BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Konsep Administrasi Pembangunan

Menurut Nugroho (2006)“Administrasi pembangunan adalah instrumen kebijakan publik untuk mentransformasikan tujuan negara menjadi hasil nyata melalui program pembangunan yang partisipatif dan akuntabel.”Administrasi pembangunan modern harus inklusif dan transparan, serta mampu menjembatani tujuan negara dan kebutuhan masyarakat.pendekatan sistematis dan rasional dalam pengelolaan pembangunan nasional sebagai proses berkesinambungan sebagai proses pembangunan Berkelanjutan Menurut P. Siagian (1994)“Administrasi pembangunan adalah keseluruhan proses pengendalian upaya pembangunan nasional secara rasional, terorganisasi, terarah, dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan pembangunan nasional.”dalam Penelolaan Pariwisata berkelanjutan.

2. Konsep Pembangunan Pariwisata.

Pembangunan pariwisata Indonesia harus melihat aspek budaya lokal, potensi alam, serta pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan pariwisata sepertpi yang di kemukakan oleh Yoeti (1996) "Pembangunan pariwisata adalah proses terpadu antara pengembangan objek, daya tarik wisata, dan

fasilitas penunjang untuk menciptakan manfaat ekonomi dan budaya."pembangunan pariwisata terencana yang melibatkan pengelolaan sumber daya pariwisata secara berkelanjutan, dengan tujuan mendorong pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan kesejahteraan masyarakat.

3. Strategi Pengembanga Pariwisata

a.Konsep *Tripel Bottom Line* (BTL)

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) pertama kali diperkenalkan oleh John Elkington (1997), yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi atau program tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi (profit), tetapi juga dari dampaknya terhadap masyarakat (people) dan lingkungan (planet). TBL menjadi kerangka kerja penting dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan di berbagai sektor, termasuk pariwisata.

Karakteristik *Tripel Botom line* dalam pengembangan wisata

1. Profit (Ekonomi): Fokus pada peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi lokal melalui sektor pariwisata. Menurut Dwyer (2009): dalam pariwisata, aspek ekonomi TBL mencakup peningkatan pendapatan masyarakat lokal, penciptaan lapangan kerja, dan distribusi manfaat ekonomi secara adil.

2. People (Sosial): Berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat lokal, pelestarian budaya, dan peningkatan kualitas hidup penduduk setempat. Ashley (2001): dalam konteks pariwisata, aspek sosial TBL menekankan partisipasi masyarakat, pelestarian budaya lokal, dan penguatan identitas komunitas.
3. Planet (Lingkungan): Menekankan pada pelestarian alam, pengurangan limbah, konservasi sumber daya alam, serta pengelolaan dampak lingkungan dari aktivitas pariwisata. Menurut Holden (2008): Dalam pariwisata, hal ini berarti mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti polusi, kerusakan ekosistem, dan over-kunjungan.

Saarinen (2006), integrasi ketiga aspek TBL dapat memastikan bahwa pengembangan destinasi wisata tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan ramah lingkungan. Prinsip TBL cenderung memiliki daya tarik yang lebih kuat di mata wisatawan yang sadar lingkungan dan etika (Dodds & Joppe, 2005). Selain itu, dukungan masyarakat lokal cenderung meningkat ketika mereka merasakan manfaat langsung dari sektor wisata, baik secara ekonomi maupun sosial (Scheyvens, 1999).

b. *Sustainable Tourism*

Menurut Bramwell, B., & Lane, B. (1993) “Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang dikembangkan dan dikelola sedemikian rupa sehingga tetap dapat bertahan dalam jangka waktu yang tidak terbatas dan tidak merusak lingkungan atau sumber daya yang menjadi tumpuan pariwisata.” Pariwisata berkelanjutan harus mempertahankan keberadaannya dalam jangka panjang tanpa merusak sumber daya alam dan budaya yang menjadi daya tarik utama wisata. Sehingga wisata yang dikembangakan nantinya dapat terus menjadi objek wisata dan sumber penganhasilan bagi masyrakat lokal dengan memastikan kelestarian budaya lokal.

Menurut Wall dan Mathiesion (2006) “Pariwisata berkelanjutan harus memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini dan daerah tuan rumah sambil melindungi dan meningkatkan peluang untuk masa depan.” Pariwisata berkelanjutan tidak hanya fokus pada saat ini, tapi juga pada generasi mendatang. Destinasi wisata harus dikelola sedemikian rupa sehingga dapat merasakan manfaat jangka panjangnya maksimal baik secara ekonomi, sosial, maupun ekologi. Menurut Mowforth & Munt (2009) “mengemukakakn sustainable tourism dari sisi kritis, bahwa konsep ini sering digunakan secara retoris oleh industri dan pemerintah tanpa implementasi nyata, alias “greenwashing”.sustainable tourism bukan hanya slogan, melainkan membutuhkan perubahan struktur industri, pengawasan

dampak nyata, serta pelibatan masyarakat lokal secara aktif dalam setiap tahap pengembangan pariwisata. Pariwisata berkelanjutan adalah bentuk pengembangan wisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat saat ini tanpa harus merusak lingkungan alam sekitar dengan tetap menjaga aspek lingkungan, sosial-budaya, dan ekonomi.

c. Community-Based Tourism

Menurut Murphy (1998) “Pariwisata berbasis masyarakat adalah pariwisata yang menekankan peran masyarakat setempat dalam merencanakan, mengembangkan, dan mengelola pariwisata di wilayah mereka sendiri.” Pentingnya peran aktif masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan, perencanaan, dan pengelolaan wisata. Tujuannya adalah agar pariwisata tidak hanya menjadi milik investor luar, tetapi menjadi alat pembangunan masyarakat secara berkelanjutan. Menurut Asker dkk (2010) CBT merupakan pariwisata yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat dan untuk masyarakat, dengan tujuan untuk memungkinkan pengunjung meningkatkan kesadaran dan belajar tentang masyarakat dan cara hidup setempat. CBT tidak hanya soal ekonomi, tetapi juga sebagai sarana edukasi budaya antara wisatawan dan masyarakat lokal. Kegiatan wisata dirancang agar wisatawan belajar langsung dari kehidupan sehari-hari masyarakat mulai dari kerajinan,

kesenian, pertanian, hingga kuliner tradisional. Menurut Zapata dkk (2011) “Inisiatif CBT harus ditujukan pada pariwisata berskala kecil, dengan dampak lingkungan yang rendah, yang memungkinkan masyarakat lokal memegang kendali dan menerima sebagian besar manfaatnya.” CBT pariwisatai memungkinkan kontrol dan kepemilikan berada di tangan masyarakat, serta memastikan bahwa manfaat ekonomi tidak bocor ke pihak luar. Menurut Telfer dan Sharply (2008) “CBT merupakan bagian dari strategi pengembangan pariwisata alternatif yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.” CBT berfokus pada penguatan kapasitas masyarakat, pengembangan produk wisata berbasis budaya dan alam, serta partisipasi aktif dari warga dalam setiap tahap pengembangan wisata. Tujuan CBT adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan melestarikan budaya dan lingkungan mereka CBT sendiri memiliki Karakteristik Menurut Russell Field (2008)yaitu :

Karakteristik *Community Based Tourism* menurut Russell Field:

1. Partisipasi aktif masyarakat:

   Warga setempat dilibatkan secara langsung dalam perencanaan, pengembilan keputusan, dan pembanguna , kegiatan pariwisata.

2. Manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat:

   Keuntungan finansial diarahkan untuk membuka peluang usaha baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

3. Pelestarian budaya dan lingkungan:

CBT menekankan pada pentingnya menjaga identitas budaya lokal dan keberlanjutan lingkungan alam.

4. Penguatan kapasitas masyarakat:

Pariwisata digunakan sebagai alat untuk membangun kapasitas, keterampilan, dan kesadaran masyarakat tentang potensi lokal mereka.

d. *Ecotourism* (Ekowisata)

Menurut Fennell (2003) “Ekowisata adalah bentuk pariwisata berkelanjutan berbasis sumber daya alam yang berfokus terutama pada pengalaman dan pembelajaran tentang alam, dan dikelola secara etis agar berdampak rendah, tidak konsumtif, dan berorientasi pada masyarakat setempat.” Menurut Fennell, ekowisata harus:

1) Berbasis pada sumber daya alam
2) Menawarkan pengalaman dan pembelajaran
3) Beroperasi secara etis dan minim dampak
4) Memberi manfaat langsung bagi komunitas lokal

Ecotourism adalah bentuk pariwisata yang menggabungkan keindahan alam, konservasi, dan pemberdayaan masyarakat dalam satu kesatuan berkelanjutan. Tidak hanya sebagai aktivitas rekreasi, ekowisata

berperan penting dalam melindungi Keanekaragaman hayati, mengedukasi wisatawan dan Meningkatkan pandapatan lokal tampa merusak alam.

e. Cultural Tourism

Menurut Richards (1996)*Cultural Tourism* adalah “perpindahan orang ke tempat wisata budaya di luar tempat tinggalnya yang biasa, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dan pengalaman baru guna memenuhi kebutuhan budayanya.” *Cultural Tourism* merupakan kegiatan yang berfokus pada wisata budaya atau pengalaman budaya, seperti mengunjungi situs warisan budaya, menonton Pertonjukan seni lokal dan mengikuti tradisi upacara lokal. Wisatawan budaya biasanya termotivasi oleh keinginan untuk belajar, mengapresiasi, dan mengalami budaya yang berbeda dari milik mereka sendiri. Menurut Silberberg, T. (1995) “Cultural Tourism adalah kunjungan orang-orang dari luar masyarakat tuan rumah yang dimotivasi secara keseluruhan atau sebagian oleh minat terhadap persembahan sejarah, seni, ilmu pengetahuan, atau gaya hidup/warisan suatu masyarakat, daerah, kelompok, atau lembaga. kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan dengan minat terhadap sejarah, seni, dan gaya hidup suatu masyarakat. Tujuan wisata bisa beragam: museum, cagar budaya, atau pengalaman hidup lokal (seperti homestay). Cultural Tourism (Pariwisata Budaya) adalah bentuk pariwisata yang menempatkan budaya sebagai pusat pengalaman wisata, Ini bisa berupa pengalaman langsung terhadap budaya lokal yang hidup (living culture) atau warisan masa lalu

dengan tujuan memberikan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan, melestarikan dan memberdayakan budaya lokal serta menumbuhkan kesadaran antarbudaya dan toleransi.

f. Destination Management

Menurut UNWTO. (2007) Manajemen destinasi melibatkan tindakan terkoordinasi yang bertujuan untuk mengendalikan dimensi ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan dari pariwisata di suatu destinasi untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang,melalui proses terintegrasi meliputiKoordinasi pemangku kepentingan (pemerintah, pelaku usaha, komunitas), Pengelolaan sumber daya wisata (pemerintah, Masyarakat dan Pihak ke tiga),Perencanaan strategis berkelanjutan dengan Tujuan utamanya adalah menjaga kualitas destinasi jangka panjang baik dari sisi lingkungan, ekonomi, maupun sosial. Merurut Morrison, A. M. (2013)“Manajemen destinasi mengacu pada perencanaan strategis, pengembangan, pemasaran, dan tata kelola destinasi pariwisata. Morrison, A. M. (2013)“ menekankan bahwa manajemen destinasi mencakup empat aspek utama, Perencanaan strategis: arah pengembangan jangka panjang,pengembangan produk wisata,Pemasaran destinas, tata kelola dan keterlibatan stakeholder. Menurut Ritchie, J.R.B.& Crouch, G. I. (2003)“Manajemen destinasi adalah pengorganisasian dan koordinasi semua elemen yang membentuk destinasi, termasuk atraksi, fasilitas,

akses, pemasaran, dan harga.”Ritchie, J. R. B.& Crouch,G.I.(2003) menekan ada beberapa Akses yang harus di perhatikan seperti Aksesibilitas, Atraksi wisata,Pelayanan pendukung,Daya saing jangka panjang, Kualitas hidup masyarakat lokal. Menurut Pike, S., & Page, S. J. (2014)“Manajemen destinasi adalah pendekatan holistik untuk mengelola semua aspek destinasi wisata dengan cara yang berkelanjutan dan kompetitif.” Pike dan Page menekankan pendekatan holistik, yang mencakup:

a. Keseimbangan antara daya tarik wisata dan daya dukung lingkungan
b. Sinergi antara pemasaran dan pengelolaan destinasi
c. Kolaborasi antara pemerintah, industri, dan komunitas

Menurut Bornhorst, T.Ritchie, J.R. B.& Sheehan, L. (2010) “keberhasilan manajemen destinasi sangat tergantung pada kekuatan lembaga pengelola, dan sejauh mana mereka dapat mengarahkan kolaborasi secara efektif.”Destination Management merupakan proses strategis dan terintegrasi untuk:

a. Mengelola semua aspek destinasi wisata
b. Menjamin daya saing dan keberlanjutan jangka panjang
c. Meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan
d. Memberikan manfaat nyata bagi masyarakat lokal

g. *Product Life Cycle* (PLC)

Menurut Levitt, T. (1965) *Product Life Cycle* adalah “Siklus hidup produk tentang apa yang terjadi pada penjualan dan laba suatu produk dari waktu ke waktu.” Levitt menjelaskan bahwa setiap produk akan melalui serangkaian tahapan mulai dari diperkenalkan ke pasar hingga akhirnya menurun dan menghilang dari pasaran Tahapan ini tahapan ini meliputi, Penjualan,Keuntungan Biaya Pemasaran dan Persaingan. Seiring dengan perkembangan jaman adanya perubahan dan pengembangan teori PLC dalam proses pemasaran dan promosi wisata yang di uraikan menurut Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) *Product Life Cycle* meliputi :

a. *Introduction* adalah Produk dikenalkan ke pasar, biaya kecil, keuntungan besar sehinga produk yang dikembangkan bisa dapat bertahan di pasar.
b. *Growth* adalah Penjualan meningkat, konsumen mulai menerima, muncul pesaing
c. *Maturity* adalah Penjualan stabil, pasar jenuh, kompetisi tinggi
d. *Saturation* adalah Pasar terlalu penuh, inovasi dibutuhkan untuk bertahan
e. *Decline* adalah Penurunan penjualan karena perubahan teknologi atau selera pasar

Menurut Stanton, W. J.Etzel, M. J.& Walker, B. J. (1994) *Product Life Cycle* adalah alat atau strategi yang tepat dalam melakukan pemasaran mulai dari Menentukan jenis promosi yang tepat pada tiap fase,Menyesuaikan harga, distribusi, dan produk itu sendiri dan Membantu perusahaan memaksimalkan umur produk.Menurut Adcock, D., Halborg, A., & Ross, C. (2001) “Product Life Cycle adalah alat pemasaran yang menyarankan agar produk melewati beberapa tahap, yang masing-masing memerlukan strategi berbeda.” Adcock, D., Halborg, A., & Ross, C. juga Menjelaskan apa saja yang menjadi tahapan yaitu Dibutuhkan strategi pemasaran yang unik dan Perusahaan harus berinovasi atau melakukan reposisi produk agar tetap relevan dengan perkembangan jaman. Product Life Cycle (PLC) adalah kerangka kerja strategis yang menunjukkan bagaimana sebuah produk berkembang dan berkurang serta dapat bertahan sepanjang waktu.

h. Analisi SWOT

Menurut Humphrey, A. (2005) “Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang terlibat dalam suatu proyek atau usaha bisnis.” Analisis SWOT membantu memahami kondisi internal dan eksternal dalam merancang strategi jangka panjang suatu projek. Menurut Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) Analis SWOT sangat baik digunakan untuk Mengidentifikasi posisi organisasi saat ini, Menyusun strategi pemasaran dan

bisnis, Menganalisis lingkungan internal (Strengths, Weaknesses) dan eksternal (Opportunities, Threats). Analisis SWOT ini sangat sangat baik digunakan untuk merancangan apa saja langkah - langkah dan strategi yangharus diambil dengan melihat kekuatan ,kelemahan, Peluang dan ancaman yang akan ada seperti Menurut David, F. R. (2011) “Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal untuk membantu merumuskan strategi.” David menekankan SWOT sebagai alat strategi untuk memahami di mana posisi organisasi berada dan bagaimana merancang strategi proaktif berdasarkan kondisi tersebut. Menurut Gürel, E., & Tat, M. (2017)“Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis lingkungan internal dan eksternal untuk merumuskan strategi yang tepat,untuk digunakan dalam berbagai konteks: bisnis, pariwisata, pendidikan, dan kebijakan publik sertaMerupakan dasar dalam pembentukan strategi berbasis logika kekuatan dan peluang.

B. Definisi Konsep

1. Strategi Pengembangan

Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Sungai Sembra Kabupaten Sorong Selatan berbasis prinsip *Community-Based Tourism* (CBT) merupakan bentuk pembangunan pariwisata yang menjadikan

masyarakat sebagai pemegang kendali utama, dalam Pengembangan Kawasan Wisata Sungai Sembra Kabupaten Sorong Selatan ada beberapa karakteristik *Community-Based Tourism* (CBT) yang perlu diperhatikan yaitu:

a.Patisipasi Aktif Masyarakat

Partisipasi aktif masyarakat tidak hanya sebagai objek, tetapi sebagai subjek utama dalam pengembangan kawasan wisata sungai Sembra. Ini mencakup keterlibatan langsung dan nyata dalam proses:

1. perencanaan

Semua kelompok masyarakat, termasuk perempuan dan kelompok rentan, diberi ruang untuk terlibat dalam proses perencanaan pariwisata.

2. pengambilan keputusan,

Keputusan pariwisata dibuat melalui musyawarah dan melibatkan warga lokal.

3. pengelolaan,

Partisipasi aktif mendorong peningkatan kapasitas dan kemandirian dalam mengelola kawasan Wisata maupun sosial masyarakat.

b. Manfaat Ekonomi

1. Peningkatan pendapatan Masyarakat

memberikan peluang ekonomi langsung seperti jasa pemandu wisata, homestay, makanan lokal, kerajinan tangan, dll

2. Peluang usaha baru

Munculnya unit usaha kecil seperti warung, dan persewaan alat renang, didalam kawasan wisata sungai sembra.

c.Pelestarian Budaya

1. Budaya lokal

Memanfaatkan budaya setempat seperti tarian tumbu tanah dan yembo,penggunaan pakaian khas boiren dan kain rumput, dan kuliner lokal seperti papeda ikan kuah kuning dan kladi bakar,sayur bambu

2. Pelestarian budaya

Menunjukkan budaya lokal mereka, tetapi juga aktif dalam melestarikannya, misalnya melalui pertunjukan tarian tradisional melalui seni pembuatan noken da koba-koba.

d. Pengembangan Berkelanjutan

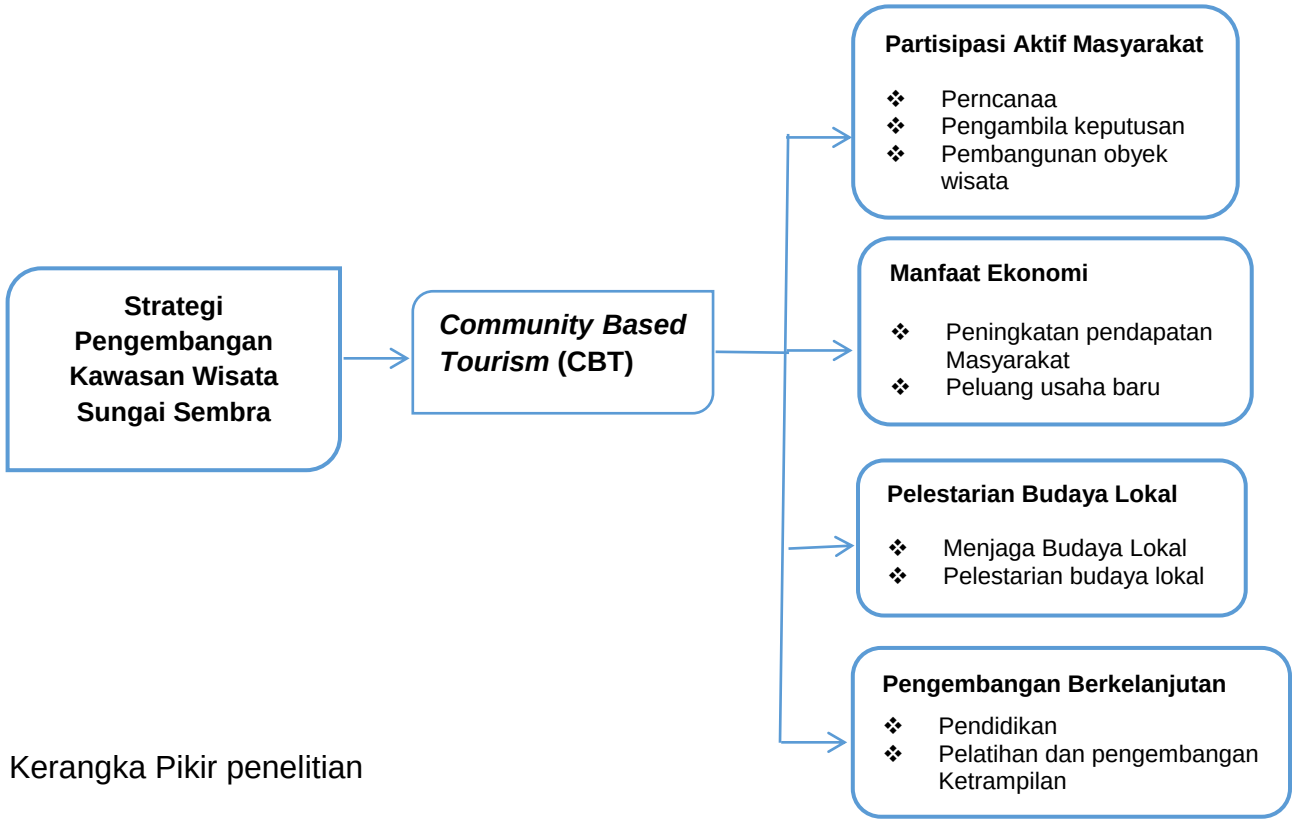
1. Pendidkan

Masyarakat diberikan pendidikan dasar tentang bagaimanan Pengembangan Kawasan Wisata Sungai Sembra berkelanjutan, Pendidikan ini meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap manfaat dan risiko pariwisata.

2. Pelatihan Pengembangan Ketrampilan

Masyarakat dilatih keterampilan dasar strategi pengembangan kawasan wisata sungai sembra seperti pelayanan tamu, pemanduan wisata, pengelolaan homestay, pengolahan makanan tradisional, kerajinan tangan, pemasaran digital, dan manajemen keuangan. Pelatihan ini membuat mereka lebih siap bersaing dan meningkatkan kualitas layanan wisata.

C. Kerangka Penelitian



Kerangka Pikir penelitian