

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Definisi Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *stratus* yang berarti militer dan *eg* yang berarti pemimpin, yang berarti seni atau ilmu untuk jadi pemimpin. Menurut Candler Rangkuti, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, dengan rencana tindak lanjut dan lokasi sumber daya yang diprioritaskan.¹ Strategi merupakan sekumpulan ketentuan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan dengan mengadaptasi sumber daya organisasi dengan peluang dan ancaman yang dihadapi dalam lingkup industri.² Salah satu elemen yang memiliki dampak besar dalam pencapaian tujuan ketika membuat strategi adalah sumber daya manusia.³

Menurut Henry Mintzberg, seorang pakar bisnis dan manajemen, konsep strategi dapat dibagi menjadi lima definisi. Strategi sebagai posisi, strategi sebagai pola, strategi sebagai rencana, strategi sebagai sudut pandang.⁴ Strategi diperlukan untuk mendorong suatu kegiatan agar berhasil secara maksimal. Tanpa strategi yang matang, kegiatan tidak akan berjalan dengan baik dan tidak bermanfaat bagi masyarakat. Strategi pada dasarnya adalah suatu perencanaan (*planning*) dan cara untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai suatu tujuan strategi tidak berperan sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah tujuan, tetapi strategi harus menunjukkan strategi operasionalnya.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu skema perencanaan umum, yang terdiri dari tahapan-tahapan untuk mencapai suatu tujuan, dimulai dengan metode pelaksanaan dan langkah-langkah sebagai pedoman dalam segala hal yang digunakan untuk mencapai tujuan. Tindakan untuk mencapai tujuan tidak terlepas dari strategi, dengan demikian semua perencanaan kegiatan dapat tercapai dengan baik. Dan tentunya tidak dapat dipisahkan dan harus dilaksanakan dengan strategi yang matang.

¹ Rangkuti Freddy, *“Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT “*, (Jakarta : PT Gramedia, 2016), 3.

² Mudrajad Kuncoro, *“Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0”*, (Yogyakarta : Erlangga, 2020), 1-2.

³ Husein Umar, *Strategic Management In Action*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), 26.

⁴ Ismail Sholihin, *“Managemen Strategic”*, (Jakarta : Erlangga, 2021), 25-28.

B. Pengembangan Destinasi Wisata

1. Pengertian Pengembangan

Pengembangan berasal dari kata berkembang yang berarti aksi tumbuh dan menjadi maju. Maka dari itu, pengembangan adalah mengatur sesuatu yang telah ada. Pengembangan adalah suatu proses yang dilakukan secara formal dan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kemampuan sebuah bisnis untuk tumbuh.⁵ Dalam setiap bidang atau usaha, pengembangan merupakan faktor kunci dalam membuat usaha lebih berharga dan memberikan manfaat baik secara ekonomi dan sosial. Pengembangan destinasi wisata merupakan upaya untuk memperbaiki kondisi tempat-tempat yang dikunjungi untuk tujuan wisata dan pasar tujuan tersebut untuk pengunjungan potensial.⁶

Menurut Bong and Gall mendefinisikan pengembangan merupakan sebuah proses yang dipakai untuk mengembangkan dan memvalidasi produk-produk yang sudah ada atau mengembangkan produk baru, bisa juga pengembangan digunakan untuk menemukan pengetahuan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi. Pendapat lain juga mendefinisikan pengembangan adalah usaha mengembangkan suatu produk untuk dimanfaatkan atau digunakan bukan untuk menguji teori. Sedangkan Seals dan Richey, mendefinisikan pengembangan merupakan prosedur atau langkah-langkah pengkajian secara sistematis terhadap desain pengembangan dan evaluasi program, proses dan produk yang harus memenuhi kriteria validitas, praktis dan efektif.⁷

2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan merupakan suatu proses melakukan perubahan secara terencana terhadap wilayah atau daerah baik dari segi sosial, ekonomi, lingkungan, infrastruktur dan lain sebagainya. Dengan kata lain pengembangan harus dilakukan dengan perencanaan. Dalam hal ini, tentunya berkaitan dengan

⁵Risma Martini, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Ketanger Baturaden”, *Skripsi : Purwokerto :IAIN Purwokerto*, 2016), 29-30.

⁶Evi Rusvitasari, Agus Sholihin, “Strategi Pengembangan Wisata Alam dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang”, *Jurnal Pariwisata Indonesia*, Vol 10, no. 1, (2014) : 7, diakses pada tanggal 16 januari 2022, <http://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/184/143>.

⁷Fahrurrozi, Mohzanah, “Pengembangan Perangkat Pembelajaran : Tinjauan Teoritis dan Praktis”, (Nusa Tenggara Barat : Universitas Hamza/nwadi Press, 2020), 3.

sektor pariwisata, maka dari itu melakukan pengembangan pariwisata merupakan bagian dari pengembangan wilayah atau daerah.⁸

Pengembangan bertujuan untuk mengembangkan suatu produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap. Lebih menekankan suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna maupun berguna, dengan kata lain pengembangan berarti pembangunan yang dilakukan secara terusmenerus sampai mendapatkan hasil yang diharapkan. Pengembangan pariwisata merupakan suatu strategi yang digunakan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan. Selain itu, mampu memberikan manfaat bagi wisatawan, industri pariwisata (investor), pemerintah, dan masyarakat lokal dimana daerah tujuan wisata tersebut berada.⁹

Dalam pengembangan pariwisata harus mempunyai komponen-komponen untuk menarik wisatawan dalam berkunjung, menurut Cooper, Fletcher, Gilbert, Steperd dan Wanhill dalam Sunaryo mengemukakan bahwa ada 4 komponen yang harus dimiliki antara lain:

a. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi merupakan komponen yang dapat mempengaruhi ketertarikan wisatawan. Ada banyak alasan mengapa orang berwisata ke suatu daerah. Beberapa yang paling umum adalah untuk melihat keseharian penduduk setempat, menikmati keindahan alam, menyaksikan budaya yang unik, atau mempelajari sejarah. Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata yang dapat diminati oleh wisatawan. Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata.

b. *Amenity* (Fasilitas)

Fasilitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Secara umum pengertian fasilitas adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana

⁸ Mohamad Ridwan, Windra Aini, “*Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*”, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), 14.

⁹ I Made Suniastha Amerta, “*Pengembangan Pariwisata Alternatif*”, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), 14.

yang dimaksud seperti: penginapan (*accommodation*), rumah makan (*restaurant*), transportasi dan agen perjalanan.¹⁰

c. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi merupakan dapat menjadi akses penting dalam pariwisata. Disisi lain akses identik dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

d. *Ancilliary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan atau sering disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk: pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan peraturan perundang-undangan baik di objek wisata maupun di jalan raya.¹¹

Jadi, Strategi pengembangan pariwisata yang digunakan terdiri dari 4 komponen yaitu *Attraction* (Atraksi), *Amenity* (Fasilitas), *Accessibility* (Aksesibilitas), dan *Ancilliary* (Pelayanan Tambahan). Dari penegrtian diatas penulis menyimpulkan bahwa pengembangan wisata adalah suatu cara pelaksanaan perubahan secara terencana yang bertujuan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi kepariwisataan yang mampu memberikan manfaat bagi wisatawan, industri pariwisata, pemerintah, dan masyarakat lokal yang ada di destinasi wisata tersebut.

3. Destinasi Wisata

Menurut KBBI destinasi artinya tempat tujuan, secara konvensional destinasi bisa dikatakan sebagai wilayah geografis,

¹⁰ Sunaryo Bambang, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), 159.

¹¹ Sunaryo Bambang, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, 159.

seperti negara, pulau, atau kota. Beroreintasi pada wilayah geografis, destinasi adalah wilayah yang terdiri dari semua layanan dan infrastruktur yang diperlukan untuk masa tinggal segmen pariwisata tertentu.¹² Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebageaian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara suka rela dan bersifat sementara untuk bersenang-senang menikmati obyek dan daya tarik wisata.¹³ Potensi adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut.¹⁴

Destinasi wisata merupakan suatu tempat yang tidak saja menyediakan segala sesuatu yang dapat dilihat wisatawan, namun juga menawarkan aktivitas yang dapat dilakukan pada tempat tersebut dan menjadi daya tarik yang memikat orang untuk berkunjung ke tempat tersebut. Dari berbagai pendapat harusnya, destinasi wisata merupakan kawasan yang memiliki ciri khas atau keunikan agar dapat memberikan pesona atau daya tarik seorang pengunjung selama kunjungannya dan bahkan dapat memikat lebih lama dengan berkunjung kembali pada destinasi tersebut. Destinasi wisata adalah salah satu elemen yang paling penting karena menjadi alasan orang - orang melakukan perjalanan wisata serta daya tarik wisata yang ada di dalamnya akan menarik kunjungan wisatawan.¹⁵

a. Destinasi Wisata dalam Perspektif Islam

Pariwisata dikenal dengan istilah bahasa arab dengan kata “al-Siyahah, al-Rihlah, dan al-Safar” atau dalam bahasa Inggris dengan istilah “tourism”. Secara definisi berarti suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok didalam wilayah negara sendiri ataupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun masyarakat dalam rangka memenuhi keinginan wisatawan (pengunjung)

¹² Fauziah Eddyono, “*Pengelolaan Destinasi Pariwisata*”, (Jawa Timur : Uwais Inspirasi Indonesia, 2021), 68-69.

¹³ Marsono, “*Agro dan Desa Wisata Profil Desa Wisata di Daerah Yogyakarta dan Jawa Tengah*”, (Yogyakarta:Gadjah Mada University Press, 2019), 2.

¹⁴ Popon Srisusilawati, Dkk, “*Manajemen Pariwisata*”, (Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA, 2022), 46-47.

¹⁵ Selfi Budi Helpiastuti, “Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana *Grand Opening* “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember)”, *Jurnal of Tourism and Creativity*, Vol 2, no. 1 (2019) : 17, diakses tanggal 18 Januari 2021, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13837>.

dengan tujuan tertentu. Dari defisini tersebut terlihat penekannya pada kata perjalanan atau wisata dalam bahasa Sansekerta atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan Travel dan Safar dalam bahasa Arab. Jika dikaji secara mendalam dari istilah semua makhluk yang berada dijagat raya ini tidak akan terlepas dari perjalanan.¹⁶

Dalam Al-Qur'an tidak ditemukan kata pariwisata secara harfiah, namun terdapat kata yang menunjukkan pengertian dengan lafadz dan makna secara umum. "Saha Yahsihu-Saihan-Siyahah-Sa ihun" yang artinya berjalan atau bepergian, terdapat dalam Qs. Al-Taubah ayat 2 dan 112 :

فَسَيَحْضُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِرِي اللَّهِ وَأَنَّ
اللَّهَ مُحْزِي الْكٰفِرِينَ ۚ

Artinya : "Maka berjalanlah kamu (kaum musyirikin) di bumi selama empat bulan dan ketahuilah bahwa kamu tidak dapat melemahkan Allah, dan sesungguhnya Allah menghina orang-orang kafir." (Surat At-Taubah, ayat 2).¹⁷

التَّائِبُونَ الْعِبَادُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّكَعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَفِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ
الْمُؤْمِنِينَ ۙ

Artinya : "Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, beribadah, memuji (Allah), mengembara (demi ilmu dan agama), rukuk, sujud, menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang yang beriman." (Surat At-Taubah, ayat 112).¹⁸

Dalam dua ayat diatas dijelaskan tentang anjuran melakukan perjalanan dimuka bumi dalam rangka melakukan ibadah dan anjuran bertamasya ke suatu negeri untuk melihat

¹⁶ Johar Arivin, "Wawasan Al-Qur'an dan Sunnah Tentang Pariwisata", *Jurnal An-Nur*, Vol 4, no. 2, (2015): 1-2, diakses pada tanggal 24 Febuari 2022, <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Annur/article/view/2057>.

¹⁷ Alqur'an At-Taubah ayat 2, "Al-Qur'an dan Terjemahnya", (Banten : Forum Pelayan Al-Qur'an, Yayasan Pelayan Al-Qur'an Mulia, 2016), 187.

¹⁸ Alqur'an At-Taubah Ayat 112, "Al-Qur'an dan Terjemahnya", (Banten :Forum Pelayanan Al-Qur'an, Yayasan Pelayan Al-Qur'an Mulia, 2016), 205.

pemandangan dan keagungan ciptaan Allah SWT. Bahkan Allah memuji orang-orang yang melakukan perjalanan, wisatawan dan pelancong dengan istilah “Al-Saih” bersamaan dengan orang taubat, memuji Allah, orang yang ruku’, orang yang sujud, berjihad, dan beramar ma’ruf dan nahi munkar.

Dalam Islam dikenal istilah hijrah, haji, ziarah, dan mencari ilmu pengetahuan yang merupakan factor yang dijadikan alasan Islam untuk mendorong umatnya untuk melakukan perjalanan. Keberhasilan manusia dalam mencapai kemajuan dibidang ilmu, teknologi, komunikasi, transportasi, telah memberikan kemudahan dalam melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian kebiasaan melakukan perjalanan wisata memiliki peran yang besar dalam kehidupan suatu komunitas bangsa.¹⁹

Dalam Al-Qur’an telah dijelaskan tentang tujuan berwisata, tujuan Islam dalam menggalakan pariwisata yang merupakan tujuan paling utama adalah untuk mengenal Tuhan. Dalam berbagai ayat Al-Qur’an Allah SWT menyeru manusia untuk melakukan perjalanan diatas bumi dan memikirkan berbagai fenomena dan penciptaan alam. Berbisnis dapat membuka peluang usaha sebagai salah satu pemberdayaan potensi daerah. Pedagang menjadi salah satu tujuan terpenting dari pariwisata, dalam islam, mencari penghasilan melalui usaha yang benar dan halal merupakan salah satu hal yang sangat dianjurkan. Berbagai ayat dan riwayat islam menunjukkan pujian kepada usaha perekonomian yang sehat sebagaimana ibadah-ibadah lainnya. Imam Ali r.a berkata, “Berdaganglah agar Allah menurunkan berkahnya kepadamu”.

Dorongan islam terhadap umatnya untuk melakukan perjalanan wisata adalah untuk mendapatkan kesempatan yang sehat dan bermanfaat bisa diraih dengan cara melakukan perjalanan dari kota ke kota atau dari negara ke negara lain. Menyaksikan berbagai ciptaan Tuhan yang indah, seperti gunung-gunung yang menjulang tinggi, sungai-sungai yang mengalir deras, mata air yang jernih, atau hutan-

¹⁹ Johar Arivin, “Wawasan Al-Qur’an dan Sunnah Tentang Pariwisata”, *Jurnal An-Nur*, Vol 4, no2, (2015): 3-6, diakses pada tanggal 24 Febuari 2022, <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Annur/article/view/2057>.

hutan yang hijau dan lautan yang penuh ombak, ini semua akan menambah kekuatan iman kepada Allah.²⁰

Destinasi wisata perlu fokus pada peningkatan target dan langkah-langkah terpadu untuk meningkatkan tenaga kerja dan perkembangan fisik pekerja. Kedua hal ini perlu dikaitkan agar pengembangan menjadi realistis dan proposional. Agar suatu obyek wisata menjadi daya tarik wisata yang sukses maka diperlukan sarana dan prasarana yang lengkap agar memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan untuk berkunjung. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan untuk menunjang pengembangan obyek wisata.²¹

C. BUMDes (Badan Usaha Milik Desa)

1. Pengertian BUMDes

Badan usaha milik desa adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah desa dan masyarakat yang untuk mengelola berdasarkan kebutuhan dan perekonomian desa. BUMDes di dasarkan pada undang-undang dan peraturan yang mengatur perjanjian dengan masyarakat desa. Tujuan BUMDes adalah untuk membantu meningkatkan dan memperkuat perekonomian desa. BUMDes berfungsi sebagai lembaga komersial dengan sumber daya lokal yang berorientasi laba, dan lembaga sosial memberikan kontribusi untuk penyediaan pelayanan sosial bagi kepentingan masyarakat.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah salah satu program strategi program pemerintah yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang tinggal dipedesaan. Sejak di sahkannya Undang-Undang (UU) enam tahun 2014 tentang desa, BUMDes berperan sebagai lembaga sosial dan komersial. Pada dasarnya BUMDes dilaksanakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan

²⁰Johar Arivin, "Wawasan Al-Qur'an dan Sunnah Tentang Pariwisata", *Jurnal An-Nur*, Vol 4, no2, (2015): 8-10, diakses pada tanggal 24 Febuari 2022, <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Annur/article/view/2057>.

²¹Selfi Budi Helpiastuti, "Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana *Grand Opening* "Pasar Lumpur" Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember)", dalam *Jurnal of Tourism and Creativity*, Vol 10, no 1 (2019), 18-19, diakses pada tanggal 18 Januari 2022, melalui <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13837>

mengelola potensi yang ada didesa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.²²

2. Peran BUMDes Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Peran BUMDes adalah sebagai berikut :

- a. Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi masyarakat desa, pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya.
- b. Berperan secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat.
- c. Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahananperekonomian nasioanl dengan BUMDes sebagai pondasinya.
- d. Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat desa.
- e. Membantu para masyarakat untuk meningkatkan penghasilannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kemakmuran masyarakat.²³

3. Ekonomi Masyarakat Desa

a. Pengertian Ekonomi Masyarakat Desa

Ekonomi adalah ilmu tentang sifat dan aksi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, bermacam-macam dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui perubahan-perubahan aktivitas produksi, konsumen dan distribusi. Menurut Muammar, kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani oikos dan nomos yang berarti keluarga, rumah tanggadan nomos berarti aturan, kaidah dan pengelolaan. Dengan demikian membicarakan ekonomi berarti membicarakan aturan, kaidah dan cara mengelola suatu rumah tangga manusia.

Berdasarkan bergantinya zaman arti asli dari ekonomi berkembang menjadi baru sejalan dengan perkembangan ekonomi menjadi suatu ilmu. Kini sebagai ilmu ekonomi pengetahuan yang tersusun menurut cara yang beraturan dalam mengatur rumah tangga. Pada dasarnya

²² Rianto Nugroho dan Firre An Suprpto, “*Badan Usaha Milik Desa Bagian 3: Oprasional dan Bentuk BUMDes*”, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2021), 7-12.

²³ Samadi, dkk, “Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat (Studi pada BUMDes Desa Pekan Tebih Kecamatan Kepenuhan Hulu Kabupaten Rokan Hulu)”, *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, no. 1(2015) : 7-8, diakses pada tanggal 20 Desember 2021, <https://www.neliti.com/publications/110259/peranan-badan-usaha-milik-desa-bumdes-dalam-peningkatan-ekonomi-masyarakat-studi>.

disini rumah tangga memiliki arti yang luas, yaitu menunjuk pada suatu kelompok sosial yang dapat dianggap sebagai rumah tangga kelompok sosial ini dapat terwujud perusahaan, kota, maupun negara.²⁴

Ilmu ekonomi adalah ilmu yang sangat luas cakupannya sehingga sangat sulit mendefinisikan gambaran yang tepat tentang analisis dalam ilmu ekonomi secara cepat. Dalam upaya memberikan definisi yang jelasm ulmu ekonomi selalu dihubung-hubungkan dengan kondisi kelangkaan sumber daya dengan kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Fokus produksi selalu diasumsikan tidak mampu memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Oleh karena itu, individu dan perusahaan harus selalu membuat pilihan, banyak para ahli ekonomi mendefinisikan berdasarkan kenyataan tersebut. P.A Samuelson mendefinisikan ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa menggunakan uang, dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. Tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikan untuk kebutuhan konsumsi sekarang dan di masa yang akan datang kepada individu dan berbagai sektor masyarakat.²⁵

Teori ekonomi memiliki empat unsur yaitu pertama, definisi-definisi yang menjelaskan dengan baik tentang variabel-variabel yang sifat hubungannya diterangkan dalam teori tersebut, sifat hubungannya bisa saja searah atau juga tidak searah. Kedua, asumsi-asumsi atau pemisalan-pemisalan harus ada dalam menerangkan keadaan yang terjadi. Asumsi merupakan suatu upaya menyederhanakan masalah yang sebenarnya untuk memudahkan dalam melakukan analisis. Ketiga, hipotesis mengenai sifat hubungan di antara variabel yang dibicarakan. Keempat,

²⁴ Iwan Sodogoron Harahap, “Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP) di Desa Hanopan Kecamatan Arse Kabupaten Tapanuli Selatan”, *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, Vol 2, no. 2 (2018) : 6, diakses pada tanggal 20 Januari 2022, <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah/article/view/279/pdf>.

²⁵ Busra, dkk, “*Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*”, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2020), 12.

beberapa ramalan terhadap keadaan yang akan terjadi di masa yang akan datang.²⁶

Menurut beberapa ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas didalam kerangka syariah. Ilmu yang mempelajari perilaku seorang muslim dalam suatu masyarakat islam yang dibingkai dengan syariah definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori, benar atau salah harus tetap diterima.

Definisi yang lengkap mengakomodasikan sejumlah persyaratan yaitu karakteristik dari pandangan hidup islam. Syarat utama adalah memasukan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah. Menurut Muhammad Abdul Mannan, ilmu ekonomi islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai islam.²⁷

Masyarakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnyadan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Sedangkan menurut Paul B Horton dan C. Hunt, masyarakat merupakan kumpulan manusia yang relatif mandiri, hidup bersama-sama dalam waktu yang cukup lama, tinggal disuatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan yang sama serta melakukan sebagian besar kegiatan kelompok atau kumpulan manusia tersebut. Masyarakat atau yang diterjemahkan dari istilah society adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup atau sebaliknya, dimana kebanyakan interaksi adalah antara individu-individu yang terdapat dalam kelompok tersebut.

²⁶ Busra, dkk, "*Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*", (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020), 13-15.

²⁷ Saprida, dkk, "*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*", (Jakarta : Kencana, 2021), 3-4.

Kata masyarakat berasal dari bahasa Arab musyarakah, menurut arti yang lebih luasnya, masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas.

Masyarakat masyarakat merupakan sebuah kelompok atau komunitas yang interdependen atau individu yang saling bergantung antara yang satu dengan yang lainnya. Pada umumnya sebutan masyarakat dipakai untuk mengacu sekelompok individu yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur. Syaikh Taquuddin An-Nabhani seorang pakar sosiologi menjabarkan tentang definisi masyarakat merupakan sekelompok manusia bisa disebut sebagai suatu masyarakat apabila mempunyai pemikiran, perasaan, serta sistem atau aturan yang sama. Dengan kesamaan itu, manusia lalu berhubungan saling berinteraksi antar sesama mereka berdasarkan kepentingan bersama. Masyarakat sering dikelompokkan berdasarkan cara utamanya dalam mencari penghasilan atau kebutuhan hidup. Beberapa ahli mengelompokan masyarakat sebagai, masyarakat portal nomadis, masyarakat pemburu, masyarakat bercocok tanam, dan masyarakat agrikultural intensif disebut juga sebagai masyarakat peradaban.²⁸

Masyarakat desa adalah subjek dan sekaligus objek pembangunan desa. Sebagai subjek pembangunan desa, maka masyarakat desa adalah pelaku dan pelaksanaan pembangunan desa, sedangkan sebagai objek pembangunan, masyarakat desa adalah penerima dan menikmati hasil-hasil pembangunan desa.

Untuk membangun desa secara maksimal, masyarakat desa harus mampu mengenali potensinya, adapun tujuan pengembangan potensi desa bagi masyarakat desa antara lain sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan partisipasi masyarakat desa mulai dari kebijakan desa, perencanaan pembangunan, pelaksanaan dan pengawasan pembangunan desa.
- 2) Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat desa dalam mengambil keputusan yang penting dalam

²⁸ Suwari Akhmaddhian, Anthon Fathanudien, "Partisipasi Masyarakat dalam Mewujudkan Kuningan Sebagai Kabupaten Konservasi (Studi Kabupaten Kuningan)", *Jurnal Unifikasi*, Vol 2, no 1 (2015): 12-13, diakses pada tanggal 21 Januari 2022, <https://journal.uniku.ac.id/index.php/unifikasi/article/view/26>.

menyelesaikannya permasalahan-permasalahan yang ada didesa.

- 3) Meningkatkan kemampuan berusaha dan menangkap peluang-peluanh usaha untuk selanjutnya diterapkandalam pembangunan desa.

Dalam praktiknya potensi pembangunan desa belum banyak diidentifikasi oleh pemerintah desa dan masyarakat desa. Hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan dan kompetensi pemerintah desa dan masyarakatnya. Mengembangkan potensi desa untuk menjadi sumber pendapatan masyarakat dalam praktiknya tidaklah segampang membalikan telapak tangan. Masyarakat desa yang minim kemampuan dan kemauan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas dirinya menjadi kendala untuk meningkatkan kualitas potensi desa. Untuk itu peningkatan kualitas sumber daya manusia mulai masyarakat desa, pemerintah desa, dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) perlu menjadi perhatian semua pihak.²⁹

- b. Dampak Wisata Terhadap Ekonomi Masyarakat

Pariwisata disambut sebagai industri yang membawa aliran devisa, lapangan pekerjaan dan cara hidup modern. Industri pariwisata memberikan keunikan tersendiri dibandingkan dengan sektor ekonomi lain karena keempat faktor berikut ini.

Pertama, pariwisata adalah industri ekspor fana (invisible export industry). Segala transaksi yang terjadi di industri pariwisata berupa pengalaman yang dapat diceritakan kepada orang lain, tetapi tidak bisa dibawa pulang sebagai cinderamata. *Kedua*, setiap kali wisatawan mengunjungi destinasi, ia selalu membutuhkan barang dan jasa tambahan, seperti transportasi dan kebutuhan air bersih. Barang dan jasa tambahan harus diciptakan dan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Ketiga, pariwisata sebagai produk yang terpisah-pisah (fragmented), tetapi terintegrasi dan langsung mempengaruhi sektor ekonomi lain. UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan secara jelas menyatakan, pariwisata berkaitan dengan banyak sektor atau multisektor. Koordinasi strategis lintas sektor terkait dengan pariwisata diantaranya dengan

²⁹ Abdul Rahman Suleman, dkk, “BUMDes Menuju Optimalisasi Ekonomi Desa”, (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2020), 30-31.

bidang pelayanan ke pelayanan kepebeanaan, keimigrasian, dan karantina, bidang keamanan dan ketertiban, bidang prasarana umum yang mencakupi jalan, air bersih, listrik telekomunikasi, dan kesehatan lingkungan, bidang transportasi darat, laut, dan udara, dan bidang promosi pariwisata dan kerja sama luar negeri. Kerja sama antar sektor harus diatur dengan tata kerja, mekanisme dan hubungan yang baik untuk manfaat bersama. *Keempat*, pariwisata merupakan ekspor yang sangat tidak stabil. Sifat kepariwisataan yang dinamis dan musiman membuat industri ini mengalami fluktuasi yang sangat tinggi. Industri pariwisata rentan akan banyak hal, seperti politik, sosial budaya, dan pertahanan keamanan.

Pariwisata memberikan keuntungan sebagai dampak positif, yang juga memberikan kerugian sebagai dampak negatif. Beberapa keuntungan dari pariwisata terhadap perekonomian di antaranya sebagai berikut:

Kontribusi pariwisata dalam devisa pada neraca penerimaan negara.

- 1) Menghasilkan pendapatan bagi masyarakat.
- 2) Menghasilkan lapangan pekerjaan.
- 3) Meningkatkan struktur ekonomi.
- 4) Membuka peluang investasi.
- 5) Mendorong aktivitas wirausaha (*interpreneurships*).

Selain keuntungan-keuntungan itu, pariwisata memberikan dampak merugikan bagi masyarakat diantaranya sebagai berikut:

- a) Bahaya ketergantungan (*overdependence*) terhadap industri pariwisata.
- b) Peningkatan inflasi dan nilai lahan.
- c) Peningkatan frekuensi impor.
- d) Produksi musiman.
- e) Pengambilan modal lambat (*low rate return on investmen*).
- f) Mendorong timbulnya biaya eksternal lain.³⁰

D. Analisis SWOT

Pada dasarnya analisis SWOT merupakan singkatan yang terdiri dari 4 kata yaitu *strenghts, weaknesses, opportunities, dan treats*. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk

³⁰Ismayanti, “*Pengantar Pariwisata*”, (Jakarta: Grasindo, 2010), 186-191.

mengevaluasi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*treats*) dalam pengembangan destinasi wisata. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategi klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Pada dasarnya analisis SWOT mempunyai anggapan bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik, antara sumber daya internal (kelemahan dan kekuatan) dengan keadaan eksternal (peluang dan ancaman).³¹

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dalam memilih hal yang dapat mempengaruhi faktor-faktornya. Terdapat 4 fakto-faktor analisis SWOT antara lain sebagai berikut :

1. *Strenghts* (Kekuatan)

Strenghts merupakan sebuah keadaan yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kemampuan khusus atau sebuah kemampuan unggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Faktor-faktor Kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. Apabila sebuah organisasi memiliki hak khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan stakeholders maupun pelanggan maka mudah terlihat.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

Weaknesses merupakan keadaan atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi yang lain.

3. *Opportunities* (Peluang)

Peluang merupakan suatu keadaan lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah organisasi. Agar dapat mengetahui hal eksternal yang dapat dijadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal (*strenghts* dan *weaknesses*)

³¹ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, “*Teknik Analisis SWOT: Pedoman Penyusunan Skripsi yang Efektif dan Efesien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*”, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2016), 7.

organisasi satu dengan analisis internal dari kompetitor lain. Beberapa hal yang dapat dijadikan peluang perlu di ranking berdasarkan *success probability* (kemungkinan berhasil), sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target.

4. *Threats* (Ancaman)

Threats atau ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang atau *opportunities*. Ancaman merupakan keadaan eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi. Ancaman bisa dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya (*seriousness*) dan kemungkinan terjadinya (*probability of occurrence*).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat. Dengan demikian hasil dari penelitian dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil penelitian terhadap faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan destinasi wisata yang terdiri dari strenghts (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), threats (ancaman).³²

E. Penelitian Terdahulu

Dasar yang berupa teori atau temuan-temuan melalui hasil penelitian sebelumnya merupakan hal yang diperlukan sebagai acuan atau data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut penulis perlu dijadikan bagian tersendiri adalah hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penulis melakukan langkah kajian terhadap beberapa hasil penelitian berupa jurnal-jurnal atau skripsi yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti. Berikut beberapa uraian diskripsi yang berkaitan dengan penelitian yang dimaksud sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bagas Purnama dan Meirinawati, dengan judul Strategi Pengembangan Wisata Puncak Tapan Andongsari oleh BUMDes Ngandong Jaya

³² Fajar Nir'aini Dwi Fatimah, “Teknik Analisis SWOT : Pedoman Penyusunan Skripsi yang Efektif dan Efesien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman”, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2016), 13-18.

Makmur di Desa Ngandong Kecamatan Grabagan Kabupaten Tuban. Dalam jurnal Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Hukum Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya, 2019. Hasil penelitian ini adalah pemanfaatan potensi objek Wisata Puncak Tapan Andongsari, wisata alam yang ada untuk menghasilkan wisata yang bernilai ekonomis serta memberi kesejahteraan bagi masyarakat desa Ngandong dengan wujud terciptanya lapangan pekerjaan. Wisata ini lokasinya berada di Desa Ngandong Kecamatan Grabagan Kabupaten Tuban yang mulai dikelola oleh BUMDes Ngandong Jaya Makmur sejak tahun 2018 dengan dibantu POKDARWIS serta di dukung olrh pemerintah Desa Ngandong dalam mengelola wisata. Atraksi a tau daya tarik wisata teridiri dari pengembangan daya tarik di wisata dan pengembangan manajemen pengunjung, dan upaya meningkatkan sadar wisata bagi masyarakat yang berada di sekitar objek wisata tersebut. Tujuan dari penerapan strategi pengembangan wisata adalah sesuai dengan permasalahan yang ada di Wisata Puncak Tapan Andongsari. Sehingga terdapat tiga indikator yaitu, atraksi, akseibilitas, amenities yang disertai deskripsi dengan nyata dan jelas mengenai hal yang telah dilakukan BUMDes Ngandong Jaya Makmur dan POKDARWIS sebagai pengelola wisata.³³ Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengulas tentang strategi pengembangan wisata yang dilakukan oleh BUMDes. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang diteliti oleh penulis berbeda dan tidak hanya meneliti pengembangan wisata yang dilakukan oleh BUMDes saja, tetapi dalam hal upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan adanya strategi pengembangan destinasi wisata tersebut.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Yanu Alif Fianto dan Rudi Santoso, dengan judul Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kabupaten Jember. Dalam Majalah Ekonomi : Telaah Manajemen, Prodi Akutansi dan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dinamika, 2021. Hasil penelitian ini adalah strategi pengembangan tempat pariwisata di Kabupaten Jember dimulai dari membina masyarakat sekitar destinasi wisata dengan membentuk BUMDes yang mengelola destinasi wisata tersebut sebagai tema dan objek wisata. Selanjutnya, untuk meningkatkan

³³ Muhammad Bagas Purnama, Meirinawati, “Strategi Pengembangan Wisata Puncak Tapan Andongsari oleh BUMDes Ngandong Jaya Makmur di Desa Ngandong Kecamatan Grabagan Kabupaten Tuban”, *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Vol 8, no 5 (2020) : 6, diakses pada tanggal 2 Febuari 2022, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/36729>.

kualitas produk pariwisata seperti oleh-oleh sebagai ciri khas daerah yang diproduksi oleh masyarakat sekitar pariwisata melalui transportasi, UKM, perdagangan dan jasa, serta kesehatan.³⁴Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan destinasi wisata yang dikelola oleh BUMDes, serta teori yang didasarkan pada analisis SWOT. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi yang digunakan pada penelitian ini berbeda, dalam penelitian ini memiliki skup dan cakupan wilayah yang luas yaitu satu Kabupaten.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ludin Dalimunthe, dengan judul Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan di Kabupaten Simalungun (Studi Kasus pada Objek Wisata Budaya Rumah Bolon Purba di Kecamatan Purba). Dalam skripsi Muhammad Ludin Dalimunthe, Prodi Ilmu Administrari Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatra Utara Medan, 2016. Hasil penelitian ini adalah serangkaian rencana kegiatan atau program yang dilakukan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam mengelola sektor pariwisata di Kabupaten Simalungun untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan mancanegara, sehingga meningkat pula pendapatan asli daerah dan juga perekonomian masyarakat. Namun kurang tepatnya penerapan pada program-program yang di buat, sehingga strategi yang di rancangpun kurang maksimal dalam pengembangan objek wisata.³⁵Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah sama-sama mengulas tentang strategi pengembangan wisata. Sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi yang ada pada penelitian ini dan penilis buat tidak sama dan penulis tidak hanya meneliti strategi pengembangan destinasi wisata akan tetapi dalam pengelolaan BUMDes juga. Dalam penelitian ini adanya upaya untuk meningkatkan kunjungan sedangkan penulis dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zamrudhi Aula, dengan judul Strategi Pengembangan Desa Wisata

³⁴ Achmad Yanu Alif Fianto, Rudi Santoso, “Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kabupaten Jember”, *Jurnal Majalah Ekonomi : Telaah Manajemen, Akutansi dan Bisnis*, Vol 26, no 2 (2021):7, diakses pada tanggal 2 Febuari 2022, http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/4742.

³⁵ Muhammad Ludin Dalimunthe, “Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan di Kabupaten Simalungun (Studi Kasus pada Objek Wisata Budaya Rumah Bolon Purba di Kecamatan Purba)”, (Skripsi, Universitas Sumatra Utara, 2016), <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/20496>.

Agro Khayangan dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung. Dalam skripsi Muhammad Zamrudhi Aula, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020. Hasil penelitian ini adalah terdapat empat strategi pengembangan desa wisata Agro Khayangan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat yaitu, dalam pengembangan daya tarik wisata (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), fasilitas penunjang pariwisata (*amenitas*), dan lembaga pendukung pariwisata (*ancillary*). Kendala pada saat melakukan pengembangan wisata Agro Khayangan mengenai kesadaran warga, SDM yang masih rendah serta modal. sedangkan solusi untuk kendala yang sedang dihadapi dalam pengembangan wisata Agro Khayangan adanya sosialisasi terhadap kesadaran warga yang masih kurang secara rutin. Sedangkan dalam kendala kurangnya SDM solusi yang dilakukan adalah melakukan pelatihan dan solusi dalam kurangnya dana pihak pengelola melakukan subsidi silang antar unit. Dengan adanya pengembangan wisata ini sangat berdampak bagi perekonomian masyarakat yaitu, adanya peningkatan pendapatan pada masyarakat, terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, serta mampu menunjang dalam pembangunan daerah.³⁶ Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel yang digunakan sama yaitu strategi pengembangan wisata dalam meningkatkan ekonomi masyarakat. Sedangkan perbedaannya adalah variabelnya sedikit berbeda karena pengembangan desa wisata dan lokasi dalam penelitian berbeda.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Doni Nur Safi'i, dengan judul Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Obyek Wisata Cowindo dalam Upaya meningkatkan perekonomian di Wilayah Sendang Kabupaten Tulungagung. Dalam skripsi Doni Nur Syafi'i, Prodi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2020. Hasil penelitian ini adalah pengelolaan obyek wisata Cowindo sesuai dengan aturan-aturan yang ditetapkan oleh pemerintah, serta sudah menggunakan konsep Sapta Pesona Pariwisata, yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan. Dalam strategi pengembangan obyek wisata Cowindo dilakukan berdasarkan potensi yang dimiliki obyek

³⁶ Muhammad Zamrudhi Aula, “*Strategi Pengembangan Desa Wisata Agro Khayangan dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung*”, (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2020), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/18264/>.

wisata dengan sarana dan prasarana yang dimiliki. Adapun pengembangan yang dilakukan oleh obyek wisata Cowindo dengan mengoptimalkan potensi dan keunikan, menambah sarana dan prasarana serta meningkatkan promosi. Wisata Cowindo memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan kesempatan kerja. Rata-rata masyarakat sekitar lokasi obyek wisata Cowindo melakukan kegiatan ekonomi di area wisata. Adapun upaya yang dilakukan obyek wisata Cowindo dalam meningkatkan perekonomian masyarakat antara lain dengan menyediakan tempat parkir, pembuatan *caffe* Cowindo, pembangunan panggung seni, dan dengan menyediakan tempat untuk pasar prapangan atau tradisional.³⁷ Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel yang digunakan sama mengenai strategi pengelolaan dan pengembangan obyek wisata dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan sama-sama dikelola oleh BUMDes. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian penulis menggunakan analisis SWOT dan lokasi penelitian berbeda.

F. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan narasi atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Melalui uraian yang telah berfikir yang dapat menjelaskan secara komprehensif variabel yang diteliti. Untuk itu maka akan diuraikan suatu konsep berfikir dalam penelitian untuk memudahkan arah dan tujuan penelitian tentang strategi rekrutmen yang kompetitif untuk meningkatkan kinerja.

Strategi merupakan sekumpulan ketentuan dan tindakan yang ditujukan untuk tercapainya tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan taktik operasionalnya. Strategi BUMDes sebagai pengelola dalam pengembangan destinasi wisata atau masyarakat dapat menjadikan destinasi wisata memiliki daya tarik yang diminati wisatawan dengan memanfaatkan potensi dan memberdayakan masyarakat desa, sehingga dampak dari pengembangan wisata tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa.

³⁷ Doni Nur Syafi'i, "*Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Obyek Wisata Cawindo dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Wilayah Sendang Kabupaten Tulungagung*", (Skripsi, IAIN Tulungagung, 2020), <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/14565/>.

Berdasarkan uraian diatas penulis menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema kerangka konseptual sebagai berikut.

Tabel 2.2. Kerangka Berpikir

