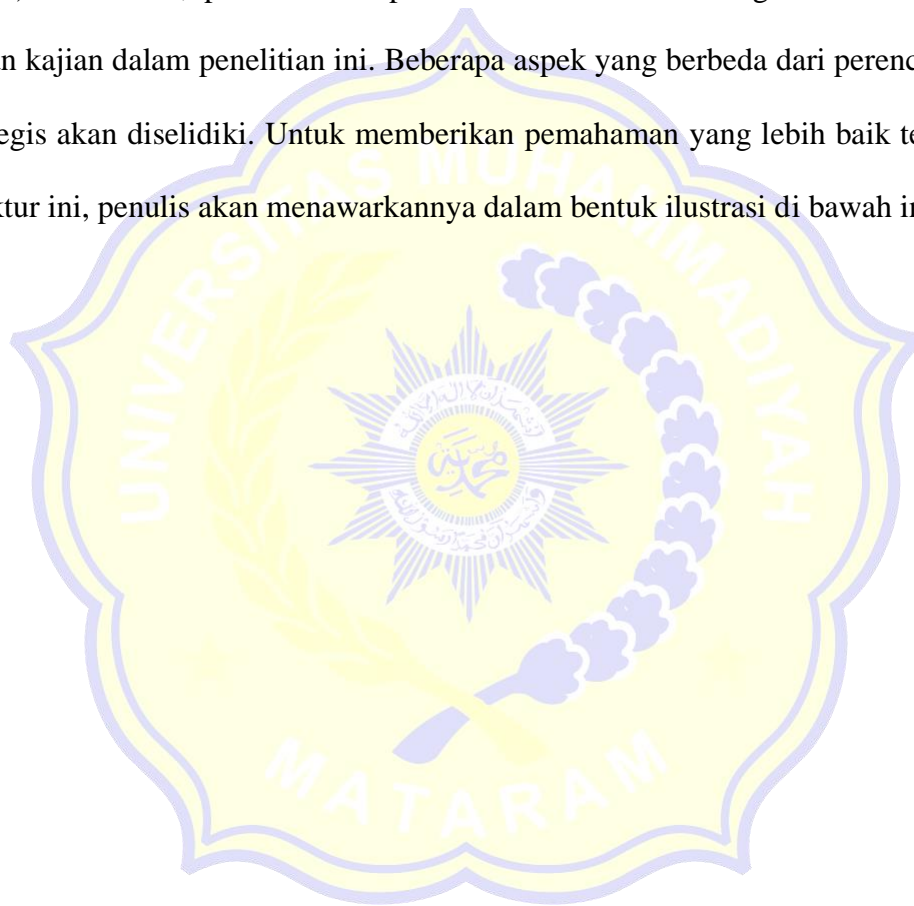
Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) terdiri atas satu atau beberapa kegiatan usaha, sebagai berikut:

1. Produksi dan pengolahan
2. Logistik dan distribusi
3. Riset, ekonomi digital dan pengembangan teknologi
4. Pariwisata
5. Pengembangan energy
6. Pendidikan
7. Kesehatan
8. Olahraga
9. Jasa keuangan
10. Industri kreatif
11. Pembangunan dan pengelolaan KEK
12. Penyediaan infrastruktur KEK
13. Ekonomi lainnya

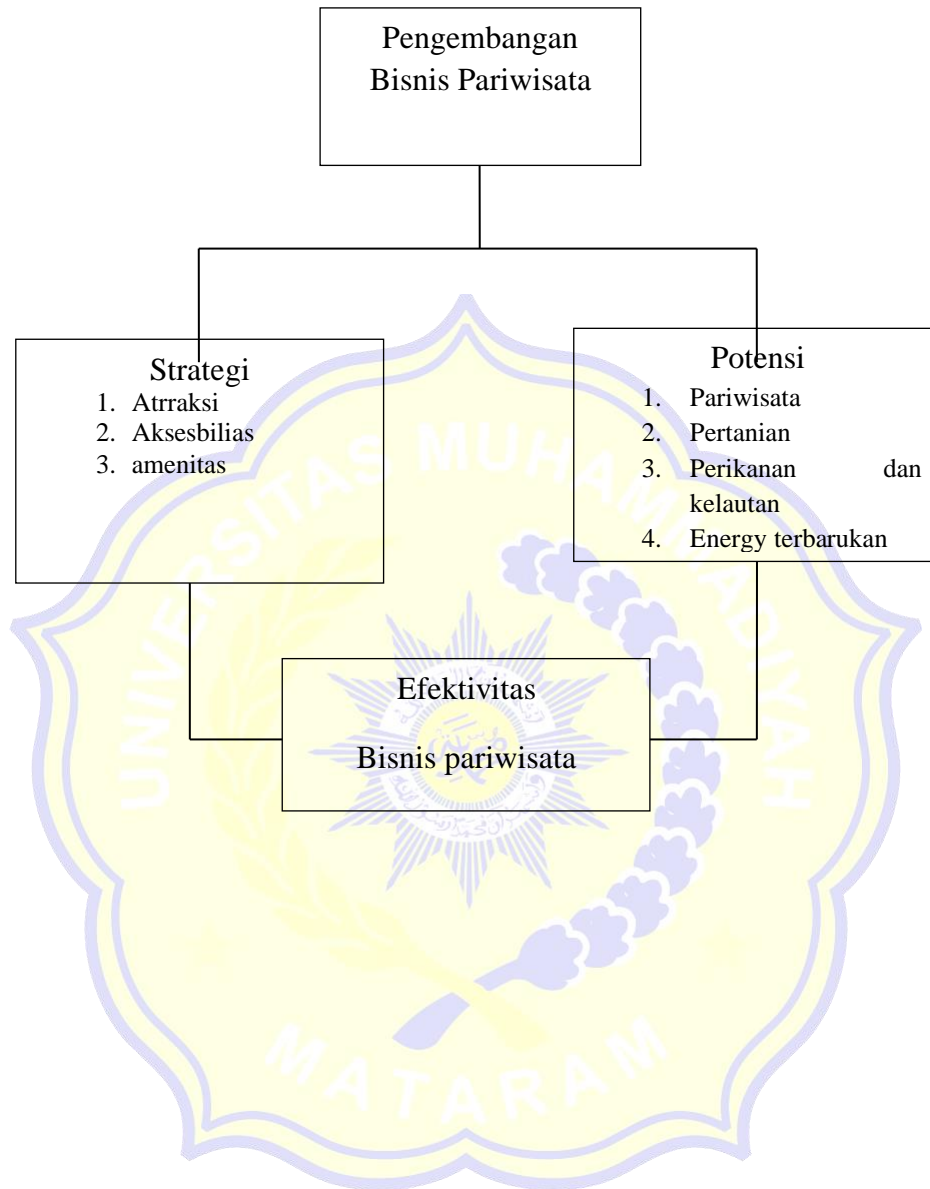
2.2. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai ide dan teori yang digunakan dalam suatu penelitian. landasan atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan hipotesis yang

digunakan dalam suatu penelitian. Penjelasan tentang butir-butir yang membentuk topik masalah dimasukkan dalam kerangka berpikir, yang disusun berdasarkan survei literatur yang relevan. Pemeriksaan lingkungan sekitar, bersama dengan visi, maksud, dan tujuan organisasi atau perusahaan, digunakan sebagai dasar penyusunan rencana pengembangan. Dengan hadirnya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, pertumbuhan pariwisata di Lombok Tengah akan menjadi bahan kajian dalam penelitian ini. Beberapa aspek yang berbeda dari perencanaan strategis akan diselidiki. Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang struktur ini, penulis akan menawarkannya dalam bentuk ilustrasi di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan teknik yang digunakan dalam ilmu pengetahuan untuk mengumpulkan data untuk tujuan tertentu (Sugiono, 2014: 2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif kualitatif. Merupakan praktik umum untuk menyebut metode penelitian kualitatif sebagai metode penelitian naturalistik. Hal ini disebabkan fakta bahwa penelitian kualitatif biasanya dilakukan dalam kondisi alami. Selain itu, metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian interpretatif. Hal ini disebabkan fakta bahwa data penelitian lebih sesuai dengan interpretasi data yang ditemukan di lapangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan subjek penelitian atau temuan penelitian, maka dipilih metode deskriptif untuk penelitian tersebut. Teknik deskripsi dengan tujuan menggambarkan atau memberikan gambaran tentang hal yang sedang dipelajari dengan menggunakan data atau sampel yang telah diperoleh apa adanya, tanpa melakukan analisis atau penarikan kesimpulan yang berlaku untuk pokok bahasan secara keseluruhan (Sugiono, 2012: 29).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk jangka waktu satu bulan dimulai segera setelah penutupan seminar proposal. Lokasi penelitian ini berada di Mandalika, Desa Kuta, Kec. Pujut Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat..

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Yaitu sumber data yang memasok data ke pengumpul data secara langsung. Data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan anggota Pemerintah Desa, pejabat dari kantor ITDC, dan pejabat dari dinas pariwisata NTB merupakan sumber informasi utama yang penulis manfaatkan dalam penelitian ini.

3.3.2 Data Sekunder

Yaitu data yang dikumpulkan dari sumber selain mereka yang secara langsung menawarkan data tersebut. Artikel jurnal, buku, dan berbagai jenis karya ilmiah lainnya yang terkait dengan topik penelitian yang dilakukan merupakan jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Penentuan Informan

Purposive sampling, di mana penelitian dilakukan dengan menggunakan kriteria tertentu dan peserta ditentukan berdasarkan tujuan penelitian, digunakan untuk melakukan proses penentuan informan untuk penyelidikan khusus ini. Selain itu, informan penelitian adalah orang-orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi yang melatarbelakangi penelitian, sebagaimana dikemukakan oleh Hamid Patilama (2013:12). Selain itu, informan adalah orang yang memiliki pemahaman mendalam tentang masalah yang akan diteliti. Oleh karena itu, informan dijadikan sebagai subjek penelitian dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini. Dalam melakukan penelitian

ini, Dinas Pariwisata NTB, Pemerintah Desa, dan Instansi ITDC menjadi subjek penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukannya pengumpulan data dengan metode metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi ialah penelitian suatu fenomena dengan menggunakan observasi metodelis dan dokumentasi dari kejadian tersebut. Tugas yang menjadi tanggung jawab peneliti adalah mengajukan pertanyaan, “Bagaimana pertumbuhan industri pariwisata di Lombok Tengah?.

2. Wawancara

Dalam metode ini, peneliti bertemu langsung dengan nara sumber atau masalah yang diteliti. Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan kepada nara sumber yang telah dipersiapkan sebelumnya. Temuan penelitian berfungsi sebagai bagian penting dari informasi yang didokumentasikan. Untuk memperoleh materi yang relevan dengan judul penelitian, peneliti melakukan wawancara langsung dengan berbagai sumber yang relevan.

3. Dokumentasi

Jika didukung oleh dokumentasi atau lampiran seperti gambar, file, atau makalah yang terkait dengan penelitian, temuan penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara akan memiliki tingkat kredibilitas dan kepercayaan yang lebih besar.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam upaya penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dalam proses pengolahan datanya. Metode analisis data yang dilakukan disebut deskriptif, yang terdiri dari mengumpulkan, menyusun, dan menjelaskan informasi yang telah dikumpulkan secara cermat dari lapangan. Ini termasuk informasi yang telah dikumpulkan dari wawancara, dokumentasi, dan bahan lainnya. Pertama, peneliti akan mengumpulkan data secara metodelis, dan kemudian mereka akan menilai tindakan dan situasi secara mendalam dan dengan deskripsi. Metodologi untuk menganalisis data dalam penelitian ini sebagian menggunakan penelitian yang dilakukan oleh Miles dan Hubberman (2009:84-85) yaitu analisis interaktif dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pengumpulan Informasi

Pengumpulan informasi dilakukan dengan wawancara terhadap *informan* yang *compatible* terhadap penelitian kemudian observasi langsung ke lapangan untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar mendapat sumber data yang di harapkan.

2. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan proses memusatkan perhatian pada penyederhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan di lapangan selama penelitian tujuan melakukan transkrip data (transformasi data) untuk memilih transformasi data yang sesuai dengan permasalahan yang ada terjadi dalam penelitian di lapangan proses pemilihan transformasi data yang sesuai dengan permasalahan yang muncul dalam penelitian di lapangan proses

pemilihan transformasi data yang sesuai dengan permasalahan yang muncul dalam penelitian di lapangan.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yaitu kegiatan kumpulan informasi dalam bentuk teks naratif dan tabel yang bertujuan untuk mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang dipilih yang kemudian disajikan dalam sebuah tabel untuk memudahkan peneliti melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian kumpulan informasi berupa teks naratif dan tabel yang bertujuan untuk mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi terpilih yang kemudian disajikan dalam sebuah tabel untuk dijadikan.

4. Menarik Kesimpulan (*Verifikasi*)

Menarik kesimpulan yaitu penyelidikan signifikansi berbagai pola penjelasan, konfigurasi alternatif, dan rute kausal, serta pernyataan. Verifikasi data penelitian kualitatif dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian sejak awal bulan memasuki lapangan. Selain itu, ketika para peneliti berada di lapangan mengumpulkan data, mereka berusaha menganalisis dan memahami informasi yang telah mereka kumpulkan.