

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian - penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelum penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.Matrik Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Judul Penelitian	Metode	Kesimpulan
1	Reza, 2009 (Strategi Pengembangan Pantai Lombang Di Kabupaten Sumenep)	Analisis SWOT	Hasil penelitian yang diperoleh strategi pengembangan berbasis ekonomikhususnya pembentukan kelompok bisnis cemara udang dan pengembangan produk
2	Apul, 2008 (Strategi pengembangan Pariwisata, Kabupaten Manggarai Barat Flores, Nusa Tenggara Barat)	Analisis SWOT	Peneliti yang bersangkutan meneliti bagaimana mencari alternatif strategi diperoleh hasil tiga prioritas strategi yang pertama medatangkan investor yang kedua pemberdayaan masyarakat lokal dan yang ketiga pengembangan wisata bahari dan agrowisata.
3	Rahmawati, 2009 (Studi Pengelolaan Kawasan Pesisir Untuk Wisata Pantai (Kasus Pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan Jawa Timur)	Analisis <i>Recreation Opportunity Spectrum</i> (ROS)	Peneliti menjelaskan pengelolaan mengedepankan faktor fisik keadaan pantai teleng dan tidak menghilangkan faktor ekonomi dan sosial.

2.2 Pariwisata

Sektor pariwisata merupakan Industri terbesar dan terkuat saat ini di mana Indonesia mengandalkan pariwisata untuk menarik wisatawan domestik maupun lokal. Pariwisata telah memberikan devisa yang lumayan besar bagi Negara (yoeti, 2008).

Pariwisata adalah sebagian dari konsep prespektif yang berbeda. Pariwisata adalah suatu kegiatan untuk merefreshing kepenatan dan juga untuk mengisi waktu liburan bersama keluarga atau teman, pariwisata merupakan bisnis yang (Prasiasa,2011)

Menurut MacIntosh (1995) dalam Yoeti (2008), pariwisata adalah suatu kegiatan yang menimbulkan suatu dorongan untuk melakuakn kegiatan yang positif dan untuk menarik wisatawan biasanya pengelola tempat pariwisata memberikan fasilitas-fasilitas extra agar wisatawan merasa puas dalam melakukan rekreasi.

Menurut Leiper (1981) dalam yoeti (2008) pariwisata merupakan suatu unsur kegiatan yang luas dalam suatu lingkungan, ada lima unsur yang perlu diketahui dalam pariwisata antra lain :

- Wisatawan

Wisatawan yaitu orang yang melakukan kegiatan wisata untuk merefreshing kepenatan atau sekedar mencari hiburan.

- Negara Asal Wisatawan

Negara asal wisatawan yaitu asal wisatawan atau tempat tinggal asli wisatawan.

- Daerah Tujuan

Daerah tujuan ialah daerah tujuan wisat (DTW) yang akan didatangi oleh wisatawan.

- Industri pariwisata

Industri pariwisata adalah perusahaan atau pengelola tempat wisata yang menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan.

2.3 Sumberdaya Pariwisata

Sumberdaya pariwisata adalah tempat yang memiliki potensi untuk dikelola agar bisa dimanfaatkan dan kemudian dijadikan tempat pariwisata. Menurut Hakim(2004), sumber daya pariwisata ada dua meliputi:

2.3.1 Sumber Daya Alam

Sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata alam, sumberdaya alam yang dapat menarik wisatawan adalah sumberdaya alam yang belum tersentuh atau masih alami dan memiliki flora dan fauna yang mempesona dan sumber daya alam yang perlu dikembangkan menjadi sumber daya pariwisata ialah.

- Obyek-obyek yang dikembangkan ialah obyek yang dari alam (hutan, kebun,pantai,dll),
- Sarana dan prasarana yang sudah memadai.
- Keadaan cuaca dan iklim yang tidak ekstrim

2.3.2 Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia disektor pariwisata memiliki peran pengembangan pariwisata, oleh karena itu harus memiliki beberapa kriteriaa meliputi:

- Memiliki etika atau tata krama dalam bekerja yang baik yang menjadi dasar bagi suksesnya pelaksanaan tugas-tugasnya
- Jujur dalam bekerja
- Memiliki toleransi yang tinggi terhadap sesama teman kerjanya
- Bersikap ramah dengan pihak-pihak yang dilayani

- Selalu bersikap menolong terhadap semua pelanggan Loyal atau setia terhadap organisasi dimana pun mereka bekerja

2.3.3 Sumber Daya Buatan (SDB)

Sumber daya buatan adalah sumber daya yang di buat oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya dan sebagai penunjang/perlengkapan kebutuhan sehari hari. Sumber daya buatan dalam obtekt wisata itu ada banyak meliputi

- Tempat ibadah
- Tempat sampah
- Toilet/kamar mandi
- Penginapan
- *Restaurant*

2.4 Potensi dan Peluang Pariwisata

Potensi wisata merupakan obyek wisata yang dirombak menjadi tempat yang bagus dan memiliki daya tarik wisatawan. Potensi wisata dibagi menjadi tiga yaitu potensi alam, potensi kebudayaan, potensi manusia (Nugroho,2011).

- Potensi Alam

Potensi alam adalah keidahan alam yang begitu memukau sehingga indah dilihat dan memiliki daya tarik wisatawan

- Potensi Kebudayaan

Potensi kebudayaan adalah keaneragaman budaya, seni, hasil kerajinan dan peninggalan sejarah yang ditinggal kan oleh orang-orang terdahulu.

- Potensi Manusia

Potensi manusia adalah kemampuan manusia untuk mengeksplor diri dan menunjukkan bakat yang ia miliki misalnya pertunjukan tari, sirkus dll.

Peluang adalah adalah kesempatan/waktu yang tepat yang seharusnya diambil/dimanfaatkan bagi seorang wirausahawan untuk mendapat keuntungan. Untuk menangkap peluang usaha perlu kerja keras dan pengorbanan. Tanpa kerja keras dan keberanian mengambil resiko maka peluang itu hanya akan sebagai peluang yang terus menerus melayang tanpa menghasilkan apa pun. Kunci keberhasilan menangkap peluang diidentifikasi oleh pengalaman dan pendekatan terhadap faktor manusia, sedang kunci keberhasilan lainnya ditentukan oleh teknologi, komunikasi dan informasi (Irvan,2013).

2.5 Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga serta menuntut ilmu dan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau sebuah negara tertentu (Gatipati,2012).

Wisatawan adalah sumber dari pendapatan daerah wisata karena wisatawan berkunjung ke daerah destinasi wisata, wisatawan biasanya melakukan wisata bersama teman, keluarga bahkan sama kekasihnya

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke tempat yang dituju dan sudah direncanakan (Yoeti, 2008), wisatawan dibagi menjadi dua meliputi:

1. Wisatawan Nusantara (dalam negeri)

Definisi wisatawan dalam Negeri adalah penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan ke suatu tempat di dalam wilayah negara tersebut, namun diluar lingkungan tempat tinggalnya sehari-hari untuk jangka waktu sekurang-kurangnya satu malam dan tidak lebih dari satu tahun dan tujuan perjalanannya bukan untuk mendapatkan penghasilan dari tempat yang dikunjungi tersebut.

2. Wisatawan Mancanegara

Pengertian wisatawan mancanegara didefinisikan sebagai orang yang melakukan perjalanan diluar negara tempat tinggal biasanya selama kurang dari 12 bulan dari negara yang dikunjunginya, dengan tujuan bukan untuk memperoleh penghasilan.

2.6 Komponen Pariwisata

Komponen pariwisata adalah produk atau jasa yang tersedia di tempat pariwisata yang di sediakan oleh pengusaha/ pengelola tempat wisata tersebut.

Komponen wisata ini meliputi:

- Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah adanya penginapan atau hotel untuk menginap selama melakukan perjalanan pariwisata

- fasilitas wisata

Sarana dan fasilitas adalah fasilitas yang diperlukan dalam melakukan perjalanan wisata. Fasilitas yang di maksud seperti restaurant atau tempat makan, toko yang menjual oleh-oleh hasil kerajinan tangan, fasilitas kesehatan. Fasilitas keamanan dan paling penting yaitu fasilitas transportasi.

- Kegiatan pariwisata

Kegiatan pariwisata adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan yang mengunjungi obyek wisata.

Komponen Pariwisata menurut Chaniago, (2010) meliputi :

- Objek dan Daya Tarik Wisata

Objek wisata adalah ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, seperti pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dan tumbuhan hutan tropis dan hewan-

hewan langka. Karya manusia seperti museum, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro dan wisata tirta (termasuk wisata bahari di dalamnya, sasaran wisata minat khusus seperti berburu, mendaki gunung, industri dan kerajinan, sungai air deras dan lain-lain.

- Promosi dan Pemasaran Pariwisata

Promosi wisata merupakan satu rancangan untuk memperkenalkan atraksi yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi dapat dikunjungi. Promosi dapat dilakukan melalui pengiriman dan wisata atau mengadakan pameran wisata. Pasar Wisata (masyarakat pengirim wisatawan), informasi mengenai trend perilaku, keinginan, kebutuhan, asal, motivasi dan sebagainya dan wisatawan perlu dikumpulkan dari pengunjung yang berlibur. Hal ini diperlukan untuk menetapkan kebijakan di bidang Pariwisata sehingga dapat memotivasi untuk melakukan Perjalanan wisata.

- Sarana dan Prasarana Pariwisata Pengembangan

Industri pariwisata membutuhkan sarana dan prasarana pariwisata yang mempunyai kaitan dan hubungan yang sangat luas dan dapat menggerakkan sektor-sektor lainnya dalam perekonomian suatu daerah. Sarana dan prasarana pariwisata dapat menentukan jumlah dan lama tinggal wisatawan, besar pengeluaran wisatawan dalam kawasan wisata. Sarana kepariwisataan dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu: Sarana pokok berupa perusahaan-perusahaan yang usahanya sangat tergantung kepada lalu lintas wisatawan dan perjalanan lainnya. Sarana tersebut menyediakan fasilitas pokok untuk memberikan pelayanan. Penyedia fasilitas pokok ini dibagi dua kelompok. Kelompok pertama adalah perusahaan yang kegiatannya merencanakan perjalanan wisatawan, misalnya: biro perjalanan, perusahaan transportasi dan penyelenggara perjalanan lainnya. Kelompok kedua berfungsi memberikan

pelayanan di daerah tujuan wisata, misalnya: hotel, losmen, restoran dan lain-lain.

- Sarana Pelengkap

Sarana pelengkap meliputi fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sedemikian rupa sehingga wisatawan lebih lama tinggal di tempat yang dikunjunginya. Sarana ini berupa fasilitas yang ada hubungannya dengan rekreasi dan olahraga, misalnya : lapangan golf, lapangan tenis, berburu dan sebagainya.

- Sarana Penunjang

Sarana penunjang ini berfungsi agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya, misalnya: klub malam, kasino, opera dan lain-lain. Sarana ini tidak mutlak pengadaanya karena tidak semua wisatawan senang dengan kegiatan ini.

Prasarana Pariwisata yang meliputi fasilitas yang memungkinkan perekonomian dapat berjalan lancar, sehingga memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Fungsi prasarana pariwisata adalah melengkapi sarana pariwisata. terdiri dari :

- Prasarana Umum

Prasarana ini menyangkut kebutuhan umum bagi kelancaran perekonomian, yaitu penyediaan air bersih, pembangkit tenaga listrik, jaringan jalan raya, pelabuhan udara, terminal dan telekomunikasi

- Kebutuhan Masyarakat Umum

Prasarana ini meliputi rumah sakit, apotik, bank, kantor pos, kantor polisi dan kantor pemerintah

2.7 Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata

Terdapat beberapa jenis pengembangan yaitu:

1. Keseluruhan dengan tujuan baru, membangun atraksi di situs yang tadinya tidak digunakan sebagai atraksi.
2. Tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan sebagai atraksi.
3. Pengembangan baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung lebih banyak dan untuk membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebih luas, dengan meraih pasar yang baru

Strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan eksternal suatu pasar. Adapun kegiatan meliputi pengamatan secara hati - hati terhadap persaingan, peraturan, tingkat inflasi, siklus bisnis, keunggulan, dan harapan konsumen, serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.(yoeti, 2011)

Strategi memiliki suatu kekuatan motivasi untuk sebuah organisasi dalam suatu perusahaan seperti manager , karyawan, konsumen, komonitas dan lain-lain, baik secara langsung maupun tidak langsung menerima kelebihan atau pun kekeurangan yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan (gitosudarmo,2001)

Penyusunan rencana yang baik di butuhkan daya dan dana untuk memulai usaha, mengetahui segala unsur kelemahan maupun kekuatan yang dimiliki adapun metode yang digunakan antara yaitu analisis SWOT, analisa

Swot merupakan suatu pendekatan yang menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisa *SWOT* memungkinkan organisasi dan mengimplementasi strategi utama sebagai tahap lanjutan (gitosudarmo, 2001).

Analisa *SWOT* adalah *Internal Strengths Opportunities* dan *threats* ini merupakan sebuah alat yang ditunjukkan untuk menghadapi masalah-masalah dalam sebuah bisnis, analisa swot bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan dan ancaman.(Rangkuti, 2011).



Gambar 1. Diagram analisis *SWOT*

SWOT merupakan alat pencocokan yang penting dalam membantu mengembangkan empat tipe strategi:

- Strategi *SO* atau startegi peluang kekuatan menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal
- Strategi *WO* atau strategi kelemahan-peluang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal.

- Strategi ST atau strategi kekuatan-ancaman menggunakan kekuatan perusahaan untuk menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
- Strategi WT atau strategi kelemahan-ancaman merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman lingkungan.
- Kolom 1: Menentukan faktor-faktor apa saja yang terdapat pada perusahaan dan dibagi menurut jenis faktor yang ada.
- Kolom 2: Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.
- Kolom 3: Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4.00 (outstanding) sampai 1.00 (poor), berdasarkan pengaruh terhadap perusahaan.
- Kolom 4 : Diisi dari perkalian antara bobot dan rating yang didapatkan.

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT.

• Tabel 2. Matriks SWOT

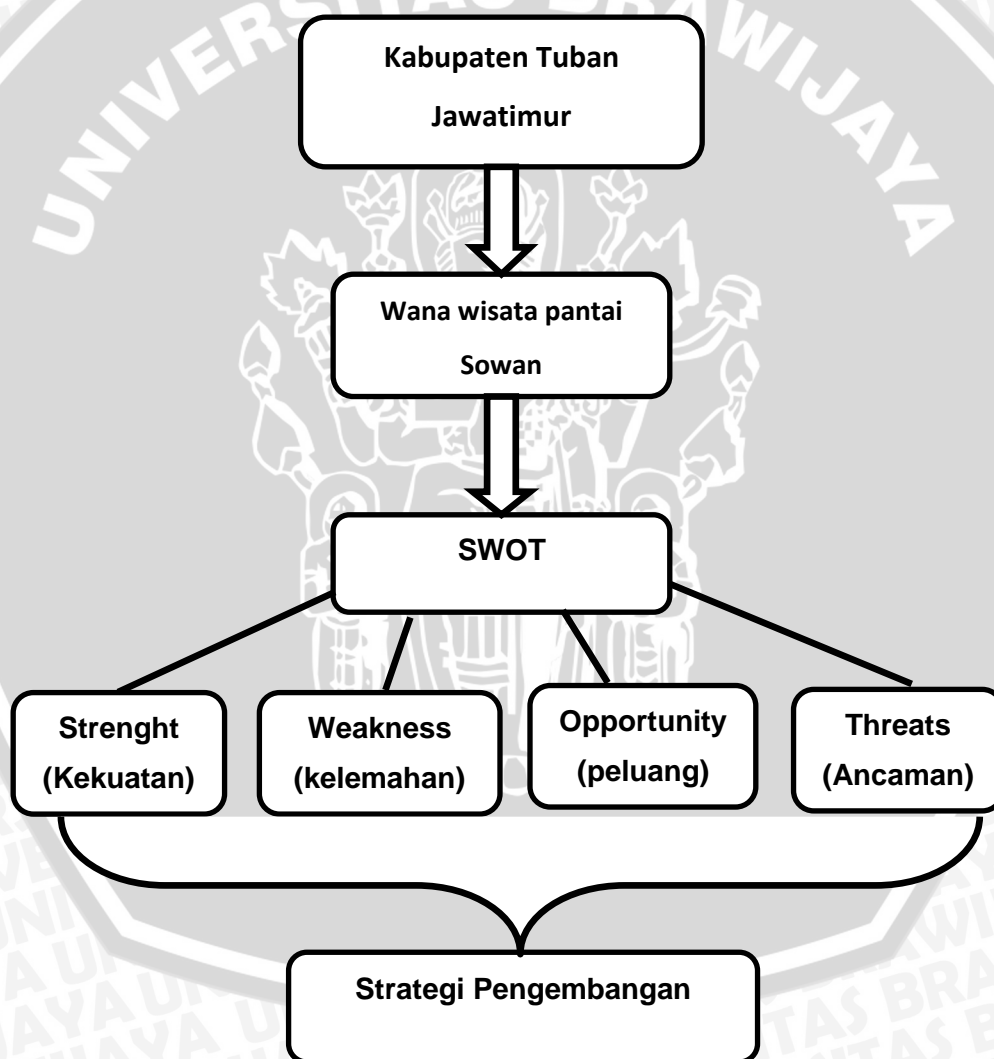
IFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
EFAS	Strategi SO	Strategi WO
Opportunities (O)	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

2.9 Kerangka Berfikir Penelitian

Indonesia merupakan Negara berkembang yang fokus dengan pariwisatanya. Indonesia adalah Negara yang kaya akan sumber daya alamnya, salah satu wilayah yang memiliki banyak tempat wisata adalah Kabupaten Tuban Jawa timur. Tuban memiliki banyak tempat wisata darat maupun di laut, untuk di daratnya ada wisata religi, wisata air terjun dan wisata pemandian air panas, sedangkan untuk wisata air pantainya terletak di utara seperti pantai sowan, pantai kelenteng dan pantai terminal.

Penelitian kali ini akan di bahas tentang strategi pengembangan pantai sowan di Desa Bogorejo Kecamatan Bancar, Kabupaten Tuban. Wana Wisata Pantai Sowan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai kawasan pariwisata bahari untuk dikembangkan dari sumber daya alam, sumber daya manusia dan

sumber daya buatanya, Oleh karena itu dibutuhkan analisis tentang pengelolaan pantai sowan dengan menggunakan analisa SWOT. Analisa SWOT sendiri terbagi menjadi 2 faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman dari pantai tersebut sehingga dapat dilakukan penelitaian strategi pengembangan di pantai sowan. Adapun kerangka berfikir di bawah ini pada gambar 2



Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian