

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

*World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa wabah Virus Corona atau biasa disebut dengan Covid-19 sebagai pandemi global dan di kategorikan sebagai *Public Health Emergency International Concern* (PHEIC) atau kedaruratan Kesehatan masyarakat yang meresahkan dunia (Hossain, 2020). Pada tanggal 2 Maret 2020 kasus Covid-19 pertama kali terjadi di Indonesia. Pemerintah membuat beberapa aturan seperti adanya *Lock Down* atau biasa disebut dengan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB). Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), *Work From Home*, yang menyebabkan banyak keterbatasan aktivitas untuk semua pihak. Pembatasan aktivitas bertujuan untuk membatasi penyebaran Covid-19 (Aulia Rahmi et al., 2020).

Pandemi Covid-19 membuat pemerintah menerapkan beberapa kebijakan untuk menekan jumlah positif Covid-19 di Indonesia, salah satunya dengan berada di rumah saja. Hal ini berdampak besar pada penurunan pendapatan masyarakat dan pemerintah khususnya yang berkecimpung dalam industri pariwisata karena jumlah wisatawan yang menurun dan banyaknya daerah wisata yang ditutup akibat pandemi (Nursetiawan & Hairani, 2022). Sebagai solusi atas permasalahan tersebut maka dilakukan pendekatan sistem dinamis untuk merumuskan model dan penguatan SDM juga merupakan strategi untuk meningkatkan jumlah wisatawan domestik (Gregorius

Rio & Pitaloka, 2020). Peran pemerintah dalam pengelolaan sumber daya pariwisata dalam pengelolaan sumber daya pariwisata terlihat dominan. Padahal bila mengacu pada pendekatan tata kelola pemerintah yang bersih dan keberkelanjutan peran pemerintah diharapkan menjadi fasilitator dengan memberikan peran dan manfaat yang lebih besar pada masyarakat.

Pasca pandemi Covid-19 perekonomian pada sektor pariwisata sedikit demi sedikit mengalami perubahan. Salah satu kebutuhan hidup manusia untuk menghilangkan rasa lelah, jenuh bahkan stress yang diakibatkan oleh kesibukan dan padatnya waktu kerja adalah dengan cara *refreshing*. Tujuan *refreshing* adalah untuk mengalihkan perhatian dari suasana rutin ke suasana lain sehingga menjadi suatu penyegaran suasana yang akan berpengaruh terhadap kelangsungan kerja secara optimal. Namun, pembatasan aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah menimbulkan berbagai kerugian, dan berdampak pada perekonomian.

Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi jalannya perekonomian hampir di seluruh negara. Covid-19 menjadikan resesi disebagian besar negara, salah satunya adalah Indonesia. Dari banyaknya dampak yang ada, berdampak pula pada bidang perkonomian diberbagai sektor, terkhusus dalam penelitian ini mengenai sektor pariwisata Tebing Breksi yang berlokasi di Desa Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman DIY. Menurut Kabid Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Sleman, yaitu Kus Endarto menjelaskan bahwa pengelolaan obyek wisata di Kabupaten Sleman yang di kelola oleh Dinas Pariwisata dan bekerjasama dengan pihak swasta atau desa terdapat beberapa obyek wisata, salah satunya adalah Wisata Tebing Breksi.

Menurut M. Halim Divisi Hubungan Masyarakat Pengelola Obyek Wisata Breksi, bahwa Obyek Wisata ini menjadi aset desa yang dikelola BUMDes, awalnya adalah Sultan Ground diberikan desa menjadi tanah kas desa (Erfan, 2022). Pada tahun 2016 obyek wisata Tebing Breksi dibentuk Perdes untuk mengamankan BUMDes, selanjutnya di tahun 2017 dikelola BUMDes. Pelindungnya adalah Camat, Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Pemerintah Desa Sambirejo.

Sebelum masa pandemi, pemasukan, retribusi tiket dan parkir Wisata Tebing Breksi adalah 75% untuk pengelolaan, 25% untuk desa yang disetor BUMDes. Dari 75% jika dijadikan 100% adalah 50% untuk gaji pegawai, 25% untuk operasinal, dan 25% untuk dana cadangan (Burhan Muhadi, 2022).

**Tabel 1.1.**  
**Pendapatan BUMDes Sambimulyo pada Wisata Tebing Breksi sebelum Pandemi COVID-19 Tahun 2019**

No	Bulan	Uang Masuk		Jumlah	Ket
		PAD	BUMDes		
1	Januari	101.006.775	67.337.850	168.344.625	60% : 40%
2	Februari	85.647.600	57.098.400	142.746.000	60% : 40%
3	Maret	77.357.550	51.571.700	128.929.250	60% : 40%
4	April	110.083.735	73.389.150	183.472.875	60% : 40%
5	Mei	35.433.450	23.622.300	59.055.750	60% : 40%
6	Juni	132.465.600	88.310.400	220.776.000	60% : 40%
<b>Jumlah</b>		542.994.700	361.329.800	903.324.500	60% : 40%

*Sumber: Profil BUMDes Sambimulyo, 2019*

Berdasarkan data di atas, jumlah pendapatan pada Wisata Tebing Breksi tiap bulan mengalami pendapatan naik turun. Dapat dilihat jumlah pendapatan PAD

(Pendapatan Asli Desa) pada akhir bulan Juni 2019 mengalami kenaikan pada pendapatan yaitu Rp 132.465.600, sedangkan pada uang masuk BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Bulan Januari-Juni 2019 mengalami naik turun. Oleh karena itu, peningkatan di Bulan Juni pada BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) sebesar Rp 220.776.000. dapat disimpulkan dari beberapa uang masuk baik dari PAD (Pendapatan Asli Desa) dan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) mengalami peningkatan pendapatan di Bulan Juni (Wijaya, 2020).

Beberapa dampak dari pandemi Covid-19 terhadap Wisata Tebing Breksi, diantaranya:

a. Pekerja

Selama masa pandemi, pekerja yang ada di Tebing Breksi tetap di pekerjakan dan tidak melakukan pemberhentian kerja. Pengelola mengakui pemberian upah disepakati bersama dengan gaji seadanya, hal tersebut dikarenakan pendapatan harian Wisata Tebing Breksi mengalami penurunan drastis dampak dari Covid-19 (Kurniawan, 2021)

b. Jumlah Pengunjung

Menurut Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, Suparmono mengatakan penurunan jumlah di beberapa tempat wisata mulai dari 20 persen hingga 50 persen. Salahsatu contohnya adalah wisata Tebing Breksi yang berada di wilayah Sleman Timur tepatnya di Kecamatan Prambanan. Data terakhir pada Hari Selasa, Tanggal 1 Maret 2022 mengalami penurunan wisatawan lokal sekitar 30 persen dari kunjungan rata-rata 1400

pengunjung per hari menjadi sekitar 1.000 pengunjung per hari. Hal tersebut diakibatkan oleh adanya penerapan PPKM level 3 yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Sleman (Januardi, 2022)

c. Pelaku UMKM

Dampak dari terjadinya Covid-19 yang sangat mempengaruhi UMKM di Kawasan Wisata Tebing Breksi di Desa Sambirejo. Beberapa Produk UMKM dari BUMDes Sambimulyo salah satunya adalah penjual keripik, dari dampak Covid-19 ini usahanya menurun dan omzet bisa turun sampai 50%, biasanya sampai 500kg per bulan, sekarang hanya 200kg, kata Aan (Wawan 2021).

Dari beberapa pelaku usaha tersebut penghasilan yang di dapat mengalami penurunan dratis. Sebagian dari beberapa UMKM terkena dampak dari tutupnya Tebing Breksi ini yang dimana omzet dari pendapat pelaku usaha menurun. Pekerja tidak mengalami pemecatan akan tetapi pekerja pengelelola Tebing Breksi upah yang seadanya. Hal tersebut di atas, dibenarkan pula oleh Bupati Kabupaten Sleman Dra. Hj. Kustini Sri Purnomo yang mengungkapkan sebelum pandemi COVID-19 mewabah, taman tebing breksi biasanya menerima jumlah kunjungan harian mencapai 10.000 kunjungan. Namun, saat ini jumlah kunjungan ke destinasi tersebut hanya mencapai sekitar 500 kunjungan per hari (Yanti, 2021).

Meskipun pandemi Covid-19 belum sepenuhnya pulih, namun di bulan mei 2022 mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut Kepala Humas dan Informasi

Taman Wisata Breksi, M Halim mengungkapkan, selama masa libur idul fitri memang cukup banyak wisatawan yang berkunjung ke wisata tebing breksi, terhitung ada sekitar 7.000 kunjungan masuk ke Tebing Breksi pada tanggal 8 Mei 2022 - 15 Mei 2022 (Erlin 2022). Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian khusus pada Wisatawan Tebing Breksi karena peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai permasalahan terkait dengan peningkatan Wisatawan Tebing Breksi. Oleh karena itu, dilakukan penelitian dengan judul **“Strategi BUMDes Sambimulyo dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Tebing Breksi Pada Era Next Normal 2023”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini mengajukan rumusan masalah: **“Bagaimana Strategi Pengembangan oleh BUMDes Sambimulyo untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Tebing Breksi Pada Era Next Normal Tahun 2023?”**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisa Strategi Pengembangan yang di lakukan oleh BUMDes Sambimulyo untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Tebing Breksi Pada Era Next Normal Tahun 2023

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan strategi dan inovasi yang dilakukan pemerintah di era pandemi COVID-19 yang nantinya menjadi sebuah literatur penelitian

#### **1.4.2 Manfaat Secara Praktis**

Manfaat penelitian ini akan berguna sebagai bahan evaluasi dan landasan pembuatan rekomendasi kebijakan, khususnya untuk memperkuat kinerja BUMDes Sambimulyo dalam peningkatan wisatawan Tebing Breksi

##### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini merupakan saran bagi peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah serta menambah pengetahuan sebagai bekal untuk terjun langsung dan berbaaur dalam lingkungan masyarakat.

##### **b. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini dapat menjadikan masukan serta ilmu pengetahuan tambahan, guna memperbaiki permasalahan yang ada dan berkembang di lingkungan masyarakat.

##### **c. Bagi BUMDes Sambimulyo**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi BUMDes Sambimulyo dalam meningkatkan strategi kunjungan wisata yang mengerti digital marketing dan memiliki kualitas untuk bersaing.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan penelitian, mengkaji literatur review dengan topik yang relevan dengan penelitian merupakan sebuah keniscayaan. Hal ini berguna untuk memberikan kejelasan pemahaman terhadap penyusunan dan memberikan batasan atau fokus penelitian yang akan diteliti. Selain itu, mengkaji literatur review dengan topik yang relevan juga akan berguna untuk memastikan originalitas bahwa penyusunan proposal berjudul **“Strategi BUMDes Sambimulyo dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Tebing Breksi Pada Era Next Normal 2023”**

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Aprilia Devi et al., 2019)	Pengaruh Citra Destinasi, E-Wom terhadap kepuasan wisatawan dan kepercayaan (studi pada wisatawan yang berkunjung Tebing reksi DIY)	E-Wom merupakan sebuah pujian dari wisatawan yang berkunjung ke Tebing Breksi hal ini menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas dengan objek wisata Tebing Breksi yang sangat unik
2.	(Gunagama et al., 2020)	Pariwisata Pasca Pandemi pelajaran penting dan prospek pengembangan	Adanya pandemi Covid-19 memukul kunjungan wisatawan ke suatu daerah, maka dari itu indonesia saat ini berangsur-angsur pulih pariwisata mulai berbenah mengembangkan kembali objek wisata sehingga bisa meningkatkan kunjungan wisatawan tentunya dengan promosi menarik



3.	(Budiyanti, 2020)	Dampak virus corona terhadap sektor perdagangan dan pariwisata Indonesia	Virus corona yang menyerang saluran pernafasan dan sangat cepat penularannya membuat dampak yang besar khususnya terhadap pariwisata. Akibatnya penyebaran yang cepat pemerintah menekan penularan dengan menutup seluruh tempat wisata dan membatasi semua aktivitas di luar rumah
4.	(Kusuma et al., 2021)	Strategi Pemulihan dampak wabah pada sektor pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta	Covid-19 memukul perekonomian dan pariwisata sehingga perlu adanya strategi yaitu <i>smart tourism</i> , perlunya pengembangan <i>smart tourism</i> memerlukan inovasi dan kolaborasi berbagai pihak untuk bersama-sama mempromosikan wisata yang patuh dengan protokol Kesehatan dan terwujudnya peningkatan kunjungan Wisata.
5.	(Hisanah et al., 2022)	Strategi pemulihan pariwisata pantai parangtritis pasca pandemi Covid-19 melalui promosi kearifan local	<i>Sustainable tourism</i> merupakan salah satu cara untuk mengembangkan pariwisata dengan cara memperkenalkan kearifan lokal masyarakat di sekitar pantai parangtritis hal ini bertujuan untuk menarik kembali minat Wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata terlebih pasca pandemi COVID-19 banyak wisatawan yang mulai berdatangan sehingga industri pariwisata terus berkembang seperti semula
6.	(Prambudi et al., 2020)	Strategi pemulihan ekonomi sektor pariwisata pasca Covid-19	Pandemi memaksa pariwisata untuk memunculkan ide dan inovasi baru untuk menarik kunjungan wisatawan hal ini juga sebagai upaya untuk pemulihan perekonomian masyarakat

7.	(Fadhil & Zaenuri, 2021)	Strategi <i>recover</i> Dinas Pariwisata pada masa <i>new normal</i>	Pandemi sangat berdampak pada sektor kehidupan, untuk Kembali memwujudkan peningkatan pariwisata, Dinas Pariwisata membuat strategi yaitu promosi kelembagaan dan kebijakan untuk mendukung pemulihan pariwisata di masa <i>new normal</i>
8.	(Walhuda, 2021)	Pemanfaatan Wisata Tebing Breksi sebagai sumber belajar	Tebing breksi adalah salah satu wisata yang menawarkan keindahan alam dan bisa dimanfaatkan untuk penelitian dan pembelajaran tentang batu-batuan
9.	(Islami, 2021)	Dampak keberadaan objek wisata Tebing Breksi terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat di desa Sambirejo Prambanan Kabupten Sleman	Wisata tebing breksi memberikan dampak positif terhadap kehidupan masyarakat disekitar wisata Terbing Breksi, hal ini membuka mata pencaharian baru bagi masyarakat sekitar, tentunya dengan bantuan wisatawan yang berkunjung
10.	(Bascha et al., 2020)	Dampak pandemi Covid-19 terhadap minat masyarakat dalam berwisata dan sosialisasi penerapan protoKol new normal saat berwisata	Masyarakat memang menyukai wisata namun penularan Covid-19 yang sangat cepat membuat masyarakat merasa takut, terlebih wisatawan yang umurnya sudah sangat rentan maka dari itu perlu sosialisasi protokol Kesehatan sehingga masyarakat tidak ragu untuk berwisata namun tetap aman.

Berdasarkan tabel pada hasil kajian literatur penelitian di atas, dari beberapa peneliti terdahulu yang sudah di jelaskan, sebagian besar berfokus pada strategi dan dampak pada wisata di Pandemi Covid-19, namun disisi lain ada juga yang membahas pada pengaruh citra destinasi secara umum strategi dan dampak wisata di masa Pandemi Covid-19 ini memberikan pengaruh yang cukup, tetapi belum signifikan.

Oleh karena itu, peneliti disini mencoba meneliti mengenai kajian yang fokus membahas peningkatan wisatawan lokal pada Wisata Tebing Breksi Pasca Pandemi Covid-19, sedangkan Pemerintah Kabupaten Sleman perlu memikirkan penanganan pengembangan objek Wisata tersebut. Maka dari itu penelitian yang sudah dijelaskan di atas akan di kembangkan lagi oleh penulis. Semoga penelitian ini mampu menjadikan wawasan untuk penelitian selanjutnya.

## **1.6 Kerangka Dasar Teori**

### **1.6.1 Strategi Manajemen**

Pada dasarnya, manajemen strategi adalah proses dalam pengambilan keputusan, menerapkan tindakan dan mengevaluasi hal apa saja yang sudah dilakukan secara baik agar bisa mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Proses ini dilakukan secara kontinyu dengan cara mengevaluasi dan juga mengontrol internal bisnis, melakukan analisis kompetitor, serta menetapkan strategi untuk bisa bersaing dengan baik. Setelah itu, dilanjutkan dengan mengevaluasi kembali strategi secara lebih teratur agar bisa menentukan tindakan yang nantinya akan dilakukan serta memantau perkembangannya atau diganti dengan menggunakan strategi lain.

Strategi tersebut harus bisa diterapkan oleh seluruh pihak perusahaan agar bisa menghadapi persaingan dan menampilkan keunggulan perusahaan. Konsep perspektif nantinya akan digunakan saat masalah belum

muncul atau sebagai suatu perencanaan yang memang harus dikembangkan. Sedangkan konsep deskriptif akan diterapkan agar bisa menyelesaikan masalah yang harus diselesaikan oleh perusahaan. Saat perusahaan sudah mengetahui dan memahami visinya, maka sumber daya yang tepat bisa ditempatkan pada bagian yang tepat agar bisa mencapai tujuan dari rencana perusahaan.

Adanya keputusan dan komitmen pada perencanaan strategis mampu memperkuat posisi perusahaan di dalam persaingan pasar dalam jangka waktu yang panjang. Tentunya hal tersebut akan memberikan keuntungan finansial. Perusahaan yang terus menilai performa dengan menggunakan blueprint perusahaan akan memperoleh respon dan bisa beradaptasi secara cepat dengan kekuatan pasar.

Manajemen strategi akan membantu perusahaan menjadi lebih proaktif dan jadi tidak reaktif dalam menentukan perkembangan perusahaan di masa depan. Strategi adalah suatu rencana untuk mencapai tujuan tertentu yang disusun sedemikian rupa oleh suatu organisasi yang sesuai pada visi dan misi yang nantinya hendak diraih yang sekaligus untuk melakukan mandat dan tugas-tugas yang diemban dengan pertimbangan dan pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal maupun internal (Fabiana Meijon Fadul, 2019). Manajemen Strategi mencakup strategi yang dapat diterapkan oleh manajemen dengan strategi makro yang berorientasi pada pengembangan. Yang meliputi strategi manajemen yaitu strategi pengembangan produk,

strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan strategi tentang keuangan.

Sedangkan pengertian manajemen strategi itu sendiri adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut (Telaumbanua, 2018)

#### **1.6.2 BUMDes (Badan Usaha Milik Desa)**

Menurut Soejono Soekamto dalam bukunya Sosiologi Suatu Pengantar mengemukakan definisi peranan sebagai berikut: “Peranan merupakan (role) aspek dinamis (status) apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisah-pisahkan, karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya” (Soekamto, 2009:212).

Peranan menurut Gros, Mason dan M.C Eachern yang dikutip dalam buku Pokok-pokok Pikiran dalam Sosiologi karangan David Berry adalah perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu atau kelompok yang menempati kedudukan sosial tertentu. Hal senada juga

diungkapkan oleh David Berry, menurutnya didalam peranan terdapat dua macam harapan yaitu:

1. Harapan-harapan dari masyarakat terdapat pemegang peran atau kewajiban-kewajiban dari pemegang peran.
2. Harapan-harapan yang dimiliki oleh sipemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang-orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajibannya (Berry,1995:101).

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan suatu Lembaga atau usaha yang didirikan oleh pemerintah desa yang bertujuan untuk memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan peraturan undang-undang yang berlaku dengan kesepakatan antar masyarakat desa (Kushartono, n.d.). Pada Pasal 8 Undang-undang No. 6 Tahun 2014 tentang Peraturan Desa, BUMDes adalah kelembagaan yang dibangun atas semangat kekeluargaan dan gotong royong yang memanfaatkan seluruh potensi ekonomi, kelembagaan ekonomi dan potensi sumber daya alam serta manusia untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan (Fuad & Arifah, 2020).

Secara umum, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan Lembaga ekonomi komersial mempunyai tujuh ciri utama, yaitu (Nugrahaningsih et al., 2016)

- a. BUMDes dimiliki dan dikelola oleh pemerintah desa dan masyarakat desa
- b. Modal usaha berasal dari desa sebesar 51% dan sisanya berasal dari masyarakat desa sebesar 49%
- c. Kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bisnis yang bersumber dari budaya lokal
- d. Melakukan kegiatan komersial sesuai potensi desa
- e. Keuntungan yang dihasilkan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dengan kebijakan desa
- f. Pemerintah pusat, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten dan pemerintah desa memberikan kemudahan bagi pengelola BUMDes
- g. Segala bentuk kegiatan operasional BUMDes diawasi bersama oleh pemerintah desa, BPD dan anggotanya.

Dalam pengelolaan BUMDes harus memenuhi persyaratan sebagai berikut: (Ridlwan, 2015)

- a. Manajer berpengalaman serta profesional
- b. Menerima bimbingan manajemen
- c. Menerima pengawasan internal dan eksternal
- d. Mematuhi prinsip transparansi, akuntabilitas, kredibilitas dan kewajaran
- e. Melayani kebutuhan masyarakat dengan benar dan adil.

### **1.6.3 Pariwisata**

Teori pariwisata menurut Salah Wahab, “Pariwisata adalah salah satu industri gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sector produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.”(Wahab, 2003: 5).

Pariwisata merupakan faktor yang penting dalam pengembangan ekonomi karena mendorong perkembangan sektor ekonomi nasional, diantaranya menggugah industri baru berkaitan dengan jasa wisata, misal: usaha transportasi, akomodasi (hotel, motel, pondok wisata), memperluas pasar barang-barang lokal pariwisata, memperluas lapangan kerja baru (hotel atau tempat penginapan lainnya, usaha perjalanan, kantor-kantor pemerintah yang mengurus pariwisata dan penerjemah, industri kerajinan tangan dan cenderamata, serta tempat-tempat penjualan), serta membantu pembangunan daerah-daerah terpencil jika daerah itu memiliki daya tarik pariwisata. (Wahab, 2003: 9).

Dapat diartikan bahwa pariwisata dapat menunjang perekonomian obyek wisata yang dituju oleh para wisatawan. Dalam penelitian kali ini adalah pariwisata dapat mengembangkan potensi yang ada pada desa-desa wisata, misal: potensi kerajinan, pertanian, budaya, agro dan pemandangan alam yang terdapat di masing-masing desa wisata. Sehingga dengan berkunjungnya wisatawan ke desa-desa wisata, hal ini secara tidak langsung



dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Selain mengembangkan potensi desa wisata, pariwisata dapat menghidupkan industri jasa wisata, dalam hal ini transportasi yang ada di desa wisata, penginapan, serta kerajinan tangan yang dikembangkan di suatu desa wisata. Pariwisata juga membantu pembangunan daerah desa wisata tersebut agar semakin berkembang dan dapat meningkatkan potensi wisatanya. Bukan hanya itu saja, pariwisata juga dapat menjadikan lahan lapangan kerja baru, misal: kantor pariwisata, industri kerajinan, tempat penjualan cenderamata, dan lain sebagainya.

Kata pariwisata berasal dari Bahasa sansekerta “pari” (berkali-kali) dan wisata (berpergian). Secara harfiah, pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan berkali-kali ke suatu tempat. Pengertian pariwisata menurut A.J Bukat dalam Damanik, pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka bisa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan (Warf, 2014).

Salah satu kebutuhan dalam hidup manusia menghilangkan rasa lelah, jenuh bahkan stres yang diakibatkan oleh kesibukan dan padatnya waktu kerja adalah refreshing. Tujuan dari refreshing adalah untuk mengalihkan perhatian dan suasana rutin ke suasana lain sehingga terjadi penyegaran suasana yang akan berpengaruh terhadap keberlangsungan kerja secara optimal. pariwisata merupakan sebuah kegiatan usaha dalam melayani

kebutuhan atau memenuhi keinginan seorang Wisatawan yang akan mulai atau sedang dalam melakukan sebuah perjalanan Wisata.

Menurut Barreto dan Giantari (2015:34) Pengembangan Pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan obyek Wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya (Suryani, 2017). Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak.

#### 1.6.4 **Wisatawan**

Menurut A.J. Norwal, seorang wisatawan adalah seseorang yang memasuki wilayah negara lain dengan tujuan apapun selain usaha untuk mencari pekerjaan dan tinggal permanen dan yang mengeluarkan uang di negara kunjungan dan uang yang dibelanjakan bukan berasal dari Negara tersebut. Di Indonesia sendiri, istilah wisatawan sesuai dengan Instruksi adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat atau daerah lain dengan tujuan untuk menikmati perjalanan wisata.

Sehingga dari beberapa pengertian diatas, dapat diambil batasan bahwa yang disebut sebagai wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan lebih dari 24 jam dan dilakukan hanya untuk sementara waktu serta tidak dalam rangka untuk mencari penghasilan di negara yang dikunjungi

Kata Wisatawan berasal dari bahasa Sansakerta, dari asal kata “wisata” yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata Dalam Bahasa Inggris, Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan biasa disebut dengan *Traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan berwisata biasa disebut dengan *Tourist* (Fahri Ahmad, 2018)

wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata (Riki, 2015)

#### **1.6.4 Era *Next Normal***

*Next Normal* adalah fase dimana situasi kembali normal pasca krisis dengan adanya perubahan tatanan kehidupan yang dibawa semenjak terjadinya krisis. *Next Normal* adalah perubahan-perubahan baru atau kebiasaan-kebiasaan baru yang kita mulai ketika pandemi ini akan terus kita pertahankan setelah pandemi berakhir, di era *Next Normal* dengan melakukan promosi melalui media sosial (Jayanti & Werdiasih, 2021)

Dalam konteks pandemi, terdapat era sebelum pandemi Covid-19, perubahan yang terjadi saat adanya pandemi, dan perubahan baru atau yang dipertahankan setelah pandemi Covid-19 selesai dalam wisata di masa *Next Normal* (Dewa Satrya 2022). Secara umum, ada tiga fase dalam perubahan yang terjadi, yaitu *Old Normal*, *New Normal*, dan *Next Normal*. Ada juga yang menambahkan *Post Normal*. Dari 3 Fase tersebut ada faktor adanya (Ramadhan Triwianarko, 2020).

#### **a. Pergeseran Perilaku Membentuk *Next Normal***

Berbagai upaya mencegah penularan, seperti *stay at home*, social atau *physical distancing*, dan larangan pengumpulan massa, telah mengubah kehidupan masyarakat. Banyak hal baru yang mau tidak mau, senang tidak senang harus terpaksa kita lakukan.

Serangkaian langkah-langkah kesehatan untuk pengendalian pandemi menyebabkan perubahan kebiasaan. Gangguan ekonomi yang diakibatkan oleh penurunan pendapatan konsumen tindakan kesehatan juga ikut berperan pada perubahan perilaku. *Behavior Shifts* atau pergeseran perilaku adalah hasil dari pengaruh tindakan kesehatan dan perubahan ekonomi (Gamal 2020).

#### **b. Persiapan Diri Menghadapi *The Next Normal***

Pemerintah, sektor swasta dan non *profit* harus berkolaborasi untuk membantu masyarakat menjalani *The Next Normal* yang di hadapi saat ini dan *The Next Normal* yang akan di hadapi nanti. Penyiapan sistem

kesehatan, sistem pendidikan, sistem pertanian, sistem ekonomi dan berbagai sistem kehidupan yang sesuai dengan kondisi *next Normal*. Teknologi digital akan menjadi tulang punggung dalam *The New Normal* dan *The Next Normal* (Ngadiran et al., 2020).

## **1.7 Definisi Konseptual**

### **1.7.3 Manajemen Strategi**

Strategi yang dilakukan oleh pihak BUMDes Sambimulyo adalah dengan cara membuat inovasi-inovasi yang baru yang ada nilai jualnya. Dengan keunggulan inovasi-inovasi tersebut dapat meningkatkan kunjungan wisata di Tebing Breksi. Strategi tersebut dirancang untuk memastikan tujuan utama dari pihak BUMDes Sambimulyo agar dapat di capai melalui pelaksanaan yang tepat pada strategi tersebut.

### **1.7.4 BUMDes (Badan Usaha Milik Desa Sambimulyo)**

BUMDes Sambimulyo merupakan badan usaha yang bergerak di bidang profit dan social yang merupakan wadah dari kegiatan ekonomi yang ada di wilayah kalurahan Sambirejo, dengan adanya BUMDes harapanya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui perkembangan kerjasama dari berbagai pihak BUMDes dapat mengelola potensi dan asset kalurahan secara optimal untuk kesejahteraan masyarakat yang berdaya saing salah

satunya adalah pariwisata Tebing Breksi yang ada di wilayah Kalurahan Sambirejo.

#### 1.7.5 Pariwisata

Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan berkali-kali ke suatu tempat. Dengan adanya wisata Tebing Breksi yang merupakan tempat wisata alam yang bisa menarik para wisatawan untuk berkunjung ke wisata Tebing Breksi. Pariwisata juga merupakan sector ekonomi yang paling penting, maka dari itu pihak BUMDes Sambimulyo membuat wisata yang bernama Tebing Breksi supaya meningkatkan ekonomi.

#### 1.7.6 Wisatawan

Wisatawan merupakan orang yang melakukan perjalanan kesuatu tempat, dengan adanya wisatawan yang berkunjung ke wisata Tebing Breksi para wisatawan bias mendapatkan informasi, ilmu dan pengetahuan baru. Strategi pihak BUMDes untuk membuat wisata Tebing Breksi sangat menguntungkan bagi perekonomian warga sekitar dan juga para wisatawan bisa melihat indahnya wisata Tebing Breksi.

#### 1.7.7 Era *Next Normal*

Era *next normal* merupakan fase dimana situasi kembali normal pasca krisis ekonomi, fase *next normal* membuat wisata Tebing Breksi juga mengalami kenaikan pengunjung dan UMKM yang berjualan di wisata Tebing Breksi, akan tetapi walaupun demikian pihak BUMDes Sambimulyo dan pekerja yang berada di Tebing Breksi tetap melakukan protocol kesehatan yang

sangat ketat, misalnya dengan menyediakan wastafel dan tempat yang layak untuk pengunjung Wisata Tebing Breksi.

## 1.8 Definisi Operasional

**Tabel 1.3**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Parameter</b>
Strategi	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kemampuan BUMDes untuk mendapatkan kunjungan wisatawan di Tebing Breksi</li> <li>b) Kemampuan BUMDes untuk dapat mengembangkan wisata Tebing Breksi di Era <i>Next Normal</i></li> </ul>
BUMDes (Badan Usaha Milik Desa)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Dapat meminimalkan kelemahan dari strategi yang direncanakan</li> <li>b) Kemampuan BUMDes untuk mengatasi objek wisata Tebing Breksi di Era <i>Next Normal</i></li> </ul>
Wisatawan	<i>Opportunities</i> (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kemampuan BUMDes memanfaatkan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada</li> <li>b) Kemampuan BUMDes merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi wisata Tebing Breksi dan kebutuhan masyarakat di Era <i>Next Normal</i></li> </ul>
Era <i>Next Normal</i>	<i>Threats</i> (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kemampuan BUMDes mengidentifikasi kendala-kendala dari strategi yang telah dibuat dalam meningkatkan Wisatawan Tebing Breksi di Era <i>Next Normal</i></li> <li>b) Kemampuan BUMDes untuk mengantisipasi dan memberikan solusi terhadap keluhan Wisatawan Tebing Breksi</li> </ul>

## **1.9 Metode Penelitian**

### **1.9.3 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, deskriptif yang mana menekankan pada kata dan makna serta bersifat subjektif. Kemudian dilakukan analisis dari permasalahan yang diangkat dengan cara mengidentifikasi permasalahan tersebut dan data yang bersifat dan lebih menekankan pada hasil.

### **1.9.4 Lokasi Penelitian**

Wisata Tebing Breksi berlokasi di Jl. Desa Lengkong, RT 02 RW 017, Dusun Gn. Sari, Kelurahan Sambirejo, Kec. Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55572.

### **1.9.5 Unit Analisa**

Unit Analisa adalah satuan yang di teliti yang bisa berupa individu kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individual atau kelompok sebagai subjek penelitian.

### **1.9.6 Data dan Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer didapatkan secara langsung dari responden atau bisa didapatkan dari sumber pertama, baik dari individu maupun kelompok. Data primer ini diperoleh dari jawaban yang relevan hasil wawancara yang berkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.



## **b. Data Sekunder**

Data sekunder sedikit berbeda dengan data primer, data sekunder merupakan data yang di peroleh dari berbagai literature yang berkaitan dan relevan dengan topik yang diangkat dalam penelitian dan data sekunder dibutuhkan untuk melengkapi data primer.

### **1.9.7 Teknik Pengumpulan Data**

Langkah yang paling penting dalam penelitian adalah Teknik pengumpulan data, tujuan utama dari kegiatan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Peneliti harus memilih Teknik pengumpulan data mana yang tepat dalam proses penelitian ini. Teknik pengumpulan data penelitian ini meliputi:

#### **a. Observasi**

Observasi adalah Teknik pengumpulan data yang diperoleh dari instansi atau Lembaga terkait dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian yang bertujuan untuk memahami fakta fakta yang ada. Pada penelitian ini observasi atau pengamatan secara langsung dilakukan agar objek yang diteliti jelas dan mendapatkan data yang sesuai di lapangan.

#### **b. Wawancara**

Wawancara adalah Teknik pengumpulan data dengan percakapan antara dua belah pihak atau lebih yang bertukar informasi dan

mempunyai tujuan dalam pertemuan tersebut, dengan adanya tanya jawab secara lisan dari penulis kepada subjek penelitian sebagai bentuk penggalan informasi sesuai dengan judul yang akan di teliti.

c. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan menganalisis kumpulan dokumen yang telah dibuat oleh orang lain. Pada penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan memahami data menyalin ulang data yang terdapat pada wisata tebing breksi. Data tersebut dapat berupa sejarah pembangunan, visi misi serta struktur pengelola wisata tebing breksi.

### **1.9.6 Analisis Data**

Teknik analisis data kualitatif dan analisis *SWOT*, Teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang didukung dengan pengolahan data lalu dijabarkan secara deskriptif berdasarkan pada rumusan permasalahan dan data yang didapat di lapangan melalui wawancara sedangkan untuk menganalisis peningkatan wisata tebing breksi dengan menggunakan analisis *SWOT*.