

**MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN
OBJEK WISATA MANGKU DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PENDAPATAN ASLI DESA
(Studi pada Desa Rancamaya Cilongok Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin
Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**TUHFATUL KHASANAH
NIM. 1717201175**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tuhfatul Khasanah
NIM : 1717201175
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku
Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa
(Studi pada Desa Rancamaya Kec. Cilongok Kab.
Banyumas)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 18 November 2021
Saya yang menyatakan,



Tuhfatul Khasanah

NIM. 171720117



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsatzu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

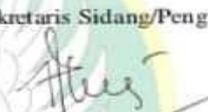
**MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN
OBJEK WISATA MANGKUDALAM UPAYA
MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DESA
(Studi pada Desa Rancamaya Cilongok Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudara **Tuhfatul Khasanah NIM 1717201175** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **27 Januari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

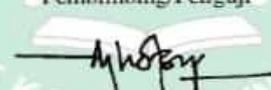
Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

sekretaris Sidang/Penguji

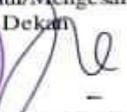

Rina Heriyanti, S.S., M.Hum.
NIP. 19720828 199903 2 004

Pembimbing/Penguji


Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
NIP. 19670815 199203 1003



Purwokerto, 04 Februari 2022
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada,

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
di- Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Tuhfatul Khasanah NIM. 1717201175 yang berjudul :

**Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku Dalam
Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Studi pada Desa
Rancamaya Cilongok Banyumas)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 18 November 2021
Pembimbing,



Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M. Ag.
NIP. 19670815 199203 1003

MOTTO

فَاءٌ نَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.

Nikmatilah prosesmu, sebab hasil membutuhkan sebuah proses

“Life is simple but not easy”



**MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN
OBJEK WISATA MANGKU DALAM UPAYA MENINGKATKAN
PENDAPATAN ASLI DESA**

(Studi pada Desa Rancamaya Cilongok Banyumas)

**Tuhfatul Khasanah
NIM. 1717201175**

E-mail: tuhfaluta@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Kesulitan ekonomi yang diakibatkan oleh berbagai faktor, dan pembangunan ekonomi yang timpang, dipandang dapat diatasi dengan industri pariwisata, karena industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru yang dapat memberikan banyak peluang ekonomi bagi masyarakat. Mengingat sebagian besar masyarakat bermata pencaharian sebagai petani, buruh tani dan penderes, Desa Rancamaya melalui BUMDES merancang sebuah program untuk pengembangan desa dengan menggali potensi sosial yakni mendirikan Objek Wisata Mangku. Wisata Mangku merupakan wisata alam dan wisata edukasi bernuansa pedesaan dengan pemandangannya alam yang masih asri. Dengan harapan adanya Wisata Mangku dapat memperbaiki dan meningkatkan taraf Desa Rancamaya menuju kemandirian dan kesejahteraan masyarakat melalui strategi pengembangan yang dilakukan pengelola Wisata Mangku.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dengan mendatangi langsung Objek Wisata Mangku, kemudian wawancara dengan pihak yang bersangkutan yakni Kepala BUMDES Rancamaya, pemerintah Desa Rancamaya, pengelola Wisata Mangku, pedagang maupun pengunjung Wisata Mangku, kemudian dokumentasi. Sedangkan analisis data yang dilakukan dengan reduksi data, penyajian kemudian penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan Objek Wisata Mangku meliputi beberapa aspek, yaitu pengembangan atraksi, pengembangan fasilitas penunjang, pengembangan aksesibilitas dan pengembangan layanan tambahan. Sedangkan Penerapan manajemen strategi yang dilakukan oleh pengelola Objek Wisata Mangku melalui 4 tahapan sesuai dengan teori J. David Hunger and Thomas Wheelen, yaitu pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, kemudian evaluasi dan pengendalian. Hal tersebut berdampak dan berperan baik bagi pengembangan Objek Wisata Mangku baik secara sosial maupun ekonomi, terutama dalam pendapatan masyarakat dan Desa Rancamaya.

Kata Kunci: *Manajemen Strategi, Pengembangan Objek Wisata, Pendapatan Asli Desa*

**STRATEGIC MANAGEMENT OF MANGKU THEME PARK TOURISM
DEVELOPMENT IN AN EFFORT TO INCREASE VILLAGE
OWN-SOURCE REVENUE
(A Study in Rancamaya Cilongok Banyumas)**

**Tuhfatul Khasanah
S.N. 1717201175**

E-mail: tuhfaluta@gmail.com

Department of Sharia Economic, Faculty of Islamic Economics and Business,
State Islamic University Prof. KH. Saifuddin Zuhri

ABSTRACT

Economic difficulties caused by various factors and unequal economic development, are considered to be overcome by the tourism industry. It is because the tourism industry can provide new jobs and many economic opportunities for the society. Considering that most of the people make a living as farmers, farm laborers, and palm sugar makers, Rancamaya Village through BUMDES (Village-Owned Enterprises) created a program to develop the village's community economic by exploring social potency, establishing Mangku Theme Park. Mangku Tourism is a nature tourism and educational tour with rural nuances with beautiful natural scenery. The procurement of Mangku Theme Park Tourism is expected to improve and increase the village level of Rancamaya in order to be independent and prosperous through development strategic engaged out by Mangku Tourism managers.

This field research conducted qualitative method by using descriptive analysis approach. The data were collected from observation by going directly to the object Mangku Tourism, then interviews with the parties concerned, namely: Head of BUMDES Rancamaya, government of Rancamaya Village, manager of Mangku Tourism, traders and visitors Mangku Tourism, then documentation. The data were analyzed by applying some techniques: data reduction, presentation and conclusion drawing. The triangulation method was used to examine the data.

The results of this study indicated that the Mangku Theme Park implementing the strategy development, including tourist attraction development, amenity development, accessibility development, and additional services development. Besides that, the implementation of strategic management engaged by Mangku Theme Park Tourism manager through four stages in accordance with the theory of J. David Hunger and Thomas Wheelen, namely environmental observation, strategy formulation, strategy implementation, and evaluation and control. This has an impact and gives a decent role in developing Mangku Theme Park Tourism both socially and economically, especially in increasing the social income of Rancamaya Village.

Keywords: *Strategic Management, Tourism Object Development, Village Own-Source Revenue.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	h	ḥ	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	Ẓal	Ẓ	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	ḍ	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka dan ha

ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	w
ه	ha'	H	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عَدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta'marbuthah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حِكْمَة	ditulis	Hikmah	جِزْيَة	ditulis	Jizyah
---------	---------	--------	---------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَة الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
-------------------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	Zakât al-fiṭr
-------------------	---------	---------------

1. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

2. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
----	---------------	---------	---

	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	A
	تنص	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	Furûd

3. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قل	ditulis	Qaul

4. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata pisahkan apostrof

أنتم	ditulis	A'antum
أعدت	ditulis	U'iddat

5. Kata sanding alim+lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

الطماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

6. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوئ الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT serta dengan penuh kerendahan hati, Alhamdulillah akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dan dengan segenap rasa cinta, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. Orang tua tercinta Bapak Taryono, Ibu Alfiatun Munji dan adikku tersayang Abrorul A'maly serta seluruh keluarga yang dengan ikhlas mendidik, merawat, serta memberikan motivasi, support dan do'a selama ini. Yang tidak pernah lelah mencari nafkah untuk menyekolahkan anak-anaknya agar menjadi anak yang sukses dan bisa membanggakan keluarga.
3. Orang yang insyallah sebentar lagi menjadi calon suamiku, Muhammad Masdar Widadi yang selalu memberikan motivasi, semangat dan selalu mendo'akan sampai saat ini.
4. Sahabatku tersayang Zulfa'izzah Munjaziyah, Nur Annisa, Mega Dita Pradana, Regas Rizky Sentosa, Ahmad Nurfuadi, Iqbal Dwi, Afrianto, Nur Hidayati, Khafifah Hany Amari'a, Nur Aini Dwi Utami, Lulu Atun Nafisah, Nur Raudlotul Jannah, Laelatul Nurul Azizah, Kuni Akhila Sofia, Alm. Alfia Minani yang telah memberikan masukan, mendengarkan keluhan dan memeberikan motivasi sampai ke tahap ini.
5. Teman-temanku tersayang Ekonomi Syariah D 2017 yang selalu mendukung, memberikan semangat dan motivasi.
6. Seluruh Keluarga Besar Ponpes Raudhotul Qur'an Sirau dan Purwokerto, pengasuh, pengurus dan segenap santri yang selalu mendoakan, dan memberikan dukungan.
7. Bapak Pembimbing tercinta Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M. Ag., terimakasih atas bimbingan, dan ilmu yang telah bapak berikan, semoga diberikan kesehatan sealu, panjang umur, dan dimudahkan rezekinya.
8. Serta semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang tidak bisa ku hitung seberapa banyak, barokah dan do'anya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa terselesaikannya skripsi ini benar-benar pertolongan dari Allah SWT. Shalawat dan salam yang telah dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai salah satu figure ekonom yang patut untuk ditiru dan diteladani.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya petunjuk, bimbingan dan bantuan dari banyak pihak. Untuk itu atas segala hormat dan kerendahan hati, saya mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Raqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri..
3. Dewi Laela Hilyatin, S.E.,M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri..
4. Iin Solikhin, M.Ag., selaku pembimbing akademik.
5. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M. Ag., selaku dosen pembimbing skripsi, peneliti mengucapkan terimakasih telah membimbing dengan sabar, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu kelancaran proses belajar penulis dalam mencari sumber dan referensi rujukan hingga terselesaikannya karya tulis ini.
7. Segenap Staff Administrasi dan Staff Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
8. Orang tua saya tercinta Bapak Taryono dan Ibu Alfiatun Munji yang selalu memberikan do'a dan dukungannya untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini.
9. Kelurahan Desa Rancamaya, Kepala Desa, Kepala BUMDES, seluruh pengelola Objek Wisata Mangku dan masyarakat sekitar yang telah berkenan

menerima dan memberikan izin kepada penulis mencari dan mengumpulkan data sehingga penelitian dapat berjalan dengan lancar.

10. Dan semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti hanya bisa mendoakan semoga semua bantuan, bimbingan dan dukungan tersebut diterima sebagai amal baik oleh Allah SWT. Aamiin.

Purwokerto, 20 Oktober 2021
Yang Menyatakan,



Tuhfatul Khasanah
NIM. 1717201175



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Strategi.....	19
1. Pengertian Manajemen Strategi.....	19
2. Manfaat Manajemen Strategi.....	23
3. Proses Manajemen Strategi.....	25
B. Objek Wisata.....	31
1. Pengertian Objek Wisata.....	31
2. Peran Objek Wisata.....	32
3. Jenis-jenis Objek Wisata.....	34
4. Strategi Pengembangan Objek wisata.....	35
C. Pendapatan Asli Desa.....	39
1. Pengertian Pendapatan Asli Desa.....	39
2. Sumber Pendapatan.....	40

	D. Landasan Teologis.....	41
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis penelitian.....	46
	B. Lokasi dan waktu Penelitian.....	46
	C. Subjek dan Objek Penelitian.....	47
	D. Sumber Data.....	47
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
	F. Teknik Analisis Data.....	49
	G. Teknik Uji Keabsahan Data.....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
	1. Profil Desa Rancamaya.....	52
	2. Sejarah Singkat Wisata Mangku.....	53
	3. Struktur Organisasi BUMDES Rancamaya.....	56
	4. Lokasi Objek Wisata Mangku.....	59
	B. Pengembangan Objek Wisata Mangku.....	59
	1. Peran Objek Wisata Mangku.....	61
	2. Jenis Objek Wisata Mangku Rancamaya.....	65
	C. Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku.....	65
	D. Manajemen Strategi Objek Wisata Mangku dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa.....	70
	E. Analisis Perspektif Ekonomi Islam.....	77
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	78
	B. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung Objek Wisata Mangku.....	5
Tabel 1.2	Pendapatan Retribusi Tiket Masuk Objek Wisata Mangku	6
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 4.1	Dampak Adanya Objek Wisata Mangku.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Transkrip Wawancara
Lampiran 2	: Dokumentasi Penelitian
Lampiran 3	: Sertifikat BTA PPI
Lampiran 4	: Sertifikat pengembangan Bahasa Arab
Lampiran 5	: Sertifikat pengembangan Bahasa Inggris
Lampiran 6	: Sertifikat Aplikom
Lampiran 7	: Sertifikat PPL
Lampiran 8	: Sertifikat KKN
Lampiran 9	: Sertifikat PBM
Lampiran 10	: SKL Seminal Proposal
Lampiran 11	: SKL Ujian Komprehensif
Lampiran 12	: Surat keterangan telah melakukan penelitian
Lampiran 13	: Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi setiap daerah ataupun suatu negara. Dengan adanya berbagai objek pariwisata, suatu negara atau lebih khususnya pemerintah daerah akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan objek wisata tersebut. Selain itu kesulitan ekonomi yang diakibatkan oleh berbagai faktor, dan pembangunan ekonomi yang timpang, dipandang dapat diatasi dengan industri pariwisata, karena industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru yang memberikan banyak peluang ekonomi bagi masyarakat (Osin & dkk, 2019).

Pariwisata di Indonesia sendiri merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat penting. Industri pariwisata menjadi gaya baru, yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam berbagai hal pendapatan, peluang kerja, memperbaiki taraf hidup dan mengaktifkan sektor produksi lain di dalam daerah atau negara penerima wisatawan. Industri pariwisata juga menjadi sarana untuk menjaga dan memperbaiki lingkungan dan mendorong pembangunan ekonomi regional. Bagi Indonesia dengan adanya pariwisata dapat menyumbang neraca pembayaran, meningkatkan pendapatan internasional, menumbuhkan rasa saling menghormati dan toleransi (Priyadi, 2016).

Pengembangan pariwisata merupakan amanat Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa pemerintah bersama lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan (Martiarini, 2017). Berkembangnya objek wisata di suatu daerah akan mendatangkan berbagai manfaat bagi masyarakat, baik secara sosial, budaya ataupun ekonomi. Namun apabila tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru nantinya akan menimbulkan berbagai permasalahan yang bisa menyulitkan, merusak lingkungan bahkan bisa merugikan masyarakat. Untuk menjamin

agar pariwisata dapat berkembang dengan baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin terjadi, maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yakni dengan melakukan penelitian terhadap semua sumber daya pendukungnya (Wardiyanta, 2006).

Sesuai dengan adanya peraturan otonomi daerah yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, tentang Pemerintahan Daerah disebutkan bahwa otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Otonomi daerah memberikan kewenangan yang lebih luas pada pemerintah daerah untuk mengelola wilayahnya dan dituntut untuk menggali pendapatan dari semua potensi dalam meningkatkan pendapatan bagi daerahnya masing-masing (Pebriana & dkk, 2021).

Menurut Cooper dkk dalam Sunaryo menjelaskan bahwa “kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari lima komponen-komponen utama; yang pertama, objek daya tarik wisata (*attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan (*artificial*), kedua, aksesibilitas (*accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi. Ketiga, amenitas (*amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata. Keempat, fasilitas umum (*ancillary service*) yang mendukung kegiatan pariwisata. Kelima, kelembagaan (*institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata” (Sunaryo, 2013).

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang terletak di provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas memiliki keanekaragaman wisata, mulai dari wisata alam, wisata religi, hingga wisata pendidikan yang masing-masing wisata menyajikan pesona serta keunggulan yang berbeda dari wisata satu dengan wisata lainnya. Salah satu objek wisata yang perlahan menjadi perhatian adalah Wisata Mangku yang terletak di Desa Rancamaya, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas.

Kecamatan Cilongok khususnya sektor pariwisata alam merupakan salah satu sektor yang strategis dan potensial untuk dikelola dan dikembangkan. Desa Rancamaya terletak di kaki Gunung Slamet yang merupakan dataran sedang dan rendah. Sebagai bagian dari kaki Gunung Slamet Desa Rancamaya dilalui tiga Sungai yaitu Sungai Prukut, Sungai Pager, Sungai Petir serta Sungai Nangka sebagai anak dari Sungai Prukut. Dengan dialiri tiga sungai tersebut sebagian besar masyarakat Desa Rancamaya bermata pencaharian sebagai petani, buruh tani dan penderes (Wikipedia, 2021).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) penduduk miskin adalah penduduk yang memiliki rata-rata pengeluaran perkapita perbulan dibawah garis kemiskinan. Kemiskinan dipandang sebagai ketidakmampuan dari sisi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan yang diukur dari sisi pengeluaran (Badan Pusat Statistik, 2020). Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala BUMDES Rancamaya, Desa Rancamaya merupakan kategori desa miskin dengan pendapatan perkapita penduduk. Oleh karena itu, Desa Rancamaya melalui BUMDES merancang sebuah program untuk pengembangan desa bidang ekonomi kemasyarakatan dengan menggali potensi sosial yakni dengan mendirikan Objek Wisata Mangku yang berlokasi di Desa Rancamaya RT 01/ RW 03 dengan harapan adanya Wisata Mangku dapat memperbaiki dan meningkatkan taraf Desa Rancamaya menuju kemandirian dan kesejahteraan masyarakat (Chasan, 2021).

Hasil observasi dan wawancara dengan bapak Ischakul Chasan selaku kepala Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Rancamaya beliau mengatakan, “dilihat dari segi ekonomi dengan adanya Objek Wisata Mangku akan menambah kesempatan kerja terutama di Desa Rancamaya karena rata-rata penduduknya sebagian besar adalah buruh dan petani”. Selain itu, dengan adanya objek pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan dana desa yang bersumber dari uang sewa (aula, paket *wedding*, lapak pedagang dan lain sebagainya), karcis maupun retribusi parkir. Hal tersebutlah yang dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian desa

Rancamaya. Dari segi sosial, dengan adanya objek pariwisata akan memperluas berbagai kegiatan seperti yang ada di Wisata Mangku yakni senam sehat setiap Minggu pagi yang akan memperat jiwa sosial antar warga dan juga menumbuhkan sikap toleransi dalam pergaulan dan cinta terhadap tanah air yang merupakan kekuatan dalam pembangunan desa” (Chasan, 2021).

Objek Wisata Mangku merupakan objek wisata alam bernuansa pedesanaan yang dikelilingi sungai, sawah serta taman yang mempunyai daya tarik tinggi dengan suasana dan pemandangan alam yang masih asri. Wisata ini menawarkan berbagai macam wahana, sarana edukasi, spot foto dan rekreasi yang cocok sebagai tempat destinasi wisata untuk keluarga. Berbagai macam bangunan dan permainan di tempat ini berbahan dasar bambu dan kayu, seperti gazebo dan saung dengan arsitektur unik yang dapat digunakan sebagai tempat pengunjung menikmati makanan yang dijual oleh warga lokal atau sekadar beristirahat sambil melihat pemandangan alam yang tersaji di Wisata Mangku (Samingan 2021).

Selain sebagai tempat liburan keluarga, Wisata Mangku juga cocok digunakan sebagai tempat untuk nongkrong, bersantai, reuni bersama teman atau tempat menggelar acara-acara resmi seperti perpisahan sekolah, resepsi pernikahan dan lain sebagainya yang tentunya harus tetap mengikuti protokol kesehatan yang ketat. Pengelola Objek Wisata Mangku juga sudah memasang imbauan dan aturan terkait protokol kesehatan yang wajib dipatuhi pengunjung di masa pandemi *covid-19*. Udara sejuk dan letaknya yang berada di tengah hamparan ladang hijau juga menambah suasana menenangkan dari tempat ini.

Wisata Mangku mulai dibuka tahun 2020 di bawah pengelolaan BUMDES Rancamaya dengan tim pengelola. Wisata Mangku termasuk wisata baru dari berbagai macam objek wisata yang ada di wilayah Cilongok. Adapun objek wisata yang ada di wilayah Cilongok meliputi wisata alam, wisata buatan, wisata religi dan wisata pendidikan. Salah satunya yakni Wisata Mangku yang apabila dikelola, dikembangkan dan dikelola dengan

baik, maka akan menjadi daerah tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi. Namun dibalik keindahan alamnya, Wisata Mangku masih mempunyai berbagai permasalahan yang dihadapi yakni terbatasnya kualitas sumber daya manusia dalam pengelolaan kepariwisataan, kurangnya promosi, kurangnya pengembangan objek wisata, minimnya pembangunan sektor swasta ekonomi dan jaringan informasi (Samingan, 2021).

Tabel 1.1

Jumlah Pengunjung Objek Wisata Mangku

No	Bulan	Banyaknya pengunjung
1	Agustus	1.004
2	September	1.120
3	Oktober	930
4	November	853
5	Desember	905
6	Januari	1.045
7	Februari	910
8	Maret	930
9	April	1.002
10	Mei	920
11	Juni	870
12	Juli	1.006

Sumber : Pengelola Wisata Mangku

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa perkembangan Objek Wisata Mangku cukup baik meskipun dimasa pandemi *covid-19* dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Dari bulan ke bulan jumlah pengunjung semakin naik, namun pada bulan November mengalami penurunan yang cukup drastis dikarenakan peralihan musim panas ke musim hujan yang sangat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu juga masih kurangnya manajemen strategi dalam mengelola Wisata Mangku yang memiliki potensi baik, jika dikelola secara optimal. Sehingga keberadaan

wisata tersebut akan mendapat respon positif wisatawan dalam bentuk kunjungan wisata, karena salah satu tolak ukur perkembangan pariwisata adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan.

Peningkatan jumlah wisatawan yang datang secara langsung akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, pembangunan wilayah yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan. Dengan pengelolaan secara optimal nantinya akan berpengaruh terhadap wisatawan yang berkunjung, maka secara langsung akan menambah pendapatan desa maupun pendapatan masyarakat sekitar Wisata Mangku.

Tabel 1.2

**Pendapatan Retribusi Tiket Masuk Objek Wisata Mangku
Bulan Juli 2020 - Juni 2021**

No	Bulan	Perolehan Pendapatan
1	Agustus	Rp 3.012.000,00
2	September	Rp 3.360.000,00
3	Oktober	Rp 2.790.000,00
4	November	Rp 2.559.000,00
5	Desember	Rp 2.715.000,00
6	Januari	Rp 3.135.000,00
7	Februari	Rp 2.730.000,00
8	Maret	Rp 2.790.000,00
9	April	Rp 3.006.000,00
10	Mei	Rp 2.760.000,00
11	Juni	Rp 2.610.000,00
12	Juli	Rp 3.018.000,00

Sumber : Pengelola Wisata Mangku

Pendapatan Objek Wisata Mangku dapat dilihat dari tabel di atas yang diperoleh dari hasil penjualan tiket, dimana setiap orang yang masuk diharuskan membeli tiket dengan harga yang sudah ditentukan yakni Rp. 3.000 per anak-anak maupun orang dewasa. Pendapatan retribusi tiket masuk,

parkir, sewa dan lainnya untuk saat ini masih digunakan untuk pengembangan sarana dan prasana Wisata Mangku selebihnya dana tersebut masuk ke dalam Pendapatan Asli Desa Rancamaya. Diharapkan dengan adanya manajemen strategi pengembangan Objek Wisata Mangku akan meningkatkan wisatawan yang berkunjung maka secara tidak langsung akan menambah Pendapatan Asli Desa dan pendapatan masyarakat sekitar wisata (Chasan, 2021).

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa” (Studi pada Desa Rancamaya Cilogok Banyumas)**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat kita artikan bahwa dalam pengembangan Objek Wisata Mangku masih diperlukan manajemen strategi sebagai upaya meningkatkan pendapatan asli desa. Oleh karena itu dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

“Bagaimana manajemen strategi pengembangan Objek Wisata Mangku Desa Rancamaya dalam upaya meningkatkan pendapatan desa perspektif Islam?”

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen strategi pengembangan Objek Wisata Mangku Desa Rancamaya dalam perspektif Islam.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih dalam ilmu dan sebagai literatur yang baru bagi daftar

kepastakaan untuk memperkaya referensi karya ilmiah di UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai kontribusi dibidang keilmuan khususnya bidang Ekonomi dan Bisnis Islam. serta bagi pembaca dan pihak lain, penelitian ini sebagai bahan rujukan atas sumber informasi bagi penulisan dan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini bagi penulis sebagai bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah di dapat selama di bangku kuliah untuk bisa diimplementasikan di lapangan, selain itu juga menambah wawasan bagi penulis.

2) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pegetahuan masyarakat tentang manajemen strategi pengembangan objek wisata dalam meningkatkan pendapatan. Bagi pemerintah desa setempat diharapkan dapat menambah masukan dalam pengambilan kebijakan untuk pengembangan wisata.

D. Kajian Pustaka

Hasil penelitian terdahulu yang relevan digunakan untuk membantu peneliti mendapatkan gambaran penelitian ini serta membantu dalam membuat kerangka berfikir. Di samping itu, penelitian terdahulu juga berguna untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebelumnya sebagai kajian untuk mengembangkan wawasan berfikir peneliti. Adapun penelitian-penelitian yang menjadi rujukan dan pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang ditulis oleh Susmita Prastiwi (2016) yang berjudul “Manajemen Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Dalam Mengembangkan Potensi Objek Wisata Edukasi *Little Teksas Wonocolo*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi

yang telah dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro dalam mengembangkan potensi wisata belum berjalan dengan baik sesuai dengan konsep manajemen strategi menurut J. David Hunger and Thomas Wheelen yang meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan pengendalian. Hal tersebut disebabkan oleh masih kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dan masyarakat sekitar lokasi wisata untuk mengembangkan potensi wisata Teksas Wonocolo, untuk itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro perlu melakukan bimbingan kepada masyarakat sekitar lokasi wisata mengenai kegiatan wisata agar mampu mengembangkan potensi wisata dengan lebih baik lagi (Prastiwi, 2016).

Penelitian oleh Fransiskus Roy, Vinsenco R. Serano (2019) dengan judul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bambu Mandira untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat”. Hasil penelitian menunjukkan strategi Dinas Pariwisata dalam mengembangkan objek Wisata Taman Bambu Mandira saat ini belum berjalan dengan maksimal dikarenakan objek wisata ini baru terbentuk dan juga merupakan milik perorangan sehingga campur tangan pemerintah sangat terbatas atau belum sepenuhnya diakomodir oleh pemerintah, pengembangan objek wisata pada saat ini sedang berjalan, tetapi dalam proses pengembangannya berjalan lambat akibat kurangnya modal. Walaupun dampak dari objek wisata dalam mendorong perekonomian belum dirasakan masyarakat secara menyeluruh namun pengelola tetap optimis untuk mengembangkan objek wisata tersebut (Roy & dkk, 2019).

Penelitian oleh Ireyne Olivia, Benny Adrian Berthy Sagay dan Sherly Gladys Jocom (2018) yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Linouw Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tomohon”. Hasil penelitian menunjukkan strategi pengembangan objek Wisata Danau Linouw dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tomohon berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, terletak pada posisi Kuadran I atau strategi melalui Integrasi Horizontal, yang

terletak antara peluang eksternal dan kekuatan internal. Hal ini merupakan strategi utama untuk mengembangkan objek wisata dengan cara mempertahankan kekuatan dan mengoptimalkan peluang sambil memperbaiki kelemahan dan mengantisipasi ancaman yang ada dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tomohon (Olivia & dkk, 2018).

Penelitian yang ditulis oleh Dedek Albasir (2019) yang berjudul “Pengembangan Objek Wisata Bukit Pangonan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembangunan di sektor kepariwisataan ditingkatkan dengan cara mengembangkan dan mendayaguna sumber-sumber serta potensi kepariwisataan nasional maupun daerah, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan terutama bagi masyarakat setempat. Karena dengan cara pengembangan sektor pariwisata ini bisa menarik minat pengunjung untuk mengunjungi dan menikmati keindahan panorama Bukit Pangonan (Albasir, 2019).

Penelitian yang ditulis oleh Rosvita Flaviana Osin, Irawinne Rizky Wahyu Kusuma dan Dewa Ayu Suryawati (2019) yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT)”. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan Matrix Internal-Eksternal tersebut, objek Wisata Kampung Tradisional Bena berada pada posisi sel II yang dikategorikan dalam strategi pertumbuhan, serta disesuaikan dengan hasil analisis Matrix SWOT maka alternatif strategi yang tepat dalam mengembangkan objek wisata Kampung Tradisional Bena yaitu mengembangkan objek wisata dengan menciptakan beragam atraksi maupun daya tarik wisata baru serta mempertahankan keaslian Kampung (Osin & dkk, 2019).

Penelitian yang ditulis oleh Tiara Anggraini Putri (2019) yang berjudul “Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi (Studi Kasus Makom Dalem Santri Desa Kutaliman Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten

Banyumas)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak *stakeholder* Makom Dalem Santri yaitu Pemerintah Desa Kutaliman, Pokdarwis “Rakca Wisata” dan juru kunci Makom Dalem Santri melakukan startegi pengembangan wisata yaitu dengan melihat kendala dan kebutuhan yang menghasilkan strategi seperti membentuk Kelompok Sadar Wisata “RAKCA WISATA”, membangun dan melengkapi sarana prasarana, melakukan promosi, memelihara dan menjaga Makom Dalem Santri. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Makom Dalem Santri adalah dana, sumber daya alam, masyarakat, kebijakan pemerintah, pekerja atau tenaga kerja, pihak swasta, potensi objek wisata, promosi, kompetisi, warisan budaya dan kebutuhan peziarah (Putri, 2019).

Table 1.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Susmita Prastiwi (2016)	Manajemen Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Dalam Mengembangkan Potensi Objek Wisata Edukasi	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi yang telah dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro dalam mengembangkan potensi wisata belum berjalan dengan baik sesuai dengan konsep manajemen strategi menurut J. David Hunger and Thomas Wheelen yang meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan pengendalian. Hal

		<p><i>Little</i> Teksas Wonocolo</p>		<p>tersebut disebabkan oleh masih kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dan masyarakat sekitar lokasi wisata untuk mengembangkan potensi wisata Teksas Wonocolo, untuk itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro perlu melakukan bimbingan kepada masyarakat sekitar lokasi wisata mengenai kegiatan wisata agar mampu mengembangkan potensi wisata dengan lebih baik lagi.</p>
2.	Fransiskus Roy, Vinsenco R. Serano (2019)	<p>Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bambu Mandira Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penelitian menunjukkan Strategi Dinas Pariwisata dalam mengembangkan objek wisata Taman Bambu Mandira saat ini belum berjalan dengan maksimal dikarenakan objek wisata ini baru terbentuk dan juga merupakan milik perorangan sehingga campur tangan pemerintah sangat terbatas atau belum sepenuhnya diakomodir oleh pemerintah, untuk pengembangan objek wisata pada saat ini sedang berjalan, tetapi dalam proses pengembangannya berjalan</p>

				<p>lambat akibat kurangnya modal. Walaupun dampak dari objek wisata dalam mendorong perekonomian belum dirasakan masyarakat secara menyeluruh namun pengelola tetap optimis untuk mengembangkan objek wisata tersebut agar kedepannya dapat lebih maju.</p>
3.	Ireyne Olivia Eman, Benny Adrian Berthy Sagay, Sherly Gladys Jocom, (2018)	Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Linouw Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Tomohon	Deskriptif Kualitatif	<p>Penelitian menunjukkan Strategi pengembangan Objek Wisata Danau Linouw dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tomohon berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, terletak pada posisi Kuadran I atau strategi melalui Integrasi Horizontal, yang terletak antara peluang eksternal dan kekuatan internal. Hal ini merupakan strategi utama untuk mengembangkan objek wisata dengan cara mempertahankan kekuatan dan mengoptimalkan peluang sambil memperbaiki kelemahan dan mengantisipasi ancaman yang ada dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang</p>

				dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tomohon.
4.	Dedek Albasir (2019)	Pengembangan Objek Wisata Bukit Pangonan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung)	Kualitatif	Hasil Penelitian Pengembangan Objek Wisata Bukit Pangonan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam di Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung. Pembangunan di sektor kepariwisataan ditingkatkan dengan cara mengembangkan dan mendayaguna sumber-sumber serta potensi kepariwisataan nasional maupun daerah, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan terutama bagi masyarakat setempat. Karena dengan cara pengembangan sektor pariwisata ini bisa menarik minat pengunjung untuk mengunjungi dan menikmati keindahan panorama Bukit Pangonan.
5.	Rosvita Flaviana Osin,	Strategi Pengembangan Objek	Kuantitatif, Kualitatif	Penelitian menunjukkan Berdasarkan Matrix Internal-Eksternal tersebut,

	Irawinne Rizky Wahyu Kusuma, Dewa Ayu Suryawati, (2019)	Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flories Nusa Tenggara Timur (Ntt)		objek Wisata Kampung Tradisional Bena berada pada posisi sel II yang dikategorikan dalam strategi pertumbuhan, serta disesuaikan dengan hasil analisis Matrix SWOT maka alternatif strategi yang tepat dalam mengembangkan objek Wisata Kampung Tradisional Bena yaitu mengembangkan objek wisata dengan menciptakan beragam atraksi maupun daya tarik wisata baru serta mempertahankan keaslian Kampung.
6.	Tiara Anggraini Putri (2019)	Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi (Studi Kasus Makom Dalem Santri Desa Kutaliman Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten.	Deskriptif Kualitatif	Penelitian menunjukkan bahwa Pihak <i>stakeholder</i> Makom Dalem Santri yaitu Pemerintah Desa Kutaliman, Pokdarwis “Rakca Wisata” dan juru kunci Makom Dalem Santri melakukan strategi pengembangan wisata yaitu dengan melihat kendala dan kebutuhan yang menghasilkan strategi seperti membentuk Kelompok Sadar Wisata “RAKCA WISATA”, membangun dan melengkapi sarana prasarana, melakukan

		Banyumas)		promosi, memelihara dan menjaga Makom Dalem Santri. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Makom Dalem Santri adalah dana, sumber daya alam, masyarakat, kebijakan pemerintah, pekerja atau tenaga kerja, pihak swasta, potensi objek wisata, promosi, kompetisi, warisan budaya dan kebutuhan peziarah.
--	--	-----------	--	--

Perbedaan penelitian diatas dengan yang dilakukan oleh peneliti ialah dalam studi kasus dan objek yang diteliti, selain itu dalam penelitian terdahulu yang ditulis penulis rata-rata dalam manajemen strategi yang dilakukan yakni wisata yang sudah berjalan lama dan milik individual sehingga campur tangan pemerintah sangat terbatas atau belum sepenuhnya diakomodir oleh pemerintah, pengembangan objek wisata sedang berjalan, tetapi dalam proses pengembangannya berjalan lambat akibat kurangnya modal dan dampak dari objek wisata dalam mendorong perekonomian belum dirasakan masyarakat. Sedangkan yang penulis teliti objek wisatanya masih baru dan campur tangan pemerintah sangat berpengaruh sehingga pengembangan objek wisata berjalan dengan maksimal walaupun masih terdapat beberapa kendala karena adanya pandemi *covid-19*. Selain itu pengembangan wisata ini dilakukan untuk memberikan sumbangan terhadap penerimaan dana desa yang bersumber dari wisata tersebut dengan harapan akan meningkatkan pendapatan asli desa.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan di dalam penelitian ini merupakan gambaran sistematis pembahasan guna memudahkan dalam penyusunan laporan

penelitian dan memahami isi yang terkandung. Sistematika penyusunan dibuat untuk mempermudah pembaca dalam melihat bagian-bagian agar lebih rinci. Secara keseluruhan sistematika penyusunan penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian pokok, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Bagian awal penelitian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman persembahan, kata pengantar dan daftar isi.

Bagian isi dari penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara spesifik, bagian isi ini akan memaparkan mengenai inti dalam penelitian, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan, manfaat penulisan, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan tinjauan umum terkait dengan Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan metode penulisan yang berisi tentang penentuan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan penyusun dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil penulisan yang berisi tentang hasil penelitian berupa: 1) Gambaran Umum Lokasi Penelitian 2) Pengembangan Objek Wisata Mangku 3) Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku 4) Pembahasan tentang Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penulisan yang dilakukan penyusun serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

Kemudian pada bagian akhir peneliti mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen merupakan suatu proses dalam mengatur kegiatan agar berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Manajemen sendiri sudah ada sejak lama tanpa kita sadari, dimana manusia memenuhi kebutuhannya melalui orang lain. Sehingga semua kegiatan manusia terdapat manajemen baik itu di dalam manajemen pemerintahan, sekolah, perusahaan, pemerintahan, organisasi, maupun dalam rumah tangga. Manajemen diambil dari kata berbahasa Inggris yakni “*to manage*” yang diartikan mengatur atau mengelola. Manajemen dapat juga kita artikan sebagai sebuah proses dalam penerapan di berbagai macam kegiatan untuk mencapai tujuan maupun sebagai kemampuan seseorang yang menduduki jabatan manajerial guna mendapatkan suatu hasil dalam pencapaian tujuan yang diharapkan (Feriyanto & Triana, 2021: 4).

Manajemen dibagi menjadi delapan macam yaitu sebagai berikut:

a. Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah bidang manajemen yang memiliki fungsi dalam mengkoordinir seluruh kegiatan yang berkaitan dengan proses produksi untuk mencapai tujuan. Dalam pengelolaan, pihak manajemen produksi membuat keputusan-keputusan untuk mencapai tujuan agar barang dan jasa yang diproduksi sesuai dengan apa yang direncanakan.

b. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah bidang manajemen yang berfokus pada pengendalian keuangan dan dana perusahaan, termasuk juga pencatatan dan pembuatan laporan keuangan. Manajemen keuangan dalam arti lain sebagai kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pencarian, pengelolaan, pengendalian dan juga

penyimpanan dana yang dimiliki sebuah perusahaan atau suatu organisasi.

c. Manajemen sumber daya manusia (SDM)

Manajemen sumber daya manusia adalah bidang manajemen yang berfokus pada kegiatan yang berkaitan dengan karyawan atau tenaga kerja suatu perusahaan atau organisasi. Manajemen tersebut mempelajari cara mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja yang dimiliki individu secara efektif dan efisien serta digunakan secara maksimal untuk mencapai tujuan.

d. Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran adalah cabang dari manajemen yang berupa proses penetapan tujuan pemasaran suatu perusahaan atau organisasi dengan mempertimbangkan sumber daya yang tersedia dan juga peluang pasar.

e. Manajemen strategi

Manajemen strategi merupakan bidang manajemen berupa seni atau ilmu penyusunan, penerapan, pengimplementasian dan pengevaluasian keputusan lintas fungsional sehingga memungkinkan organisasi mencapai tujuan.

f. Manajemen administrasi

Manajemen administrasi adalah cabang manajemen yang berfungsi memberikan informasi dan layanan pada bidang administrasi dan akuntansi. Tujuannya adalah untuk menentukan standar dan kebijakan yang akan diambil untuk melaksanakan operasional perusahaan atau organisasi sehari-harinya.

g. Manajemen operasi

Manajemen operasi adalah macam manajemen berupa usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi. Mulai dari mesin, sumber daya manusia, bahan mentah, peralatan dan lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa.

h. Manajemen informasi

Manajemen informasi adalah bidang manajemen berupa pengelolaan data yang terdiri dari proses mencari, menyusun, proses klasifikasi serta memperlihatkan semua data yang terkait dengan kegiatan perusahaan. Hasil dari manajemen informasi yang sudah diolah dan disajikan nantinya akan dapat dijadikan sebagai landasan untuk mengambil keputusan oleh manajemen perusahaan secara umum.

Sedangkan William F. Glueck mengatakan bahwa, ”strategi adalah suatu rencana terpadu yang terintegrasi secara luas yang menghubungkan manfaat strategis perusahaan atau organisasi dengan masalah lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa organisasi yang relevan dapat mencapai tujuan ini”. Pandangan lain dari William J. Stanton adalah mendefinisikan strategi sebagai tindakan dalam suatu organisasi dan mencapai tujuan melalui rencana tindakan dasar yang luas. Dari pendapat-pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah kesatuan rencana organisasi satau perusahaan secara menyeluruh, serta komperhensif yang digunakan dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan (Taufiqurokhman, 2016: 15).

Dari dua aspek diatas yakni manajemen dan strategi kemudian dipadukan menjadi satu aspek. Manajemen strategi adalah ilmu dalam membuat (*formulating*), menerapkan (*implemeting*) dan mengevaluasi (*evaluating*) terhadap keputusan-keputusan strategi antar fungsi manajemen dalam sebuah organisasi yang dapat memungkinkan tercapainya tujuan yang telah ditentukan dengan cara menyesuaikan kondisi lingkungan sekitar (Amirullah, 2015: 5). Sedangkan definisi manajemen strategi menurut beberapa ahli yakni sebagai berikut :

- a. Menurut Porter (2007), Manajemen strategi adalah suatu proses yang menyeluruh dan mendasar dalam mengambil keputusan, dengan disertai penetapan cara pelaksanaanya, untuk kemudian

- diimplementasikan ke seluruh jajaran yang ada di dalam suatu organisasi sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan.
- b. Menurut Pearce dan Robinson (1996:20), definisi manajemen strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan pelaksanaan rencana-rencana dalam pengembangan dan implementasi yang ditujukan untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan.
 - c. Menurut Jauch dan Glueck (1996: 26), manajemen strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang ditujukan untuk mengembangkan strategi atau seperangkat strategi yang efektif untuk mencapai tujuan suatu perusahaan atau organisasi.
 - d. Menurut Nawawi (2000: 148), manajemen strategi merupakan seperangkat kegiatan dalam pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh kemudian disertai dengan penetapan cara dalam pelaksanaannya, yang dibuat oleh manajemen atasan dan diimplementasikan kepada seluruh jajaran dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dari beberapa uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen strategi merupakan seni dan ilmu dalam pembuatan (*formulating*), penerapan (*implemeting*) dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategi antar fungsi manajemen yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan di masa yang akan datang yang mencakup manajemen strategi dalam hal pengambilan dan pembuatan keputusan suatu perusahaan atau organisasi, cara-cara membentuk strategi dan mengembangkan strategi-strategi yang efektif. Selain itu, dari berbagai definisi tersebut menunjukkan bahwa manajemen strategi mengantisipasi berbagai macam perubahan yang mungkin terjadi baik intern maupun ekstern yang sangat menekankan terhadap pengamatan lingkungan dalam menentukan posisi perusahaan dalam dunia persaingan industri di masa depan (Amirulloh, 2010: 6).

Dengan demikian yang dimaksud dengan manajemen strategi adalah suatu tindakan manajerial yang mengupayakan adanya pengembangan potensi perusahaan atau organisasi dalam menggali peluang bisnis untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan berdasarkan visi dan misi yang sudah ditetapkan. Implikasi dari definisi tersebut yakni perusahaan berusaha untuk meminimalisir terhadap kelemahan atau kekurangan dan berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar. Selain itu perusahaan maupun organisasi juga berusaha dalam mengurangi dampak negatif yang kemungkinan muncul oleh ancaman-ancaman bisnis (Amirullah, 2020: 6).

2. Manfaat manajemen strategi

Manajemen strategi memungkinkan sebuah perusahaan atau organisasi menjadi dapat lebih produktif dalam membangun masa depannya, dengan mengarahkan dan memengaruhi dalam berbagai kegiatan ataupun aktivitas sehingga dengan demikian dapat mengontrol perusahaan itu sendiri. Para pemilik bisnis kecil maupun besar, pejabat, dan manajer di banyak organisasi pro laba dan nirlaba sangat menyadari dan mengakui manfaat-manfaat yang berasal dari manajemen strategi (David, 2010: 23).

Supriyono (1999: 9-10) mengungkapkan manfaat menerapkan manajemen strategi yaitu sebagai berikut:

- a. Manajemen strategi bermanfaat dalam memberikan arah terhadap masa depan yang jelas dan dapat memberikan tujuan pada semua karyawan.
- b. Manajemen strategi adalah salah satu cara dalam mengantisipasi terjadinya masalah-masalah di masa yang akan datang.
- c. Manajemen strategi banyak diterapkan dalam berbagai industri karena dapat mempermudah tugas para eksekutif puncak.
- d. Manajemen strategi dapat menjadi kaca mata yang berfungsi sebagai monitor terhadap setiap kejadian dalam perusahaan dan sebagai sumbangsih terhadap keberhasilan perusahaan.

- e. Memberikan informasi perusahaan kepada manajer puncak sehingga menjadi pertimbangan untuk merumuskan tujuan akhir dengan memperhatikan etika lingkungan masyarakat guna mencapai tujuan yang diharapkan.
- f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi dapat membantu sebuah organisasi dalam melakukan praktek-praktek manajemen.
- g. Perusahaan atau organisasi yang menggunakan manajemen strategi terbukti lebih efektif dalam menyusun strategi dibandingkan dengan yang tidak menggunakannya.

Sedangkan menurut Wahyudi (1996: 19) manfaat dengan menerapkannya manajemen strategi yakni sebagai berikut :

- a. Memberi pengarahan terhadap arah jangka panjang.
- b. Membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang ada baik eksternal maupun internal.
- c. Perusahaan yang menggunakan manajemen strategi menjadi lebih efektif dalam mencapai tujuan.
- d. Mendeteksi keunggulan suatu perusahaan di tengah kondisi lingkungan yang mempunyai berbagai macam resiko.
- e. Penyusunan strategi dengan melibatkan karyawan dapat lebih memotivasi mereka dalam terlaksananya strategi tersebut.
- f. Dapat memperluas kemampuan suatu perusahaan atau organisasi dalam mencegah kemungkinan terhadap ancaman atau munculnya masalah di masa depan.
- g. Aktivitas tumpang tindih dan keengganan karyawan lama untuk berubah dapat berkurang.

Dengan adanya manajemen strategi dalam menyelesaikan berbagai masalah dalam suatu organisasi atau perusahaan, maka manajer dituntut untuk dapat berfikir lebih kreatif dalam memecahkan suatu permasalahan dengan mempertimbangkan hal-hal alternatif lainnya yang

dibangun dari suatu analisis teliti yang dapat menjanjikan terhadap hasil yang lebih menguntungkan (Amirullah, 2020: 7).

Manfaat lain dari manajemen strategi adalah untuk mengkomunikasikan dan mensosialisasikan tujuan perusahaan sehingga para pemangku kepentingan seperti investor, bisnis, konsumen utama, serikat pekerja, pemerintah daerah dan karyawan, manajer dan non-manajer dapat menjangkau mereka. Dengan cara ini, pemangku kepentingan langsung dapat dengan mudah memahami peluang dan tantangan bisnis yang mereka hadapi. karena strategi yang baik tidak akan berhasil jika tidak disesuaikan dengan taktik dan kebijakan yang tepat (Amirullah, 2020: 8).

3. Proses manajemen strategi

Proses manajemen strategi adalah serangkaian tahapan atau proses dimana manajemen strategi menyediakan kerangka gabungan bagi para manajer untuk menghadapi berbagai masalah yang unik di perusahaan dengan mengidentifikasi peluang baru dengan lebih efektif serta memperkirakan kelebihan atau kekuatan yang dapat digunakan dan kelemahan yang perlu diatasi dan diperbaiki. Kemudian proses tersebut dipadukan dengan misi dan tujuan yang dihubungkan dengan lingkungan baik internal maupun eksternal untuk memilih dan menentukan strategi mana yang tepat (Amirullah, 2020: 15).

Fred R David dan Forest R David mengungkapkan dalam bukunya bahwa “proses manajemen strategi terdiri dari beberapa proses atau langkah, yaitu: perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi” (David, 2016: 27).

Sedangkan menurut pendapat Pearce dan Robinson (1997: 34), “proses manajemen strategi meliputi beberapa tahapan: menetapkan misi organisasi, pengembangan profil organisasi, analisis lingkungan eksternal organisasi, menganalisa dan memilih strategi yang akan digunakan, mementukan tujuan jangka panjang, strategi umum dan fungsional,

menetapkan sasaran umum dan kebijakan, melembagakan strategi, melakukan pengendalian dan melakukan evaluasi”.

Menurut J. David Hunger dan Thomas Wheelen berpendapat bahwa, “proses manajemen strategi adalah sebuah ilmu yang dihasilkan dengan menggabungkan kebijakan bisnis dengan tekanan strategis dan lingkungan. Manajemen strategi merupakan rangkaian keputusan dan juga tindakan manajerial dalam mengatur kinerja dalam suatu perusahaan. Manajemen tersebut diantaranya meliputi: pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, pengendalian dan melakukan pengevaluasian” (David & Thomas, 2003: 4-5).

Taufiqurrahman dalam bukunya Manajemen Strategi menyatakan bahwa, “proses manajemen strategi terdiri dari pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi” (Taufiqurrahman, 2015: 31). Pendapat lain, menurut Amirulloh dalam bukunya manajemen strategi teori-konsep-kinerja, “proses manajemen strategi berlangsung dari beberapa tahapan antara lain: analisis lingkungan, definisi visi, misi dan tujuan, perumusan strategi, serta implementasi dan evaluasi strategi. atau pengendalian strategis”.

a. Analisis Lingkungan

Hal terpenting yang harus dilakukan dalam melakukan analisis terhadap lingkungan yakni dengan mengamati variabel pokok yang dapat mempengaruhi kinerja tersebut, karena tujuan utama dilakukannya analisis ini adalah untuk mengetahui peluang (*opportunity*) danantisipasi, kemudian di sisi lain perusahaan juga dapat menentukan kemungkinan ancaman (*threats*) yang perlu diantisipasi dengan perencanaan tertentu. Hal tersebut berarti suatu perusahaan maupun organisasi hanya berusaha dalam menganalisis dan mengumpulkan beberapa variabel terbatas atau relevan saja dan tidak sampai berusaha untuk terjerumus menganalisis variabel dalam jumlah yang lebih banyak.

Menurut Rangkuti (1988: 19), kondisi suatu lingkungan yang dapat memengaruhi kinerja suatu perusahaan bisa ditentukan oleh dua faktor, yakni faktor lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Kedua faktor tersebut harus menjadi pertimbangan serius dalam analisis lingkungan, terutama yang menggunakan model analisis SWOT. Analisis tersebut akan memberikan gambaran yang lebih terang terkait dengan permasalahan strategi organisasi.

1) Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan analisis yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk menilai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dari unit organisasi yang ada. Proses analisis lingkungan internal merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan, karena setelah melakukan analisis terhadap lingkungan internal suatu organisasi akan dapat mengukur kekuatan dan kelemahannya sendiri, hal tersebut tentunya sangat bermanfaat untuk mengetahui isu-isu strategis terkait pengembangan suatu organisasi maupun perusahaan. Adapun yang termasuk dalam lingkungan internal adalah faktor sumber daya, kapabilitas, strategi yang digunakan saat ini, keterampilan dasar dan faktor kinerja (Rangkuti, 1997: 19).

2) Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan unsur-unsur kekuatan yang berada dari luar suatu perusahaan, yang mana perusahaan tersebut tidak memiliki pengaruh dan kendali sama sekali terhadap unsur-unsur tersebut, akan tetapi perubahan yang terjadi pada lingkungan tersebut dapat mempengaruhi kinerja dari perusahaan dalam suatu hubungan yang timbal balik.

Lingkungan eksternal tersusun dari dua unsur yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Lingkungan eksternal berpengaruh sangat besar terhadap pencapaian misi

atau tujuan yang telah disepakati. Jenis lingkungan eksternal perusahaan meliputi: lingkungan industri, lingkungan umum, dan lingkungan operasional. Dengan dilakukannya analisis terhadap lingkungan diharapkan manajemen suatu perusahaan atau organisasi dapat memiliki gambaran yang jelas terkait dalam penyiapan strategi bisnis yang dibutuhkan serta untuk mengantisipasi implikasi manajerial yang dapat ditimbulkan oleh lingkungan tersebut (Amirullah, 2020: 16).

b. Misi dan Tujuan perusahaan

Misi adalah suatu tujuan khusus yang membedakannya dari perusahaan-perusahaan serupa lainnya dan mengidentifikasi cakupan operasinya. Misi tersebut biasanya menjelaskan hal-hal seperti karakteristik produk, teknologi yang digunakan, dan pasar yang dimasuki. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan baik perusahaan kecil atau besar, pasti memiliki misi. Misi mencerminkan mengapa bisnis itu ada. Dengan adanya suatu misi, perusahaan dapat mengembangkan dan memanfaatkan seluruh potensi yang dimiliki dalam mencapai tujuan dengan lebih efektif dan efisien.

Sedangkan tujuan perusahaan merupakan dasar utama dalam menggariskan kebijakan ataupun keputusan yang akan ditempuh dan juga arah tindakan untuk sampai pada tujuan perusahaan, dengan kata lain tujuan menjadi sesuatu yang akan dan memang harus dicapai. Dengan demikian perusahaan perlu merumuskan dengan jelas tujuan dan misi apa yang akan diraih (Amirullah, 2020: 17).

c. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengambilan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang nantinya akan digunakan untuk mendayagunakan kompetensi utama serta memperoleh keunggulan dalam persaingan. Untuk mendapatkan profit yang tinggi dan mencapai daya saing strategi, suatu perusahaan atau organisasi harus dapat menganalisa lingkungan eksternalnya, mendeteksi

berbagai ancaman dan peluang dalam lingkungan tersebut, menentukan kemampuan dan strategi yang tepat untuk diterapkan (*strategic formulation*).

d. Penerapan atau Implementasi strategi

Implementasi strategi adalah suatu tindakan dalam mengelola sumber daya perusahaan maupun organisasi dan manajemen untuk mengarahkan dan mengendalikan kepentingan yang ada, termasuk: sumber daya manusia, peralatan, keuangan, dan lain-lain., dengan melalui strategi yang ditetapkan. Implementasi strategi diperlukan untuk merinci secara jelas dan tepat pilihan strategi yang telah dibuat. Implementasi yang berhasil berasal dari kemampuan, kompetensi, keterampilan dan keahlian manajer.

Di bawah ini adalah beberapa tugas dan tanggung jawab utama seorang manajer dalam menerapkan strategi yang telah ditentukan, antara lain:

- 1) Manajer membagi tugas dan mengambil kebijakan dan strategi apa yang tepat dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditentukan.
- 2) Manajer menentukan orang yang memegang tanggung jawab atas tugas yang harus diselesaikan, keputusan apa yang harus diambil serta langkah yang harus ditempuh.
- 3) Manajer merancang dan menentukan apa saja yang diperlukan dalam menerapkan kebijakan dan strategi yang diperlukan.
- 4) Menetapkan struktur pokok organisasi tempat implementasi akan berlangsung, misalnya departemen fungsional atau divisi produk yang telah didesentralisasikan.
- 5) Menetapkan pencapaian-pencapaian yang dibutuhkan oleh unit-unit organisasi atau perorangan dan menentukan kapan kegiatan tersebut harus diselesaikan.
- 6) Menentukan motivasi pribadi dan sistem perangsang yang akan digunakan.

- 7) Menganalisis pengkoordinasian terhadap kegiatan organisasi yang saling berhubungan antara orang-orang dan menentukan sistem yang sesuai.
 - 8) Mengambil tindakan perbaikan yang tepat dalam menetapkan sistem informasi.
 - 9) Memastikan tingkat partisipasi yang tepat dalam melakukan perumusan dan operasi sistem dan proses implementasi.
 - 10) Memastikan pimpinan manajemen dapat secara efektif membimbing dan memotivasi perusahaan dalam strategi dan penerapan kebijakan agar tujuan-tujuan dari organisasi tersebut tercapai.
 - 11) Mengembangkan keterampilan teknis dan manajemen yang diperlukan dalam implementasi dengan cara mengadopsi program latihan.
- e. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi adalah suatu tahapan dimana manajer memastikan bahwa strategi yang ditetapkan berjalan dengan baik sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Dengan demikian, evaluasi strategis adalah proses dimana manajer membandingkan hasil yang diperoleh dengan sejauh mana tujuan telah dicapai.

Evaluasi secara umum mencakup empat elemen utama, yaitu:

- 1) Menganalisa penyimpangan dari batas toleransi yang dapat diterima.
- 2) Menentukan implementasi strategi, tujuan kinerja, standar, batas toleransi untuk tujuan, dan rencana pelaksanaan.
- 3) Mengambil tindakan perbaikan jika posisi yang sesungguhnya dengan target dalam kurun waktu tertentu hasilnya diluar batas tersebut.
- 4) Mengadakan perbaikan atau modifikasi jika dirasa diperlukan.

Sedangkan pengendalian strategi adalah tindakan yang dilakukan untuk mengendalikan strategi yang diterapkan, mendeteksi

jika ada masalah atau perubahan logika yang signifikan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Dalam pengendalian strategi terdapat empat hal utama yaitu: pengendalian asumsi, pengawasan strategi, pengendalian implementasi, dan juga pengendalian peringatan khusus (Amirulloh, 2015: 16-19).

B. Objek Wisata

1. Pengertian Objek Wisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau bagian dari kegiatan sukarela yang sifatnya sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata (Sammeng, 2001:30). Sedangkan objek wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki daerah atau lokasi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri yang membuat orang ingin datang dan mengunjungi tempat tersebut. Objek dan daya tarik wisata sebagaimana diatur dalam Undang-undang No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, yaitu objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sarana perjalanan pariwisata.

Menurut Sammeng objek wisata dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut:

- a. Objek wisata alam, contohnya: pantai, bukit, gunung, sungai, hutan pinus, kawasan lindung, cagar alam, fauna langka, pemandangan alam, dan lain sebagainya.
- b. Objek wisata budaya, contohnya: tarian tradisional, pakaian dan perkawinan adat, upacara kelahiran, cagar budaya, peninggalan bersejarah, bangunan yang bersejarah, festival budaya tradisional, adat istiadat lokal, museum, tekstil lokal, kain tenun tradisional, dan masih banyak lagi.
- c. Objek wisata buatan, contohnya: taman rekreasi, taman nasional, sarana dan fasilitas olahraga, permainan, tempat hiburan, ketangkasan (naik kuda, dll), pusat-pusat perbelanjaan dan sebagainya.

Dalam pembangunan objek wisata perlu mempertimbangkan banyak hal yaitu kondisi atau keadaan masyarakat setempat, termasuk kondisi sosial, ekonomi dan budaya daerah tersebut. Pengembangan dan pengelolaan daya tarik dan objek wisata biasanya dilakukan oleh pemerintah, organisasi, badan usaha maupun individu yang terkait dengan masyarakat lokal dan pemangku kepentingan pariwisata. (Sammeng, 2001: 33).

Menurut Undang-undang No. 9 Tahun 1990 disebutkan bahwa objek wisata dan daya tarik wisata terdiri atas:

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berupa museum, peninggalan bersejarah, wisata argo, wisata petualangan alam, wisata air, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1979, objek wisata adalah perwujudan ciptaan manusia, pandangan hidup, seni, budaya, dan sejarah nasional serta tempat-tempat yang patut dikunjungi. Dari uraian di atas, daya tarik wisata adalah suatu tempat yang telah dibangun dan dikembangkan sehingga dapat dijadikan sebagai tempat kunjungan wisatawan dengan memanfaatkan keadaan alam dan sumberdaya yang ada.

2. Peran Objek Wisata

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi yang seimbang dapat terjadi melalui pengembangan industri pariwisata yang berkembang dengan baik. Diikuti dengan munculnya banyak usaha penyedia jasa akomodasi atau hotel, makanan, minuman, agen perjalanan, pemandu wisata, sentra kerajinan tangan, souvenir, pendirian infrastruktur ekonomi seperti jembatan, dermaga, jalan, bandara dan pelabuhan. Berdasarkan uraian tersebut, pertumbuhan pariwisata memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi apabila prasarana ekonomi dikelola

dan dioperasikan dengan baik sehingga dapat menumbuhkan minat wisatawan untuk berwisata dengan mudah dan nyaman dalam segala hal.

Peranan objek wisata saat ini mencakup berbagai peranan yakni sebagai berikut:

a. Peran Ekonomi

Meningkatkan pendapatan baik itu pemerintah setempat maupun masyarakat yang bersumber dari biaya dan pembelanjaan yang dikeluarkan oleh wisatawan ketika perjalanan dan berwisata kemudian singgah di restoran, cafe, pusat oleh-oleh, angkutan dan lain sebagainya. Selain itu, untuk membantu meningkatkan dan mengembangkan pertumbuhan di bidang lain. Ciri khas tersendiri yang dimiliki oleh pariwisata adalah sifatnya yang saling bergantung dan terkait dengan industri lain. Pembangunan yang positif juga akan berdampak pada peningkatan kesempatan kerja bagi masyarakat, yang nantinya akan meningkatkan perekonomiannya.

b. Peran Sosial

Fasilitas seperti restoran, hotel, dan agen perjalanan adalah usaha bisnis yang dapat dikatakan padat karya. Dibutuhkan banyak tenaga kerja untuk menjalankan bisnis tersebut, karena semakin banyak wisatawan yang berkunjung, semakin banyak lapangan pekerjaan yang tercipta. Penyerapan tenaga kerja di Indonesia yang bersifat langsung dan cepat adalah pada bidang agen perjalanan, pariwisata, perhotelan, kuliner dan instansi pemerintah yang membutuhkan pekerja terampil. Pariwisata juga menciptakan tenaga kerja di sektor-sektor yang tidak terkait langsung dengan pariwisata, seperti dalam bidang konstruksi jalan dan sebagainya.

c. Peran Kebudayaan

Keanekaragaman adat istiadat, seni dan warisan sejarah Indonesia tidak hanya menarik untuk dilihat, tetapi juga menjadi modal utama sebagai keunggulan utama bagi pengembangan pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan industri pariwisata harus

memastikan bahwa modal tetap terpelihara dan dilestarikan untuk, kemudian dikembangkan dengan baik oleh para pengelola (Priyadi, 2016: 52).

3. Jenis-jenis Objek Wisata

Berdasarkan jenisnya pariwisata dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Wisata alam, meliputi:

1) Wisata etnik

Wisata etnik adalah kegiatan wisata yang bertujuan untuk melihat perwujudan budaya disamping keunikan atau gaya hidup masyarakat yang menarik.

2) Wisata bahari

Wisata bahari adalah kegiatan pariwisata yang ditunjukan oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga lainnya, termasuk fasilitas akomodasi, katering, dan sarana dan prasarana.

3) Wisata cagar alam

Wisata cagar alam adalah wisata yang berkaitan dengan kecenderungan keindahan alam, udara segar pegunungan, kehidupan pegunungan, keajaiban kehidupan, satwa langka dan tumbuhan unik.

4) Wisata berburu

Wisata berburu adalah rangkaian yang berlangsung di tempat-tempat yang memang legal untuk berburu karena diperbolehkan oleh pemerintah dan didorong oleh banyak agen perjalanan atau perusahaan dengan tetap menjaga etika konservasi dan perlindungan alam.

5) Wisata agro atau agrowisata

Wisata agro adalah jenis wisata yang menyediakan perjalanan ke perkebunan, pertanian dan pembibitan, di mana

kelompok wisata dapat mengunjungi, menikmati keindahan alam, tinjauan untuk tujuan studi atau hal lainnya.

- b. Wisata sosial-budaya, yang terdiri dari:
 - 1) Peninggalan sejarah kepurbakalan dan monumen, termasuk ke dalam kategori wisata budaya, gedung bersejarah, monumen nasional, pedesaan, bangunan tempat keagamaan, tempat bersejarah bekas peperangan, menjadi daya tarik tersendiri di banyak negara termasuk di Indonesia.
 - 2) Museum dan fasilitas budaya menjadi penghubung dengan aspek alam dan kebudayaan di daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan menurut temannya, antara lain seperti: museum arkeologi, etnografi, sejarah, sejarah alam, kerajinan, seni, industri, ilmu pengetahuan, teknologi, dan lain sebagainya (Suyadana & Oktavia, 2015: 30-33).

4. Strategi Pengembangan Objek wisata

Strategi pengembangan pariwisata merupakan sebuah upaya yang dilakukan agar dapat mengembangkan atau memajukan suatu objek wisata, sehingga objek wisata tersebut menjadi lebih diminati oleh para wisatawan, baik dari segi tempat maupun benda-benda di dalamnya. Pengembangan pariwisata di sebuah daerah menjadi sangat penting untuk dilakukan karena memiliki alasan utama karena erat hubungannya dengan pembangunan perekonomian di daerah tersebut demi kesejahteraan masyarakatnya. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata diharapkan dapat memberikan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak (Barreto & dkk, 2015).

Sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969, Pasal 2 menetapkan tujuan pembangunan pariwisata sebagai berikut:

- a. Meningkatkan penerimaan devisa pada khususnya dan pendapatan Negara dan masyarakat pada umumnya, memperluas kesempatan kerja dan mendorong kegiatan industri penunjang dan sub industri lainnya.

- b. Memperkenalkan dan memanfaatkan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
- c. Memperkuat persaudaraan atau persahabatan nasional maupun internasional (Yoeti, 2016: 80).

Berdasarkan instruksi di atas, komponen pokok dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata adalah suatu pengembangan pariwisata berkelanjutan yang memiliki keterkaitan antara wisatawan, tokoh masyarakat dan penduduk setempat yang menginginkan kehidupan yang lebih baik. Menurut Suwantoto, faktor terpenting yang perlu diperhatikan untuk mendukung pengembangan pariwisata di destinasi wisata adalah:

- a. Objek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata atau objek wisata merupakan potensi suatu daerah yang nantinya akan menarik perhatian wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Secara umum, daya tarik suatu wisata didasarkan pada:

- 1) Adanya sumber daya alam dan sumber daya lainnya, yang dapat menimbulkan rasa nyaman, senang bersih dan indah saat melihat.
- 2) Terdapat aksesibilitas yang besar untuk mengunjunginya atau dengan kata lain dapat dijangkau oleh wisatawan.
- 3) Memiliki spesifikasi atau ciri khusus yang langka, unik dan menarik.
- 4) Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan di daerah tujuan wisata
- 5) Objek wisata alam mempunyai daya tarik yang tinggi karena memiliki keindahan alam tersendiri, seperti pegunungan, hutan, pantai, dll.
- 6) Objek wisata budaya juga mempunyai daya tarik yang tinggi, karena mengandung nilai-nilai khusus, seperti bentuk seni,

atraksi, ritual, nilai-nilai luhur pada suatu benda buatan manusia sejak zaman dahulu.

b. Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam yang ada ataupun buatan manusia yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata, seperti jalan, jembatan, air, telekomunikasi, listrik dan lain-lain.

c. Fasilitas wisata

Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang diperlukan tempat wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga mereka merasa nyaman. Berbagai fasilitas wisata yang harus disediakan di kawasan wisata meliputi hotel atau penginapan, sarana transportasi, agen perjalanan, pemandu, rumah makan dan restoran, sarana ibadah dan sarana pendukung lainnya (Suwantoro, 20004: 19).

Wahab mengatakan bahwa “ada dua hal yang ditawarkan kepada para pengunjung saat mereka datang ke suatu daerah tujuan wisata (DTW), kedua hal tersebut dapat berupa alamiah maupun buatan manusia”, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber-sumber alam

- a. Iklim: bersinar matahari, udara yang sejuk, bersih dan kering.
- b. Pemandangan alam: dataran, pegunungan yang memiliki panorama yang indah, sungai, danau, pantai, atau tempat menarik dan unik, pemandangan yang indah, air terjun, daerah (gua, gunung berapi, dan lain-lain).
- c. Unsur rimba: pohon-pohon langka, hutan-hutan lebat, dan lain sebagainya.
- d. Flora dan fauna: tumbuhan aneh atau langka, barang-barang beraneka ragam jenis dan warna, berburu, bersafari foto binatang buas, taman suka bintang buas, taman nasional, dan sebagainya.

- e. Pusat-pusat kesehatan: sumber air mineral alami, sumber air panas untuk penyembuhan penyakit kulit, kolam lumpur berkhasiat untuk mandi, dan lain-lain.
2. Hasil karya ciptaan tangan manusia yang ditawarkan meliputi:
 - a. Sejarah, budaya dan agaman:
 - 1) Moseom, monumen, bangunan dan peninggalan bersejarah.
 - 2) Tempat budaya seperti: tugu peringatan, gedung-gedung kesenian, industri seni kerajinan tangan dan lain-lain.
 - 3) Bangunan raksasa dan biara-biara keagamaan.
 - 4) Perayaan-perayaan tradisional, karnaval, pameran-pameran, ziarah, upacara-upacara adat dan lain-lain.
 - b. Prasarana-prasarana
 - 1) Penyediaan air bersih, sistem pembuangan limbah, lalu lintas, sistem telekomunikasi, kelistrikan dan lain sebagainya.
 - 2) Kebutuhan pokok pola hidup modern.
 - 3) Pusat-pusat perbelanjaan, rumah sakit, apotek, hotel, restaurant, salon, bengkel-bengkel kendaraan, bank, pom bensin, dan sebagainya.
 - c. Prasarana wisata yang meliputi
 - 1) Tempat penginapan pengunjung: hotel, kos, home stay.
 - 2) Tempat untuk menemui wisatawan.
 - 3) Tempat umum: masjid, toilet, dan lain-lain
 - 4) Tempat-tempat rekreasi dan olahraga: fasilitas sport untuk musim panas dan dingin, fasilitas perlengkapan sport air maupun darat, dn lain sebagainya.
 - d. Sarana pencapaian dan alat transportasi penunjang, misalnya: bandara, laut bagi negara-negara yang berbatasan langsung dengan laut, transportasi darat, kereta api, dan lain sebagainya.
 - e. Sarana pelengkap: hampir sama seperti prasarana, namun biasanya berbeda di setiap negara. Pada umumnya terdiri dari

bangunan yang menjadi sumber produksi jasa penting meskipun tidak mutlak dibutuhkan. Sarana tersebut bersifat rekreasi dan hiburan misalnya: fasilitas gedung, sandiwara, warung-warung kopi, karaoke, dan lain sebagainya.

- f. Pola hidup masyarakat tertentu menjadi salah satu faktor wisata yang penting. Cara hidup bangsa, kebiasaan, sikap, pandangan atau prinsip hidup, makanan, tradisi dan adat semua itu menjadi kekayaan budaya yang menarik banyak wisatawan ke negara mereka. Hal ini berlaku bagi negara berkembang yang memiliki masyarakat tradisional berbedda dari tempat wisata itu berasal (Wahab: 2003: 110).

C. Pendapatan Asli Desa

1. Pengertian Pendapatan Asli Desa

Pendapatan Asli Desa adalah penerimaan dari berbagai usaha pemerintah desa untuk mengumpulkan dana guna keperluan desa dalam membiayai kegiatan rutin atau pembangunan. Pendapatan Desa berasal dari penerimaan tanah kas desa, pasar atau kios desa, pemandian umum yang diurus desa, daya tarik wisata, bangunan milik desa yang disewakan, kekayaan desa lainnya, swadaya dan partisipasi masyarakat dan gotong royong masyarakat. Termasuk juga penerimaan yang berasal dari pungutan desa dan hasil usaha desa (Badan Pusat Statistik, 2019).

Menurut Permendagri Nomor 113 Tahun 2014, Pendapatan Asli Desa adalah hasil usaha desa, kekayaan, swadaya dan hasil partisipasi masyarakat yaitu pendapatan asli desa yang sah. Sedangkan Dana Desa (DD) menurut Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2015 yaitu dana yang berasal dari anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) yang diperuntukan untuk desa yang ditransfer melalui APBN daerah tersebut yang dapat digunakan untuk membiayai pengelolaan kabupaten atau kota dan pemerintahan, pengembangan, pemberdayaan masyarakat dan pelaksanaan pembangunan.

Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, Pendapatan Asli Desa adalah pendapatan yang berasal dari pemerintah desa atas dasar hak asal usul dan pemerintah desa di tingkat lokal. Pendapatan Asli Desa bertujuan untuk melatih kemandirian masing-masing desa dalam pengelolaan keuangan, sehingga dengan adanya hal tersebut diharapkan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada di daerahnya untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran desa sesuai dengan pendapatan awal desa. Selain Pendapatan Asli Desa, desa juga mendapatkan alokasi dana desa (ADD) atas dukungan dari pemerintah pusat dan daerah kepada pemerintah desa. Dalam upaya peningkatan pelayanan dasar kepada masyarakat, dan pemberdayaan masyarakat desa. ADD merupakan substansi baru didalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) untuk mendukung dana rangsangan pembangunan desa dalam pemberdayaan masyarakat dan publik. Besar ADD tersebut berjumlah 30% dialokasikan untuk aparatur pemerintah desa sedangkan 70% digunakan untuk program pemberdayaan masyarakat publik (Arifatun & dkk, 2019: 7).

2. Sumber Pendapatan

Menurut ketentuan pasal 68 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 2005 tentang desa dan tafsirnya disebutkan bahwa sumber pendapatan desa adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan asli desa, terdiri dari hasil usaha desa, hasil kekayaan desa, dukungan dan partisipasi, hasil gotong royong dan sumber pendapatan desa lainnya yang sah.
- b. Bagi hasil pajak bagian kota atau Pemerintah daerah paling sedikit 10% atau sepuluh per seratus untuk desa dan dari retribusi Kota atau Kabupaten sebagian diperuntukan untuk desa.
- c. Bagian dari dana perimbangan keuangan pusat dan daerah yang diterima Pemerintah Kota atau Kabupaten untuk desa paling sedikit 10% atau sepuluh per seratus, yang pembagiannya untuk masing-masing desa sesuai dengan alokasi dana desa.

- d. Dukungan keuangan dari Pemerintah, Pemerintah provinsi, dan pemerintah Kota atau Kabupaten yang langsung berada di bawah pemerintah pusat dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan.
- e. Hibah dan donasi dari pihak ketiga yang tidak mengikat, yang dapat berupa hadiah, sponsorship, donasi, dan lain sebagainya.

Sumber pendapatan yang berasal dari pendapatan asli desa sebagai sumber pendanaan atas penyelenggaraan pemerintahan desa seyogianya harus dapat mencerminkan kemandirian desa sebagai unit pemerintahan yang mandiri (Simangunsong, 2015).

D. Landasan Teologis

Manajemen strategi adalah sebuah proses untuk menjalankan sebuah perusahaan atau organisasi dalam mengatur semua aktifitas perusahaan yang dijalankan. Dengan manajemen tersebut perusahaan akan mengetahui arah, gerak, langkah, dan tujuan perusahaan. Di dalam Islam juga sudah diatur sedemikian rupa, dalam perspektif Islam manajemen diistilahkan dengan kata *at-tabdir* (pengaturan).

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S.As-Sajdah ayat 5:

يُدَبِّرُ الْأُمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

Artinya: “Dia mengatur urusan dari langit dan bumi, kemudian (urusan) itu naik kepada-Nya dalam satu hari yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitunganmu” (Q.S. As-Sajdah 32: 5)

Dari ayat di atas dapat diambil *‘ibroh* bahwasanya Allah SWT sudah mengatur seluruh alam semesta ini, dan ini merupakan tanda-tanda kebesaran dan kekuasaan Allah SWT. Dalam perspektif Islam tahapan manajemen ada empat macam, yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan (*ahdaf*), merupakan sesuatu yang ada sebelum menjalankan suatu perusahaan atau organisasi dan lainnya. Karena tanpa adanya perencanaan (*ahdaf*), maka sebuah perusahaan atau organisasi tersebut tidak akan terarah dan tidak mengetahui tujuannya apa. Oleh karena itu,

perencanaan harus ada, agar perusahaan atau organisasi tersebut mengetahui arah, gerak, langkah, dan tujuan yang hendak dicapai.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Hasyr ayat 18 :

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! bertakwalah kepada Allah SWT dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan (yang direncanakan)”* (Q.S. Al-Hasyr 59:18).

2. Pelaksanaan (*tatbiq*), adalah sesuatu yang wajib ada dalam menjalankan sebuah perusahaan. Dalam hal ini dibutuhkan sosok pemimpin yang mampu memajukan perusahaan, dengan cara *training* anggota perusahaan tentang manajemen strategi yang baik, supaya anggota perusahaan bisa mengimplementasikan manajemen strategi agar perusahaan menjadi lebih unggul.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Shad ayat 26:

-

-

-

Artinya: “Allah SWT berfirman), Wahai Daud! sesungguhnya engkau Kami jadikan khalifah (penguasa) di bumi, maka berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan adil dan janganlah engkau mengikuti hawa nafsu, karena akan menyesatkan engkau dari jalan Allah SWT. Sesungguhnya orang-orang yang sesat dari jalan Allah SWT akan mendapat azab yang sangat berat, karena mereka melupakan hari perhitungan” (Q.S. Shad 38: 26).

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan, bahwa seorang pemimpin perusahaan haruslah menjadi seorang pemimpin yang sesuai dengan syariat Islam. Manajemen strategi dalam perusahaan atau organisasi harus sesuai dengan prinsip-prinsip dalam Islam. Agar perusahaan yang dijalankan tidak hanya berorientasi dunia saja, melainkan berorientasi akhirat juga.

3. Evaluasi (*muhasabah*), dalam suatu perusahaan atau organisasi evaluasi sangatlah penting. Dengan adanya evaluasi, maka perusahaan yang sudah direncanakan dan dilaksanakan, harus mengetahui apakah perusahaan tersebut sudah berjalan dengan baik, apakah perusahaan tersebut sudah menghasilkan profit sesuai yang direncanakan dan lain-lain.
4. Pengawasan (*ar-riqobah*), dalam hal ini pengawasan bertujuan agar pengimplementasian manajemen strategi berjalan sesuai dengan prosedur. Hasilnya akan menjadi saran perbaikan dan penyempurnaan perusahaan untuk pengimplementasian manajemen strategi berikutnya.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Infithaar ayat 10-12:

Artinya: “Dan sesungguhnya bagi kamu ada (malaikat-malaikat) yang mengawasi (pekerjaanmu). Yang mulia (disisi Allah) dan yang mencatat (perbuatanmu), mereka mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S. Al-Infithaar: 10-12).

Dari ayat di atas dapat diambil *‘ibrah*, setiap apa yang kita kerjakan selalu ada yang mencatat, baik itu pekerjaan baik maupun buruk. Pengawasan dalam perusahaan sangatlah penting untuk mengetahui apa yang belum maksimal dalam menjalankan perusahaan ataupun organisasi tersebut.

Adapun dalam ajaran Islam strategi (*siyasah syar’iyah*) muamalah dibagi menjadi tiga pandangan yaitu sebagai berikut:

- a. Kalangan Syafi’iyah mengatakan strategi (*siyasah*) harus sesuai dengan tujuan umum *syari’ah* islamiyah, yaitu memelihara iman agama, akal dan jiwa yang sehat, harta dan keturunan.
- b. Kalangan Hanafiyah mengatakan strategi (*siyasah*) adalah salah satu upaya memasalahkan makhluk dengan memberi petunjuk mereka ke jalan yang menyelamatkan di dunia dan akhirat.
- c. Imam abul wafa’ ibnu aqil mengatakan strategi (*siyasah*) adalah perbuatan, sikap dan perilaku yang melibatkan masyarakat, yang lebih mendekatkan mereka kepada kemaslahatan sekaligus menjauhkan dari kerusakan (*mafsadah*) (Suyanto, 2008: 219).

Pariwisata dalam Islam adalah *safar* atau perjalanan merenungi keindahan ciptaan Allah SWT, menikmati keindahan alam semesta yang dapat menjadi pendorong untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah SWT, dan sebagai motivasi untuk menjalani hidup agar lebih baik.

Dalam konsep Islam pariwisata merupakan perjalanan manusia yang dilakukan dengan tujuan dan keperluan tertentu, yang mengharuskan untuk kemudian memperhatikan dan mengambil hikmah atau pelajaran dari hasil pengamatan perjalanan berwisata. Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang kepariwisataan yang merupakan suatu perintah dan suatu keharusan untuk lebih memahami dan mengambil *I'tibar* atau pelajaran dari hasil pengamatan dalam mengenal Tuhan yang telah menciptakan alam semesta. Sesungguhnya Allah SWT telah menciptakan alam semesta dan seisinya hanyalah semata-mata guna mencukupi kebutuhan makhluk-mahluk-Nya juga agar mensejahterakan seluruh umat-Nya dan tidak ada lagi yang sia-sia, karena segala sesuatunya telah memiliki fungsinya masing-masing.

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Al-A'raaf: 56:



Artinya: "Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah Allah memperbaikinya dan berdo'lah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik" (QS. Al-A'raaf: 56).

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa Allah SWT telah menciptakan alam semesta untuk kesejahteraan dan kemaslahatan seluruh makhluknya, khususnya umat manusia. Oleh karena itu, semua yang telah diciptakan oleh Allah SWT di muka bumi ini harus dijaga, dirawat agar lestari, dan agar tidak terjadi kerusakan di muka bumi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017: 6).

Penelitian lapangan (*field research*) dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam melakukan penelitian kualitatif atau sebagai metode dalam mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke 'lapangan' untuk mengadakan suatu pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah (Moleong, 2017: 26).

B. Lokasi dan waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Rancamaya Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas.

2. Waktu Penelitian

Pembatasan waktu pada dasarnya peneliti sendiri yang perlu menentukan pembagian waktu agar waktu yang digunakan di lapangan dimanfaatkan seefisien dan seefektif mungkin. Peneliti hendaknya senantiasa berpegang pada tujuan, masalah, dan jadwal yang telah disusun sebelumnya. Dalam hal ini peneliti mengambil waktu penelitian dari tanggal 02 Februari 2021 - 02 November 2021.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang, tempat data variabel yang dipermasalahkan (Suharmi, 2000: 200). Subjek penelitian ini adalah pengunjung, pedagang, pengelola Wisata Mangku dan masyarakat sekitar desa Rancamaya Cilongok.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel yang akan diteliti oleh penulis. Dalam hal ini objek penelitian adalah Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa.

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan oleh individu sendiri disebut data primer (*primary data*) (Boedijoewono, 2016: 12). Dalam hal ini yang menjadi data primer yaitu wawancara langsung dengan pemerintah desa, kepala BUMDES, pengelola Wisata Mangku, masyarakat sekitar, dan wisatawan yang berkunjung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain (*secondary data*) (Boedijoewono, 2016: 12). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder yakni dari penelitian terdahulu, data dari penelora Wisata Mangku dan lain sebagainya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena mendapatkan data merupakan tujuan utama dari penelitian. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan

(Sugiyono, 2016: 224). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2016: 145). Dalam hal ini penulis mendatangi langsung objek yang akan diteliti yakni Wisata Mangku.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2019: 304). Percakapan ini dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan Kepala BUMDES Rancamaya, pengelola Wisata Mangku dan masyarakat sekitar Objek Wisata Mangku untuk mendapatkan data dan informasi dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan penelitian terhadap terwawancara (Sugiyono, 2019: 314).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik dokumentasi digunakan untuk mencari data dalam bentuk dokumen atau arsip yang berkaitan dengan manajemen strategi pengembangan Objek Wisata Mangku.

F. Teknik Analisis Data

Dalam hal ini, teknik analisis data yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena yang diteliti dengan kata-kata atau kalimat (Sugiyono, 2019: 318). Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang telah diperoleh baik dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi selama penelitian dilakukan. Langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diversifikasikan (Wijaya, 2018: 59). Data yang direduksi dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Kepala BUMDES Rancamaya, Wawancara kepada pengelola Wisata Mangku, dan Wawancara dengan beberapa pengunjung atau masyarakat sekitar yang berkaitan dengan penelitian ini. Data-data hasil wawancara tersebut disajikan dalam bentuk teks naratif, agar lebih mudah dipahami dalam penyusunan data berikutnya.

2. Penyajian Data

Penyajian data yaitu sekumpulan informasi yang tersusun rapi dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Setiap peneliti harus dapat menyediakan data yang diperoleh, baik yang diperoleh melalui observasi, wawancara, angket (*kuisisioner*) maupun dokumentasi (Sugiyono, 2019: 325).

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam

penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran umum suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Secara singkat makna muncul dari data yang telah diuji kepercayaannya, kekuatannya, dan konfirmabilitas yaitu validitas (Sugiyono, 2019).

G. Teknik Uji Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data sangat penting dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah. Pemeriksaan keabsahan data sendiri merupakan salah satu langkah untuk mengurangi kesalahan dalam proses perolehan data penelitian yang akan berpengaruh terhadap hasil akhir dari suatu penelitian. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas beberapa kriteria tertentu. Untuk itu dalam melakukan uji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk pembandingan atau keperluan pengecekan terhadap data tersebut. (Moleong, 2006: 330).

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat tiga macam triangulasi yaitu: triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. (Sugiono, 2015: 273). Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengecekan menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data. Dengan tujuan untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Pengecekan dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengecek data kepada semua sumber yang sama dengan teknik yang berbeda yang diperoleh melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti dari berbagai sumber mulai dari Kepala Desa Rancamaya, Kepala BUMDES Rancamaya, pengurus dan pengelola Wisata

Mangku, pedagang, pengunjung dan masyarakat sekitar Wisata Mangku, kemudain dicek kembali dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner yang akan dibandingkan hasilnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Desa Rancamaya

Sejarah singkat desa Rancamaya pada dasarnya berasal pada masa kolonial Hindia Belanda, akan tetapi kami tidak dapat mengumpulkan data sejarah tentang desa pada waktu itu karena dokumen warisan sejarah menjadi dasar pelacakanti dak ditemukan. Berdasarkan sejarah pemerintahan desa Rancamaya dimulai sekitar tahun 1800-an, pada masa pemerintahan awal dijabat oleh Wirandriya kemudian diikuti oleh Arsanangga dan kemudian dilanjutkan oleh Asnawi, sedangkan pemerintahan berikutnya dipimpin oleh Suradipa, yang menjabat selama 2 bulan, dan dilanjutkan oleh Aslam yang menjabat selama 20 tahun. Pada periode berikutnya, 1988 hingga 1999, Suwarno Ikhsan terpilih dan kemudian digantikan oleh Abu Khusni untuk dua periode 1998 s/d 2007 dan 2007 s/d 2013. Pada tanggal 1 Juni 2013 hasil PILKADES Desa Rancamaya di menangkan oleh Amron dengan tanda gambar Jagung sesuai dengan Surat Keputusan Bupati Banyumas menjabat mulai tahun 2013 sampai dengan 2019 (Pemerintah desa Rancamaya, 2021).

a) Masa Pemerintahan tahun 2019-2021

Kepala Desa	:	A m r o n
Sekretaris Desa	:	Warjono
Kadus I	:	Imron Edi Susanto
Kadus II	:	Samingan
Kadus III	:	Kodiran
Kasi Pemerintahan & Pemb	:	Suranto
Kasi Pemberdayaan & Kesejahteraan	:	Gunawan Djuli
Kasi Pelayanan	:	Khusen
Kaur Keuangan	:	Muslimin

Kaur Umum : Slamet Hariyadi
Kaur Perencanaan : Khusriyanto

b) Keadaan Demografi

Secara administratif, Desa Rancamaya merupakan salah satu dari 20 desa yang ada di Kecamatan Cilongok, termasuk dalam wilayah Kabupaten Banyumas, Ibu kota Kecamatan Cilongok, sekitar 2,5 Km sebelah utara Desa Rancamaya. Sedangkan dari pusat Kabupaten Banyumas sekitar 15 Km. Luas desa Rancamaya adalah 214.865 Ha.

c) Keadaan Sosial

Jumlah penduduk desa Rancamaya pada tahun 2020 sebanyak 1.450 Kepala Keluarga (KK) dengan jumlah penduduk 4.481 jiwa yang terdiri dari 2.257 laki-laki dan 2.224 perempuan.

d) Keadaan Ekonomi

Sebagian besar mata pencaharian keluarga di desa Rancamaya mengandalkan pertanian dan buruh, sedangkan petani penderes kelapa berada di urutan berikutnya. Selain bermata pencaharian sebagai petani, buruh, dan penderes, pada umumnya penduduk desa Rancamaya bermata pencaharian di bidang peternakan dan sebagian kecil masyarakat Desa Rancamaya memiliki usaha ternak ikan. Hal ini disebabkan karena pengairan di Desa Rancamaya termasuk desa berbukit, sehingga hanya di beberapa tempat yang ada aliran sungai saja yang dapat dimanfaatkan untuk membuat kolam (Pemerintah desa Rancamaya, 2021).

2. Sejarah Singkat Wisata Mangku

Wisata Mangku merupakan objek wisata alam bernuansa pedesaan, dikelilingi sungai, sawah serta taman yang memiliki daya tarik tinggi karena suasana dan pemandangannya alam yang masih asri. Wisata ini menawarkan berbagai macam sarana rekreasi dan edukasi yang cocok sebagai destinasi wisata bagi keluarga. Berbagai macam bangunan dan permainan di tempat ini berbahan dasar bambu dan kayu,

seperti gazebo dan saung dengan arsitektur unik yang dapat digunakan sebagai tempat pengunjung menikmati makanan yang dijual oleh warga lokal atau sekadar beristirahat sambil melihat pemandangan alam yang tersaji di Wisata Mangku. Selain sebagai tempat liburan keluarga, Wisata Mangku juga cocok digunakan untuk reuni teman sekolah atau tempat menggelar acara kecil-kecilan yang tentunya harus diikuti dengan protokol kesehatan yang ketat. Pengelola objek wisata ini juga sudah memasang imbauan dan aturan terkait protokol kesehatan yang wajib dipatuhi pengunjung di masa pandemi *covid-19*. Udara sejuk dan letaknya yang berada di tengah hamparan ladang hijau juga menambah suasana menenangkan dari tempat ini (Kusriyanto, 2021).

Wisata Mangku didirikan oleh tokoh masyarakat dengan menggunakan dan memanfaatkan potensi lokal, yakni menggunakan tanah milik pemerintah desa (eks bengkok). Luas lahan Wisata Mangku 4,5 Hektar terbagi menjadi 2 bagian, yang sudah beroperasi dan yang masih dalam proses pembangunan. Di dalam Wisata Mangku terdapat berbagai macam spot foto, kolam renang kolam ikan, taman bunga, 4 unit gazebo, 1 unit aula, 1 unit tempat transit, 8 unit lapak pedagang dan sarana ibadah dilengkapi dengan taman bermain anak seperti, ayunan, jungkat-jungkit dan lain sebagainya (Samingan, 2021).

Dalam hal permodalan pembangunan Wisata Mangku berasal dari APB Desa Rancamaya Tahun 2019 dengan pembangunan awal sebesar kurang lebih Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) dengan anggaran Rp 700.000.000 (tujuh ratus juta rupiah) per tahun. Untuk harga tiket masuk Wisata Mangku tergolong masih sangat murah yakni Rp 3.000 (tiga ribu rupiah) per orang baik anak-anak maupun dewasa. Dengan biaya masuk yang terjangkau, pengunjung dapat menikmati berbagai jenis permainan dan dapat berfoto di spot yang ada di dalamnya (Muslimin, 2021).

Wisata Mangku mulai dibuka tahun 2020 dibawah pengelolaan BUMDES Rancamaya dengan tim pengelola. Wisata Mangku termasuk wisata baru dari berbagai macam objek wisata yang ada di wilayah

Cilongok. Adapun objek wisata yang ada di wilayah Cilongok meliputi wisata alam, wisata buatan, wisata religi dan wisata pendidikan. Wisata Mangku juga termasuk ke dalam wisata edukasi, karena selain menikmati keindahan alam pengunjung yang berkunjung ke wisata tersebut dapat belajar mengenai edukasi perikanan, perkebunan maupun pertanian. Hal tersebut diharapkan selain berwisata pengunjung yang datang juga akan mendapatkan ilmu atau wawasan yang diperoleh dari Wisata Mangku (Waryono, 2021).

Gambar 4.1

Awal Mula dibentuknya Objek Wisata Mangku tahun 2020



Sumber : Mahasiswa KKN DR Desa Rancamaya

3. Struktur Organisasi Pokdarwis Mangku

Penjabaran dan tugas masing-masing pengurus Pokdarwis Mangku sebagai berikut:

a. Pembina

Dalam hal ini terbagi menjadi dua pembina yaitu:

- 1) Pembina langsung Pokdarwis Mangku merupakan pembina tingkat lokal atau daerah yakni pemerintah daerah itu sendiri.
- 2) Pembina tidak langsung merupakan pembina dalam tingkat pusat yakni tingkat provinsi pada dinas yang membidangi kepariwisataan, Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Samingan, 2021).

b. Penasehat

Penasehat diangkat dan dipilih dari kalangan tokoh masyarakat yang dipandang mampu menjadi panutan. Dalam hal ini, penasehat Wisata Mangku diampu oleh Kepala Desa Rancamaya saat ini yang dijabat oleh Amron.

c. Pimpinan

Pimpinan terdiri dari tiga bagian yaitu:

- 1) Ketua sekaligus Kepala BUMDES Rancamaya yang dijabat oleh Ischakul Chasan yang memiliki kewenangan dan kesadaran dalam mengembangkan Wisata Mangku, membina masyarakat sekitar sadar wisata dan mengkoordinir setiap kegiatan.
- 2) Sekertaris dijabat oleh soim yang bertugas mempersiapkan baha-bahan setiap pertemuan atau rapat dan mencatat setiap kegiatan.
- 3) Bendahara dijabat oleh Mustolah yang bertugas mencatat, mengelola setiap pemasukan dari retribusi Wisata Mangku, Mengelola pengeluaran uang dan mengusahakan untuk mendapat dana bantuan dari pihak lain.

d. Sekertariat

Ruang sekretariat berfungsi sebagai ruang kesekretariatan dan tempat pertemuan anggota. Dalam hal ini ruang kesekretariatan yang biasa digunakan adalah balai desa Racamaya dan di dalam kawasan Wisata Mangku.

e. Anggota

Anggota Pokdarwis Wisata Mangku adalah orang-orang yang berdomisili di sekitar tempat wisata dan secara sukarela menyatakan diri sebagai anggota dan bersedia ikut serta dalam pembangunan pariwisata agar semakin maju.

f. Seksi-seksi

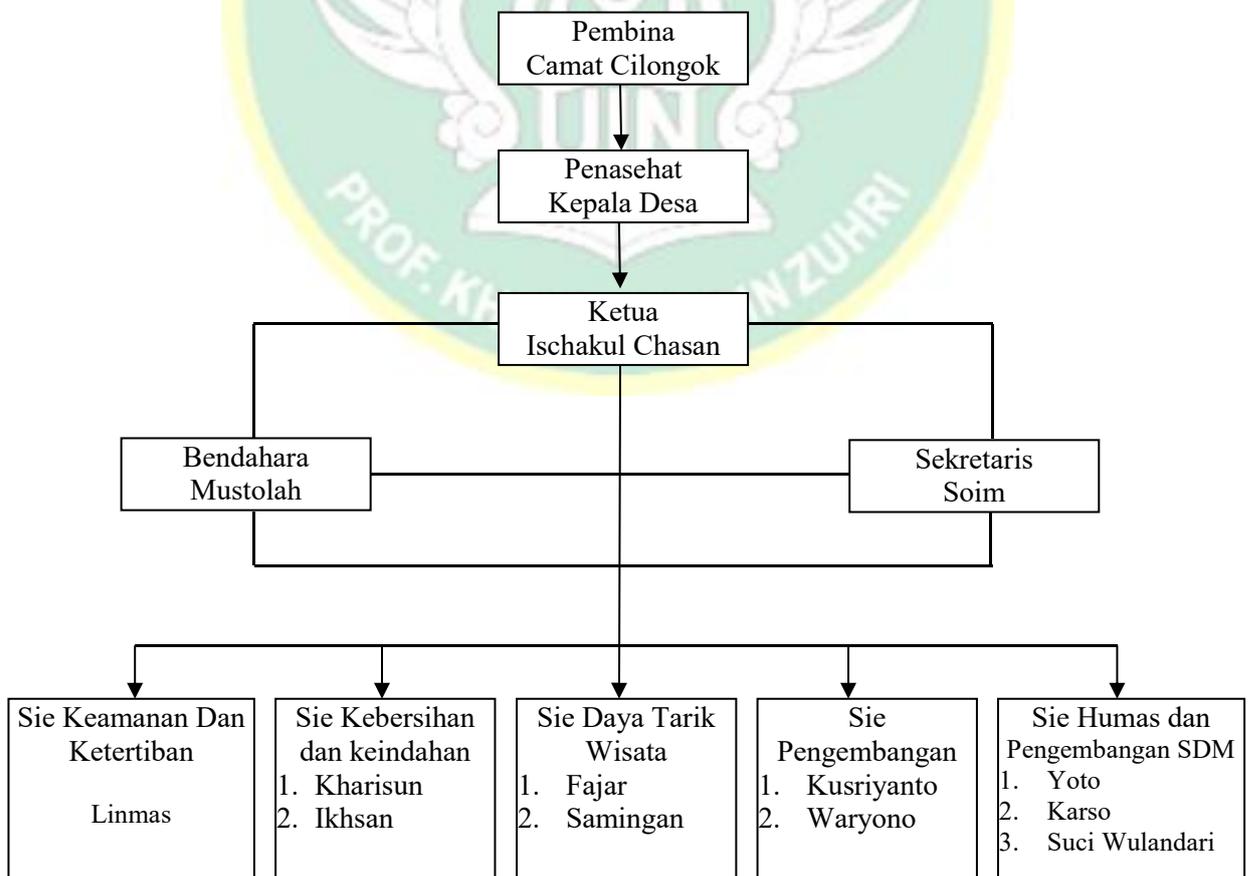
Setiap bagian Pokdarwis Mangku terdiri dari seorang manajer atau koordinator yang didukung oleh beberapa anggota Pokdarwis lainnya. Bagian ini meliputi:

- 1) Seksi Keamanan bertanggung jawab atas terciptanya kondisi lingkungan yang aman dan tertib di tempat wisata. Dalam hal ini seksi keamanan dipegang oleh Linmas Desa Rancamaya.
- 2) Seksi Ketertiban dan Keindahan, bertanggung jawab atas terciptanya lingkungan yang bersih dan asri, menyelenggarakan kegiatan kebersihan dan penanama atau penghijauan. Dalam hal ini Kharisun dan Ikhsan.
- 3) Seksi daya tarik wisata dan kenangan, bertanggung jawab dalam mengembangkan berbagai potensi sumber daya pariwisata dan keunikan atau kekhasan lokal sehingga membawa kembali kenangan bagi orang yang datang berkunjung. Dalam hal ini dijabat oleh Fajar dan Samingan.
- 4) Seksi pengembangan usaha, memiliki tanggung jawab untuk menjalin kerjasama berbagai pihak dalam melakukan pengembangan usaha pokdarwis sebagai pengelola Wisata Mangku. Dalam hal ini dijabat oleh Kusriyanto dan Waryono.

- 5) Seksi humas dan pengembangan, bertanggung jawab untuk menyebarluaskan berbagai informasi terkait potensi Wisata Mangku kepada pihak luar baik melalui online maupun offline, mengembangkan kualitas sumber daya manusia sekitar ataupun anggota-anggota pokdarwis. Dalam hal ini sie humas dan pengembangan dijabat oleh Tono, Karso, dan Suci Wulandari.

Untuk kegiatan operasional dalam Objek Wisata Mangku menggunakan hasil dari retribusi parkir, tiket masuk dan hasil sewa aula maupun lainnya. Hubungan dan koordinasi kepengurusan Pokdarwis Mangku sangat luas serta mengarah pada struktur organisasi yang sistematis, sehingga masing-masing pihak dapat memahami hak dan kewajiban masing-masing dari anggota tersebut dengan baik. Struktur organisasi Pokdarwis Mangku dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar. 4.2
Struktur organisasi Pokdarwis Mangku Rancamaya



Adapun tata tertib Objek Wisata Mangku adalah sebagai berikut:

1. Objek Wisata Mangku mulai buka pukul 08.00 - 17.00.
 2. Dilarang keras membawa senjata tajam, minuman keras, dan benda berbahaya lainnya.
 3. Menjaga barang bawaan masing-masing, karena kehilangan barang bawaan bukan tanggung jawab pengelola.
 4. Menjaga kesopanan dan ketertiban.
 5. Menjaga kebersihan dan keindahan serta tidak mengganggu atau merusak tanaman yang tumbuh di lokasi wisata.
 6. Dilarang merusak, membuat tulisan ataupun mencoret-coret di tempat Wisata Mangku selain dari pengelola itu sendiri.
 7. Dilarang berbuat maksiat atau hal senonoh lainnya.
 8. Saling menghormati antara pengunjung maupun masyarakat sekitar.
 9. Bagi pengunjung yang membawa anak kecil agar selalu dalam pengawasan orang tua.
 10. Bagi pengunjung yang melanggar tata tertib atau membuat kekacauan di tempat wisata, akan mendapat teguran atau penerapan hukum sesuai undang-undang yang berlaku.
4. Lokasi Objek Wisata Mangku

Wisata Mangku berlokasi di Desa Rancamaya RT 01/ RW 03, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

B. Pengembangan Objek Wisata Mangku

Pengembangan dan pembangunan di sektor pariwisata harus ditingkatkan dengan memperluas sumber daya yang ada. Salah satu upaya masyarakat sekitar destinasi Wisata Mangku adalah dengan memulai usaha penjualan makanan, minuman dan oleh-oleh untuk para wisatawan yang berkunjung, karena wisatawan pasti akan membutuhkan makanan dan minuman dalam perjalanannya. Upaya lainnya adalah membuka area spot foto atau jasa foto bagi wisatawan yang ingin berfoto atau merekam momen

berada di Objek Wisata Mangku. Sebagaimana disampaikan oleh pengelola Objek Wisata Mangku Bapak Samingan, bahwa:

“Usaha pengembangan Objek Wisata Mangku dilakukan secara bertahap dengan menggunakan dana yang terkumpul dari pengunjung yang datang, karcis, maupun biaya sewa, yang kemudian dana tersebut digunakan untuk penambahan tempat-tempat spot foto yang menarik, kolam renang atau tempat bermain anak” (Samingan, 2021).

Dengan adanya tempat wisata di Desa Rancamaya, maka akan menambah pendapatan asli desa yang didapatkan dari pendapatan wisata itu sendiri dan secara tidak langsung akan memberi banyak peluang pendapatan bagi masyarakat sekitar untuk ikut serta mengembangkan objek wisata dengan berwirausaha. Usaha pengembangan Objek Wisata Mangku harus terus dilakukan secara terus menerus untuk melengkapi perlengkapan sarana prasana maupun dengan melakukan pembaharuan atau berinovasi dengan mengikuti perkembangan zaman agar objek wisata tersebut tidak membosankan bagi wisatawan yang datang berkunjung. Selain itu usaha lain yang harus dilakukan yakni dengan melakukan promosi melalui media sosial, karena dengan menggunakan media sosial akan lebih lebih cepat dalam kegiatan promosi.

Sebagaimana disampaikan oleh Kepala BUMDES Rancamaya Bapak Ischakul Chasan, bahwa:

“Salah satu usaha pengembangan Objek Wisata Mangku yakni dengan melakukan promosi melalui berbagai media sosial seperti youtube, instagram, facebook serta melalui website-website. Namun usaha tersebut belum sepenuhnya terlaksanakan karena masih minimnya promosi dalam bentuk tulisan yang diupload di website atau media lainnya. Usaha pengembangan tersebut secara langsung memberikan peluang untuk para pemuda-pemudi yang belum memiliki penghasilan untuk turut bergabung dalam pengelolaan Objek Wisata Mangku agar dikenal masyarakat luas” (Chasan, 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dipahami bahwa dalam usaha pengembangan Objek Wisata Mangku masih terus berjalan yakni dengan cara menambah wahana maupun spot foto yang menarik dan selalu melakukan inovasi serta evaluasi kendala yang dihadapi dan mencari solusinya. Hal

tersebut akan terus dilakukan sebagai upaya dalam pengembangan Objek Wisata Mangku agar semakin di kenal baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Selain itu, dengan adanya upaya pengembangan Objek Wisata Mangku tentunya sangat berperan penting terhadap pendapatan masyarakat setempat baik secara ekonomi, sosial maupun budaya.

1. Peran Objek Wisata Mangku

Dengan dikembangkannya Objek Wisata Mangku telah membawa dampak positif maupun negatif bagi desa Rancamaya itu sendiri dan masyarakat sekitar Objek Wisata Mangku seperti meningkatkan pendapatan masyarakat dan desa, serta pengembangan Objek Wisata Mangku dapat membawa pengaruh positif terhadap perluasan tenaga kerja karena dapat menciptakan lapangan kerja baru. Peningkatan pendapatan masyarakat dan desa berasal dari biaya kunjungan ke objek wisata, biaya dan pengeluaran yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan pemberhentian seperti saat makan, minum, membeli oleh-oleh, jasa transportasi, istirahat, dan lain-lain.

“Dibentuknya Objek Wisata Mangku di Desa Rancamaya memiliki banyak tujuan salah satunya yakni dalam peran ekonomi, diharapkan dengan adanya Objek Wisata Mangku akan menyerap banyak tenaga kerja sehingga masyarakat setempat yang belum mempunyai pekerjaan dapat ikut bekerja di Wisata Mangku yang secara tidak langsung akan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar serta untuk menambah hasil desa lewat Pendapatan Asli Desa (PADes)” (Samingan, 2021).

Setelah penulis melakukan wawancara dengan sebagian pedagang dan masyarakat sekitar pada tanggal 10 - 12 Juni 2021 didapatkan data tabel dibawah ini:

Tabel. 4.1
Dampak Adanya Objek Wisata Mangku

Nama							Ket
	Ekonomi		Sosial		Budaya		
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	
Bapak Wito	70.000 - 100.000	100.000 - 300.000	Berjualan bakso keliling	Jualan di tempat wisata	X	X	Menambah masukan pendapatan dengan nominal yang lebih lumayan dan tidak harus berkeliling lagi disaat pengunjung sedang ramai seperti di saat weekend, selain itu penjual lebih senang karena berjualan di tempat wisata (suwito, 2021).
Ibu Narti	Tidak bekerja	50.000 - 100.000	Ibu Rumah Tangga	Usaha Makan dan Minuman	X	X	Dengan adanya Objek Wisata Mangku tentunya dapat menambah pemasukan sebagai ibu rumah tangga yang cukup lumayan dengan yang sebelumnya sewaktu dirumah.

							Apalagi jika di hari libur saat ramai pengunjung (Sunarti, 2021).
Ibu Siroh	30.000 - 50.00	50.000 - 100.000	Berjualan Keliling	Jualan di tempat wisata	X	X	Menambah masukan pendapatan sebagai ibu rumah tangga yang awalnya berjualan keliling dengan nominal yang cukup sekarang menjadi bertambah dan tidak harus berkeliling lagi disaat pengunjung sedang ramai seperti di saat weekend, dengan penghasilan bisa menjadi dua kali lipat dari biasanya (Siroh, 2021).
Ibu Katri	Tidak Bekerja	100.000 - 200.000	Ibu Rumah Tangga	Usaha Jualan Warung	X	X	Masyarakat sekitar Objek Wisata Mangku menjadi dapat penghasilan tambahan dengan membuka warung sebagai

							tempat usaha yang relatif cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sesuai dengan kondisi pengunjung Objek Wisata Mangku (Katri, 2021).
Bapak Ikhsan	50.000 - 70.000	80.0000	Penderes	Penderes + Pekebun	X	X	Dengan adanya Objek Wisata Mangku dapat menambah penghasilan tambahan yang cukup lumayan karena mendapat pekerjaan sampingan. selain sebagai penderes, hal tersebut sangat membantu kebutuhan sehari-hari untuk keluarga (Ikhsan, 2021).

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa Objek Wisata Mangku di Desa Rancamaya berperan baik secara ekonomi maupun sosial, yakni dengan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat untuk berwirausaha maupun turut membantu dalam proses pengelolaan dan pembangunan Objek Wisata Mangku, yang secara

tidak langsung akan mengurangi pengangguran serta dapat meningkatkan pendapatan dari desa itu sendiri.

2. Jenis Objek Wisata Mangku Rancamaya

Berdasarkan jenisnya yang terbagi menjadi dua kategori yakni wisata alam dan wisata budaya sosial yang sudah dipaparkan pada poin sebelumnya. Objek Wisata Mangku termasuk ke dalam wisata alam, karena dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran, keasrian suasana sekitar, dan adanya kebun binatang serta taman yang ada di dalam Wisata Mangku.

“Wisata Mangku memiliki konsep yang berbeda dengan tempat lain khususnya berbeda dari wisata-wisata yang ada di Cilongok. Karena, Wisata Mangku menggunakan konsep wisata alam yang dipadukan dengan wisata edukasi agar para pengunjung bisa mendapatkan sensasi berwisata yang berbeda tidak seperti biasanya” (Samingan, 2021).

Selain masuk ke dalam kategori wisata alam dan sosial budaya Wisata Mangku juga termasuk ke dalam kategori Wisata Agro, dimana setiap pengunjung bisa mendapatkan edukasi tentang perikanan, perkebunan maupun pertanian yang tersedia di Wisata Mangku, sehingga pengunjung tidak hanya berwisata alam tetapi juga mendapatkan edukasi di dalam wisata tersebut.

C. Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi secara langsung dengan pemerintah desa dan pengelola Objek Wisata Mangku ada beberapa strategi yang dilakukan dalam pengembangan Wisata Mangku yakni sebagai berikut:

1. Pengembangan Atraksi

Dalam proses pengembangan atraksi wisata perlu adanya strategi dan perencanaan yang tepat dan jelas, karena jika tidak ada atraksi wisata kemungkinan besar Wisata Mangku akan sepi oleh pengunjung. Oleh karena itu, pengelola Wisata Mangku menghadirkan berbagai inovasi agar wisata yang dihadirkan tidak terkesan monoton. Wisata Mangku memiliki 3 jenis wisata yang tersedia, sehingga dapat dikatakan destinasi

wisata ini menarik. Jenis-jenis objek wisata yang ditawarkan Wisata Mangku adalah:

a. Atraksi Alam (*Natural Attraction*)

Wisata Mangku merupakan wisata alam yang bernuansa pedesaan yang dikelilingi sungai, sawah serta taman yang mempunyai daya tarik tinggi dengan suasana dan pemandangannya alam yang masih asri. Wisata ini menawarkan berbagai macam wahana, sarana edukasi, spot foto dan rekreasi yang cocok sebagai tempat destinasi wisata untuk keluarga. Berbagai macam permainan dan bangunan dengan arsitektur yang unik dan khas dapat menambah daya tarik bagi wisatawan yang ingin berkunjung.

b. Atraksi Budaya (*Cultural Attraction*)

Budaya merupakan warisan turun temurun yang berada pada suatu wilayah. Letak Wisata Mangku yang berada di pedesaan tidak jauh dari berbagai macam atraksi budaya seperti kentongan, wayang, kuda kepang, dan lain sebagainya yang biasanya dipentaskan bersamaan dengan adanya perayaan hari-hari besar atau undangan ketika ada seseorang yang memiliki hajatan tertentu.

c. Atraksi Buatan (*Special types of attraction*)

Dalam hal ini tidak mengacu pada dua kategori di atas, tetapi merupakan atraksi buatan dimana campur tangan manusia dalam pembangunan, terutama dengan menambah bangunan seperti yang sudah ada di Wisata Mangku. Contoh atraksi buatan dalam Wisata Mangku di tahun 2022 yang akan mendatang yakni pembangunan umbul panggok dan wahana outbond yang masih dalam tahap perencanaan.

Dari ketiga atraksi di atas, pengelola Objek Wisata Mangku terus berinovasi dan memikirkan bagaimana cara menarik pengunjung yaitu dengan mengadakan event pariwisata pada waktu tertentu. Event wisata ini terbukti mampu meningkatkan minat wisatawan terhadap Wisata Mangku. Event wisata yang sering diselenggarakan oleh pengelola

Wisata Mangku ini bertemakan beragam, termasuk lomba memancing dan fotografi yang disesuaikan dengan hari-hari besar Indonesia. contohnya pada hari raya kemerdekaan Indonesia, Hari Kartini, dan lain sebagainya.

2. Pengembangan Amenitas

Sebagai desa yang cukup jauh dari pusat kota tidak heran jika masih minim adanya fasilitas penunjang bagi wisatawan yang datang. Untuk itu perlu adanya pengembangan pada fasilitas penunjang seperti hotel, homestay, tempat kemah ataupun tempat penginapan lainnya.

a. Usaha penginapan

Untuk usaha penginapan seperti *homestay*, tempat perkemahan masih dalam perencanaan yang akan terealisasi setelah pengembangan dari dalam Wisata Mangku sudah terpenuhi. Lahan Wisata Mangku yang memiliki ruang terbuka yang cukup luas bisa digunakan untuk tempat berkemah yang bisa dilakukan oleh siapapun baik itu anak sekolah maupun masyarakat umum yang ingin merasakan sensasi liburan berbeda dengan mendirikan tenda kemah.

“Strategi pengembangan yang akan dilakukan di masa depan yakni dengan melengkapi beberapa fasilitas penunjang seperti membangun sarana penginapan untuk wisatawan jauh yang ingin beristirahat atau menginap. Selain itu, Wisata Mangku juga akan membuat wahana baru seperti outbond yang nantinya di dalamnya terdapat tempat untuk berkemah” (Samingan, 2021).

b. Usaha pendirian pusat oleh-oleh

Pusat oleh-oleh adalah tempat dan bangunan yang menawarkan berbagai oleh-oleh khas daerah sebagai kenang-kenangan untuk dibawa pulang. Rencananya penyediaan makanan dan minuman khas di Desa Rancamaya menawarkan berbagai macam makanan, minuman dan kerajinan, dari tradisional hingga modern, untuk menarik wisatawan lokal maupun asing. Contoh makanan dan

minuman khas dari Desa Rancamaya yakni es nira, gula jawa, cimplung dan berbagai olahan kripik.

“Profesi masyarakat sekitar yang bekerja sebagai penderes, es air nira atau masyarakat sekitar biasanya menyebut dengan “badeg” menjadi salah satu minuman khas. Selain itu ada juga olahan dari ubi-ubian yang dimasukan dan direbus ke dalam air nira yang biasa disebut “cimplung” menjadi makanan khas dari wisata ini yang digemari pengunjung” (Samingan,2021).

c. Penambahan transportasi

Penambahan sarana transportasi juga menjadi hal yang penting dalam suatu objek wisata agar wisatawan yang ingin berkunjung selain bisa menggunakan kendaraan pribadi, wisatawan yang akan datang juga dapat menggunakan kendaraan umum berupa angkutan pedesaan atau ojek motor yang sudah tersedia di Wisata Mangku. Dalam hal ini penambahan transportasi yang masih direncanakan yakni dengan melakukan kerjasama dengan agen travel perjalanan yang sekaligus juga dapat digunakan sebagai media promosi ke masyarakat dalam cakupan yang lebih luas.

3. Pengembangan Aksesibilitas

Pengembangan Objek Wisata Mangku menitikberatkan pada berbagai komponen yang perlu disediakan untuk memudahkan wisatawan yang ingin berkunjung, karena semakin tinggi aksesibilitas pada suatu wisata maka semakin mudah untuk dijangkau dan dapat memberikan rasa nyaman bagi wisatawan dalam berkunjung. Komponen yang menjadi acuan dalam melakukan pengembangan aksesibilitas antara lain:

a. Meningkatkan kualitas akses ke Objek Wisata Mangku

Kondisi jalan menuju kawasan Wisata Mangku cukup baik, terbukti dengan jalan aspal, namun di beberapa tempat masih terdapat jalan yang mulai rusak dan perlu perbaikan. Oleh karena itu pengelola dan pemerintah setempat sedang berusaha melakukan perbaikan jalan yang di prediksi selesai pada tahun 2021.

b. Menyediakan papan petunjuk jalan

Pemasangan papan petunjuk arah jalan sangat berfungsi untuk memudahkan wisatawan menemukan dimana lokasi Wisata Mangku itu berada tanpa harus menggunakan “*google maps*” maupun bertanya-tanya kepada masyarakat sekitar.

c. Penambahan lampu penerangan jalan

Penambahan lampu tersebut sangat berfungsi bagi pengunjung maupun masyarakat sekitar yang menjadi akses utama pada malam hari yang menjadi pelopor keselamatan bagi masyarakat.

4. Pengembangan Layanan Tambahan (*ancillary service*)

Strategi pengembangan yang terakhir yakni dengan melakukan penambahan layanan tambahan antara lain sebagai berikut:

a. Mendirikan pusat informasi

Pusat informasi yang dimaksud yaitu bangunan pusat *call center* yang berfungsi sebagai sarana untuk wisatawan jika terjadi sesuatu ataupun ingin menanyakan sesuatu. Dalam hal tersebut pengelola Wisata Mangku baru menyediakan nomor whatsapp sebagai sarana informasi atau bertanya langsung di loket pintu masuk wisata.

b. Melakukan pengembangan pemasaran Wisata Mangku

Pengembangan pemasaran bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar pariwisata yang lebih luas melalui berbagai sarana dan promosi. Dalam hal ini pengembangan pemasaran Wisata Mangku juga menekankan pada pemanfaatan teknologi informasi atau jaringan karena selain menghemat waktu, tujuan yang ingin dicapai juga lebih luas. Dengan menggunakan kecanggihan teknologi, terciptalah berbagai *platform digital* yang dapat digunakan sebagai alat periklanan, diantaranya pembuatan akun-akun sosial seperti: *Youtube, TikTok, Facebook, Instagram*, dan lain sebagainya. Pembuatan akun sosial tersebut sangat bermanfaat untuk saluran pemasaran dan promosi karena selain jangkauan yang lebih luas, kegiatan promosi lebih menarik karena dapat mengunggah

foto ataupun video untuk menarik wisatawan datang berkunjung. Selain itu pengelola juga memanfaatkan *website* untuk mengoptimalkan pengembangan Wisata Mangku melalui media digital, yang nantinya semua akun bisa di pegang oleh bagian yang bertugas dalam melakukan kegiatan promosi.

c. Melakukan pengembangan pada Sumber Daya Manusia (SDM)

Pengembangan sumber daya manusia sangat penting karena sebagai pelaku industri pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung, semuanya memiliki interaksi atau keterkaitan langsung dengan komponen-komponen industri pariwisata. Oleh karena itu, kualitas dan kinerja sumber daya manusia perlu ditingkatkan dengan melihat faktor yang menjadi penghambat, antara lain terbatasnya keterampilan yang dimiliki oleh pengelola seperti dalam pengelolaan dan kegiatan promosi, kurangnya pengetahuan tentang pelayanan pariwisata, kurangnya kemampuan bahasa sehingga menyebabkan ketidaklancaran dalam berkomunikasi dengan wisatawan terutama semisal ada wisatawan asing yang datang berkunjung.

Dalam hal ini Kepala BUMDES sekaligus ketua Pokdarwis Wisata Mangku dan pemerintah desa akan terus berupaya dalam mengembangkan kemampuan potensi sumber daya manusia dengan melakukan pelatihan dan mengadakan pendidikan yang berkaitan dengan peningkatan pelayanan dan penguatan kompetensi sumber daya manusia dalam bidang pariwisata.

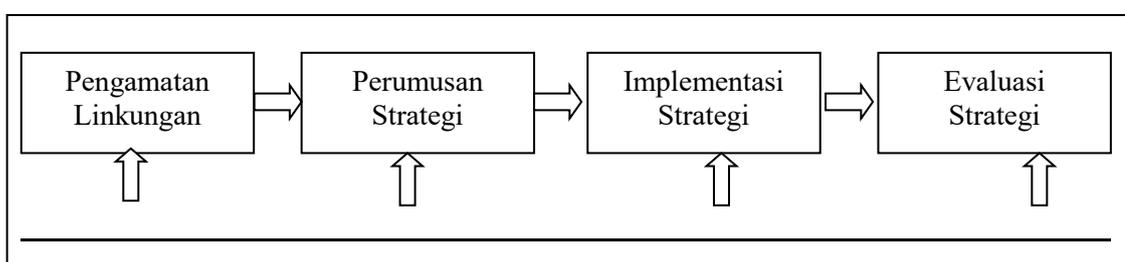
D. Manajemen Strategi Objek Wisata Mangku dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa

Menurut J. David Hunger dan Thomas Wheelen (2003: 45) “Manajemen strategi adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajer untuk menentukan kinerja jangka panjang suatu bisnis atau organisasi, meliputi pemantauan lingkungan, perumusan strategi,

implementasi strategi, evaluasi dan pemantauan”. Pengelolaan Objek Wisata Mangku sendiri menggunakan model pengelolaan strategi yang sama yaitu observasi lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, kemudian evaluasi dan monitoring.

Gambar. 4.3

Pola Manajemen Strategi Objek Wisata Mangku Rancamaya



Berikut penjelasan empat indikator diatas:

a. Pengamatan Lingkungan

Pengamatan lingkungan merupakan tahap dimana pemimpin harus menyadari bahwa organisasi selalu berinteraksi dengan lingkungannya, yang dapat berasal dari luar organisasi atau dari faktor eksternal yang menciptakan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dan faktor organisasi atau internal, yang meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Berdasarkan hasil observasi, penulis menemukan bahwa data aktual tentang manajemen strategi yang diterapkan oleh Wisata Mangku dalam pengembangan potensi wisata, dapat ditentukan melalui dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Lingkungan eksternal atau lingkungan yang berasal dari luar organisasi meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*weaknesses*). Unsur lingkungan eksternal peluang dalam pengelolaan manajemen strategi Objek Wisata Mangku, selaku pihak yang berwenang dalam pengembangan pariwisata antara lain: *Pertama*, Wisata Mangku terletak di daerah pedesaan yang dekat, dengan alam yang masih sangat alami dikelilingi sungai dan

persawahan. Tempat tersebut menawarkan pemandangan yang asri dan sangat indah untuk dikunjungi pengunjung ketika datang ke wisata ini. *Kedua*, dengan lahan lokasi yang luas, mejadikan pengelola wisata mudah untuk memanfaatkan lahan tersebut sebagai media dalam menciptakan wahana-wahana lain seperti *Flying Fox*, *Arung Jeram*, *water Playground*, Ember Tumpah, dan lain sebagainya. *Ketiga*, lokasinya yang cukup strategis tidak terlalu jauh dengan perkotaan sehingga mudah dijangkau.

“Wisata Mangku memiliki lahan yang luas kurang lebih 4,5 hektar yang didalamnya masih tersedia banyak lahan kosong, disitu kami sebagai pengelola nantinya akan memanfaatkan lahan-lahan tersebut untuk membangun wahana-wahana yang menarik lainnya. Seperti membuat tempat outbond, arum jeram , tempat makan apung dan lain sebagainya” (Samingan, 2021).

Di sisi lain, Objek Wisata Mangku memiliki faktor-faktor yang dapat menjadi ancaman, antara lain: *Pertama*, masyarakat pemukiman di sekitar Objek Wisata Mangku ada beberapa yang masih acuh dan kurang mendukung pengembangan pariwisata. *Kedua*, akses jalan menuju lokasi tidak cukup, misalnya bus tidak bisa lewat karena jalan yang kurang lebar dan ada juga sebagian jalan yang rusak. *Ketiga*, pemerintah daerah belum mendukung pengembangan potensi Wisata Mangku, karena dana ADP harus dibagi untuk penanganan pandemi *covid-19* pada tahun 2020, sehingga menghambat pengembangan Objek Wisata Mangku.

“Masih ada beberapa kendala dalam proses pengembangan Wisata Mangku seperti masyarakat yang kurang mendukung pengembangan objek wisata tersebut, kurangnya sarana prasarana yang memadai untuk wisatawan yang berkunjung serta adanya pandemi yang mengakibatkan penurunan kunjungan wisata yang dapat menghambat proses pengembangan objek wisata” (Waryono, 2021).

Selain lingkungan eksternal, terdapat juga lingkungan internal yang berasal dari dalam perusahaan atau organisasi tersebut, yang terdiri dari faktor kekuatan (*strengts*) dan kelemahannya (*weakness*). Faktor internal dalam pengelolaan strategis Objek Wisata Mangku di bawah

pengelolaan BUMDES Rancamaya antara lain: *Pertama*, lokasi Wisata Mangku yang tidak terlalu jauh dari kota sehingga mudah untuk dijangkau. *Kedua*, bangunan dalam Wisata Mangku yang unik menjadi daya tarik untuk berkunjung ke wisata tersebut. *Ketiga*, Wisata Mangku merupakan satu-satunya destinasi wisata yang terletak di hamparan sawah, perkebunan dan dikelilingi sungai di kawasan Cilongok Kabupaten Banyumas.

“Dari segi bangunan, Wisata Mangku memiliki ciri khas yang unik dari wisata lainnya yang ada di Cilongok karena rata-rata semuanya terbuat dari bambu. Pembuatannya pun dibuat langsung oleh warga Rancamaya untuk memperingati hari kemerdekaan Indonesia sebagai salah satu dari rangkaian lomba-lomba 17 Agustus 2020. Bangunan tersebut menjadi sangat unik dan khas apalagi penempatannya saat cocok di kelilingi oleh pemandangan alam yang masih sangat asri” (Waryono, 2021).

Disamping itu, adapun faktor kelemahan dari Objek Wisata Mangku, antara lain: *Pertama*, kurangnya relasi atau kerja sama dengan pihak lain seperti untuk penyediaan jasa penginapan atau hotel untuk para pengunjung yang ingin menginap di dekat Objek Wisata Mangku. *Kedua*, jumlah pegawai yang terbatas pada Objek Wisata Mangku serta masih rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) para pengelola Wisata Mangku yang dapat menghambat perkembangan objek wisata tersebut. *Ketiga*, kurangnya pembinaan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas bagi pengelola dan masyarakat sekitar tempat wisata. *Keempat*, masih kurangnya sarana dan prasarana yang berkualitas karena sebagian masih dalam proses pembangunan.

b. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan langkah pengambilan keputusan alternatif strategi apa yang akan dipilih dan digunakan oleh suatu perusahaan maupun organisasi. Strategi yang dipilih merupakan hasil observasi lingkungan yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan melihat beberapa faktor pendukung yang dimiliki oleh Objek Wisata Mangku,

kepala BUMDES dan penanggung jawab pariwisata kemudian menyusun program kerja yang sejalan dengan tujuan bersama yang ingin dicapai yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat desa dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar Objek Wisata Mangku serta menjadikan Wisata Mangku sebagai destinasi wisata, yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai wisata edukasi Mangku.

“Melihat adanya beberapa kendala dalam pengembangan Wisata Mangku saya selaku kepala BUMDES Rancamaya beserta pengelola Wisata Mangku membuat suatu proker yang menyesuaikan dengan tujuan utama yakni untuk meningkatkan pendapatan desa sekaligus dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Dalam hal menangani kendala yang ada dari kami selalu mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut salah satunya dengan sosialisasi kepada masyarakat sekitar” (Chasan, 2021).

Dalam menangani permasalahan masyarakat yang kurang mendukung dalam upaya perkembangan wisata, Kepala BUMDES melakukan beberapa upaya dan strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut guna mencapai tujuan pembangunan pariwisata dan tujuan yang telah ditetapkan, salah satunya adalah pembinaan kepada masyarakat sekitar secara perlahan-lahan agar dapat sadar wisata sehingga mereka bisa turut serta bergabung dan mendukung dalam upaya pengembangan Wisata Mangku.

c. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Implementasi program yang dilakukan oleh Kepala BUMDES belum berjalan dengan maksimal, hal itu dapat dilihat langsung pada lokasi wisata yakni belum dibentuknya regulasi terkait SOP kepariwisataan Wisata Mangku, tempat pintu masuk wisata untuk menarik retribusi tiket masuk belum sepenuhnya berfungsi dengan baik, karena Wisata Mangku belum sepenuhnya di tembok keliling sehingga

masih ada yang masuk tanpa menggunakan tiket yang dapat mengurangi omset pendapatan wisata.

Selain itu, kendala lain yang terjadi yakni dalam pengalokasian anggaran, dimana masih belum adanya anggaran khusus untuk mengembangkan potensi wisata, terutama untuk membangun sarana dan prasarana. Hal tersebut yang membuat pengembangan potensi Wisata Mangku menjadi terhambat hingga saat ini. Salah satu upaya yang dilakukan Kepala BUMDES untuk meminimalkan ancaman yang mungkin terjadi pada pengembangan Wisata Mangku, yakni dengan meningkatkan pelayanan dalam Wisata Mangku agar banyak wisatawan yang berkunjung ke wisata tersebut. Dalam pengimplementasian strategi yang dilakukan Wisata Mangku, sementara ini masih berupa pengenalan dan pengadaan kegiatan-kegiatan seperti, senam rutin bersama masyarakat Desa Rancamaya setiap hari Minggu, kerja bakti, pengadaan lomba- lomba setiap ada event untuk masyarakat umum dan lain sebagainya yang bertujuan untuk mengenalkan sekaligus mempromosikan Objek Wisata Mangku kepada khalayak umum, karena Objek Wisata Mangku masih termasuk destinasi wisata baru.

“Pengadaan Kegiatan-kegiatan sosial seperti senam setiap hari Minggu, kerja bakti, pengadaan kompetisi, dan lain sebagainya merupakan salah satu cara yang dilakukan Wisata Mangku dalam mengenalkan ke masyarakat sekitar maupun umum agar nantinya dapat menyebar luas melalui berbagai media sosial lewat kegiatan yang di posting maupun dikenalkan oleh masyarakat yang turut serta” (Samingan, 2021).

Pelaksanaan program yang dilakukan oleh Kepala BUMDES belum berjalan dengan maksimal, yang terlihat langsung di destinasi wisata khususnya belum adanya regulasi terkait SOP Wisata Mangku, tempat pintu masuk untuk menarik retribusi tiket masuk belum sepenuhnya berfungsi dengan baik yang dapat mengurangi jumlah omset pendapatan wisata.

Selain itu, masalah lain yang juga terjadi adalah dalam alokasi anggaran, masih belum ada anggaran khusus untuk mengembangkan

potensi wisata, terutama pembangunan sarana dan prasarana. Hal tersebut yang akan menghambat pengembangan potensi Wisata Mangku. Salah satu upaya yang dilakukan Kepala BUMDES untuk meminimalkan ancaman yang mungkin terjadi pada pengembangan Wisata Mangku, yakni dengan meningkatkan pelayanan dalam Wisata Mangku agar banyak wisatawan yang berkunjung ke wisata tersebut dan selanjutnya melakukan pengalokasian dana khusus guna pengembangan Wisata Mangku yang dilakukan secara bertahap.

“Kendala lain yang masih dihadapi yakni kurangnya anggaran khusus untuk mengembangkan Wisata Mangku terutama dalam sarana prasarana seperti tempat penginapan untuk wisatawan yang ingin menginap, restoran maupun pagar keliling wisata mampu yang mengakibatkan banyak dari warga sekitar maupun luar yang masuk ke dalam wisata tanpa membeli tiket masuk” (Samingan,2021).

d. Evaluasi dan Pengendalian

Tahap evaluasi dan pengendalian merupakan suatu proses membandingkan kinerja dan hasil yang diinginkan dan memberikan umpan balik yang diperlukan kepada manajemen Wisata Mangku untuk mengevaluasi hasil yang dicapai dan mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Monitoring dilakukan setelah program dijalankan dan hasilnya terlihat terlepas dari apakah program yang dibangun berhasil atau tidak.

“Dari proker yang telah dibuat dan berbagai macam kendala yang ada kami selalu melakukan evaluasi agar nantinya apa yang sudah direncanakan tercapai dengan maksimal” (Waryono,2021).

Pada tahap ini, evaluasi yang dilakukan oleh pengelola Wisata Mangku meliputi pemberian arahan untuk mencapai tujuan bersama yang kemudian akan diperbaiki dan solusi atas permasalahan yang dihadapi serta memunculkan inovasi-inovasi baru demi kelancaran dan terciptanya pengembangan potensi dari wisata tersebut. Namun hal tersebut belum terlaksana sepenuhnya oleh pihak yang bersangkutan karena kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang tersedia di Objek Wisata Mangku.

E. Analisis Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Perspektif Ekonomi Islam, manajemen strategi syariah merupakan suatu rangkaian proses aktivitas manajemen islami yang mencakup tahapan formulasi, implementasi dan evaluasi keputusan-keputusan strategi organisasi yang memungkinkan pencapaian tujuan organisasi *duniawi* hingga *ukhrawi* (Usman, 2015: 62). Manajemen strategi syariah memiliki empat karakter yakni azas, orientasi, motivasi, dan strategi itu sendiri.

Dalam menetapkan visi, misi, dan tujuannya, Objek Wisata Mangku berlandaskan pada azas tauhid, dan berorientasi pada *duniawi* hingga *ukhrawi* dan motivasinya mengharapkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT, karena dengan adanya wisata mangku secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan baik itu masyarakat setempat maupun desa. Demikian juga dalam penyusunan strategi dan implementasinya menerapkan strategi-strategi yang mengacu pada ketentuan syariah Islam, yaitu tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis, mengedepankan aturan seperti yang sudah tercantum di tata tertib seperti dilarang bermaksiat di Objek Wisata Mangku, larangan membawa minuman keras dan lainnya.

Selain itu disebutkan dalam Q.S. Shad ayat 26 yang membahas mengenai pengaturan yang dilakukan di muka bumi. Manajemen strategi yang dipilih dan diharapkan dapat menghasilkan kinerja yang baik, lebih bermanfaat, lebih mulia dan lebih menentramkan bagi suatu perusahaan atau organisasi yang menggunakannya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Studi pada Desa Rancamaya Cilongok Banyumas) maka dapat diambil kesimpulan, srategi pengembangan Objek Wisata Mangku yang dilakukan meliputi beberapa aspek sebagai berikut: *Pertama*, pengembangan atraksi yakni dengan terus melakukan inovasi untuk menarik pengunjung contohnya dengan mengadakan *event* wisata yang dilaksanakan pada waktu tertentu seperti hari Kemerdekaan Indonesia. *Kedua*, pengembangan amenities yakni dengan usaha mendirikan penginapan, pusat oleh-oleh, dan penambahan sarana transportasi. *Ketiga*, pengembangan aksesibilitas yakni dengan meningkatkan kualitas akses ke Objek Wisata Mangku dan menyediakan papan petunjuk jalan. *Keempat*, pengembangan layanan tambahan yakni dengan mendirikan pusat informasi, melakukan pengembangan pemasaran melalui berbagai cara dan melakukan pengembangan pada sumber daya manusia yang dilakukan secara bertahap pada masing-masing strategi yang akan dilakukan.

Proses penerapan manajemen strategi yang dilakukan oleh pengelola Objek Wisata Mangku sudah berjalan sesuai dengan teori J. David Hunger and Thomas Wheelen yang terdiri dari 4 tahapan yaitu pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, kemudian evaluasi dan pengendalian. Hal tersebut berdampak dan berperan baik bagi pengembangan Objek Wisata Mangku baik secara sosial maupun ekonomi, terutama dalam pendapatan masyarakat dan Desa Rancamaya.

Sedangkan Dalam menetapkan visi, misi, dan tujuannya, Objek Wisata Mangku berlandaskan pada azas tauhid, dan berorientasi pada *duniawi* hingga *ukhrawi* dan motivasinya mengharapkan keberkahan dan keridhaan Allah SWT karena dengan adanya wisata mangku secara tidak langsung dapat

meningkatkan pendapatan baik itu masyarakat setempat maupun desa. Demikian juga dalam penyusunan strategi dan implementasinya menerapkan strategi-strategi yang mengacu pada ketentuan syariah Islam, yaitu tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah setempat untuk lebih mengoptimalkan penyediaan fasilitas dalam pengembangan pariwisata guna menarik minat wisatawan baik domestik maupun mancanegara, sehingga nantinya Wisata Mangku tidak hanya ramai pengunjung pada hari libur, tetapi juga pada hari biasa.
2. Adanya pandemi *covid-19* direkomendasikan kepada Wisata Mangku memiliki sertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*) untuk jaminan bahwa pelayanan atau produk yang diberikan sesuai dengan standar protokol kesehatan.
3. Hendaknya pengelola maupun dari kelompok sadar wisata (POKDARWIS) mengelola Wisata Mangku dengan lebih baik lagi seperti dalam penulisan laporan pendapatan, pengeluaran maupun dalam pengembangan lainnya.
4. Diharapkan juga bagi masyarakat sekitar dapat meningkatkan kegiatan usahanya dengan menyediakan berbagai fasilitas rekreasi dan dagangan atau usahanya yang akhirnya akan meningkatkan pendapatan masyarakat itu sendiri sehingga masyarakat dapat merasakan dampak pengembangan Objek Wisata Mangku.

DAFTAR PUSTAKA

- Albasir, D. (2019). Pengembangan Objek Wisata Bukit Pongan Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Pajaresuk Pringsewu Lampung). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro*.
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arifatun, N. A., & Yuliantoro, R. (2019). Pengaruh Pendapatan Asli Desa (PADesa), Dana Desa (DD), Alokasi Dana Desa (ADD), dan Bagi Hasil Pajak dan Retribusi (BHPR) terhadap Alokasi Belanja Desa Bidang Kesehatan Tahun 2018 (Studi pada Desa-desa di Kabupaten Klaten). Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Dalam <https://www.bps.go.id/subject/23/kemiskinan-dan-ketimpangan.html> diakses pada 15 Juli 2021 pukul 17.01 WIB.
- Barreto, M., & dkk. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 4.11, 773-796.
- Boedijoewono, N. (2016). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Chasan, I. (2020). *Kepala BUMDES Rancamya* [Interview] (04 Januari 2021).
- Feriyanto, A., & Triana, E. S. (2021). *Pengantar Manajemen (3 in 1)*. Yogyakarta: MEDIATERA.
- Hunger, D., & L., Whelen., T. (2009). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: ANDI.
- Ikhsan. (2021). *Pekerja Wisata Mangku* [Interview] (10 Juni 2021).
- Katri. (2021). *Pedagang dan masyarakat sekitar Wisata Mangku* [Interview] (12 Juni 2021).
- Kusriyanto. (2021). *Kaur Perencanaan* [Interview] (12 Juni 2021).
- Martiarini, R. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pembedayaan Masyarakat Desa Ketenger Baturraden. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muslimin. (2021). *Pengelola keuangan Desa Rancamaya* [Interview] (12 Juni 2021).
- Olivia, I., & dkk. (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Linouw Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tomohon. *Jurnal Agri-Sosial Ekonomi Unsrat, Vol. 14. No. 1, Januari 2018: 371-388*.
- Osin, R. F., Wahyu K., I. R., Suryawati, D. A. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Kampung Tradisional Bena Kabupaten Ngada-Flores Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata, Vol. 14. No. 1. 28 Februari 2019, 61*.
- Pebriana, F., Mulyawan, R., Sutrisno, B. (2021). Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka Tahun 2019). *Jurnal Administrasi Pemerintahan, Vol.1. No. 1. April 2021, 12*.
- Prastiwi, S. (2016). Manajemen Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Dalm Mengembangkan Potensi Objek Wisata Edukasi Little Teksas Wonocolo. *Jurnal Mahasiswa unesa, Vol. 4. No. 11, 6-11*.
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn.
- Putri, T. A. (2019) Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi (Studi Kasus Makom Dalem Santri Desa Kutaliman Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas) *Skripsi Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*.
- Roy, F., & dkk. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bambu Mandira untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Ilmu Administrasi & Sosial, Vol.8 No 2, November 2019: 82-95*.
- Samingan. (2021). *Pengelola Wisata Mangku* [Interview] (14 September 2021).
- Samingan. (2021). *Pengelola Wisata Mangku* [Interview] (21 Agustus 2021).
- Sammeng, A. M. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Simangunsong, F. (2015). Kajian Penggalan Potensi dan Peningkatan Pendapatan Asli Desa di Kabupaten Sekadau Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 3. No. 1, 38-39.
- Sindonews. (2021). QS. *Al-A'raf (Tempat yang Tertinggi) Ayat 56*. Dalam <https://kalam.sindonews.com/ayat/56/7/al-araf-ayat-56> diakses pada 10 Agustus 2021 pukul 02.35 WIB.
- Siroh. (2021). *Pedagang Wisata Mangku* [Interview] (12 Juni 2021).
- Statistik, B. P. (2019). *Sumber Pendapatan Desa Konsep Definisi Variabel*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarti. (2021). *Pedagang Wisata Mangku* [Interview] (12 Juni 2021).
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suwito. (2021). *Pedagang Wisata Mangku* [Interview] (11 Juni 2021).
- Suyadana, M. L., & Oktavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2008) *Muhammad Business Strategy and Etichs: Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Yogyakarta: Andi.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Usman, Abdul Halim. *Manajemen Strategi Syariah*. (Jakarta: Zikrul Hakim), 2015.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Waryono. (2021). *Pengelola Wisata Mangku* [Interview] (24 Agustus 2021).
- Wijaya, H. (2018). *Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Analisis Kualitatif (Prof. Burhan Bungin)*. Makassar: Sekolah Tinggi Filsafat Jaffray Makassar.

Wikipedia. (2021). *Rancamaya, Cilongok, Banyumas* - *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. Dalam https://id.m.wikipedia.org/wiki/Rancamaya,_Cilongok,_Banyumas diakses pada 24 April 2021 Pukul 07.53.

Yoeti, A. Oka. (2014). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

A. Kepala BUMDES Rancamaya

1. Kapan Wisata Mangku di bangun dan bagaimana sejarahnya?
2. Apa tujuan didirikannya wisata mangku di Desa Rancamaya?
3. Ada berapa unit usaha BUMDES Rancamaya
4. Bagaimana struktur organisasi dan pengelolaan Objek Wisata Mangku?
5. Apa saja upaya yang dilakukan dalam mengembangkan Wisata Mangku?
6. Bagaimana manajemen strategi Wisata Mangku?
7. Apa saja kendala yang di hadapi dalam mengembangkan Wisata Mangku dan solusinya?
8. Dalam pembangunan Wisata Mangku dana yang diperoleh dari mana dan berapa anggarannya?
9. Apakah ada dana khusus yang digunakan untuk pengembangan Wisata Mangku?

B. Pengelola Objek Wisata Mangku

1. Pukul berapa Wisata Mangku mulai di buka dan tutup?
2. Berapa Harga tiket masuk Objek Wisata Mangku?
3. Berapa pendapatan dan pemasukan tiket perbulan?
4. Dari hasil retribusi uang tersebut digunakan untuk apa?
5. Bagaimana pengelolaan Wisata Mangku?
6. Berapa luas Wisata Mangku dan ada berapa tahapan dalam proses pembangunan?
7. Bagaimana cara pemasaran yang dilakukan Wisata Mangku agar menarik banyak pengunjung yang datang ke wisata tersebut?
8. Apa ciri khas atau hal yang membedakan Wisata Mangku dengan wisata lainnya terutama yang ada di Kecamatan Cilongok?

9. Apa saja tata tertib dalam Wisata Mangku?
10. Ada berapakah warung dan apa saja fasilitas yang tersedia di Wisata Mangku?
11. Adakah POKDARWIS pada Wisata Mangku?
12. Apa saja peran masing-masing pengurus Wisata Mangku?
13. Bagaimana peran wisata mangku dalam meningkatkan pendapatan masyarakat ataupun pendapatan desa?
14. Apa saja strategi pengembangan yang akan dilakukan Wisata Mangku?
15. Bagaimana cara strategi pengembangan yang dilakukan?
16. Adakah dampak positif maupun negatif adanya Wisata Mangku?
17. Apa saja harapan dengan adanya Wisata Mangku di Desa Rancamaya?

C. Pedagang dan Pekerja

1. Siapa nama Bapak/Ibu?
2. Pekerjaan awal sebelum berjualan/bekerja di Wisata Mangku?
3. Pukul berapa mulai berjualan/ bekerja di Wisata Mangku?
4. Kira-kira pendapatan perhari berapa?
5. Apakah ada perubahan atau perbedaan setelah berjualan/ bekerja di Wisata Mangku?
6. Dampak apa yang Bapak/ Ibu rasakan setelah ada Wisata Mangku?
7. Adakah kendala yang bapak/ibu alami saat berjualan/bekerja di Wisata Mangku?

D. Pengunjung

1. Siapa nama Bapak/Ibu/mas/mba?
2. Asalnya dari mana?
3. Tahu Objek Wisata Mangku dari mana?
4. Kenapa ingin berkunjung ke Wisata Mangku?
5. Kesan saat pertama kali berkunjung ke Wisata Mangku?
6. Saran untuk Wisata Mangku?

Lampiran 2

Dokumentasi Penelitian



Pintu masuk Objek Wisata Mangku



Proses pembangunan dan penambahan wahana dan spot foto baru





Pemandangan alam yang disuguhkan Objek Wisata Mangku



Kegiatan Minggu bersih dan kerja bakti masyarakat sekitar



Kegiatan senam sehat bersama masyarakat sekitar



Kegiatan edukasi dan belajar bersama adik-adik sekitar Wisata Mangku



Wawancara dengan Ketua BUMDES Rancamaya



Wawancara dengan Pengelola Wisata Mangku



Wawancara dengan BPH Wisata Mangku



Wawancara dengan Pedagang Wisata Mangku



Kios Pedagang Wisata Mangku



Wawancara dengan Pekerja Wisata Mangku



Wawancara dengan beberapa Pengunjung Wisata Mangku

Lampiran 3

Sertifikat BTA PPI

IAIN PURWOKERTO

**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-205/In.17/UPT.MAJ/Sti.011/X/2017

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

TUHFATUL KHASANAH
1717201175

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	73
2. Tartil	70
3. Kitabah	71
4. Praktek	70

NO. SERI MAJ-MB-2017-127

Purwokerto, 10 Oktober 2017
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002



Lampiran 4

Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab


IAIN PURWOKERTO

**وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوكرتو
الوحدة لتنمية اللغة**

مخونان : شارح جندول أحمديانى رقم: ٤٨، بورنوكرتو ٥٣١٢٦، هاتفه ٠٢٨١-٦٣٥٦٢٤ www.iainpurwokerto.ac.id

الشهادة
رقم: ١٧/ ١٧٧/ PP...A/ UPT. Bhs/ ١٧

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

الاسم : تحفة الحسنة
القسم : ES

قد استحق/استحقت الحصول على شهادة إجادة اللغة العربية بجميع
مهاراتها على المستوى المتوسط
وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها الوحدة لتنمية اللغة وفق المنهج
المقرر بتقدير:

٥٧
١٠٠
(مقبول)

٢ أغسطس ٢٠١٧
الوحدة لتنمية اللغة،
M.Ag. الدكتور
رقم التوظيف 19670307 199303 1 005



Lampiran 5

Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris


IAIN PURWOKERTO
MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

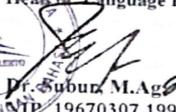
CERTIFICATE
Number: In.17 UPT.Bhs PP.00.9 007 2018

This is to certify that :

Name : **TUHFATUL KHASANAH**
Student Number : **1717201175**
Study Program : **ES**

 Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language Development Unit with result as follows:

SCORE: 76 GRADE: VERY GOOD

Purwokerto, 10th January 2018
Head of Language Development Unit,

Dr. Subur, M. Ago
NIP. 19670307 199303 1 005



Lampiran 6

Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT
APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jend. Ahmad Yani No. 40B Tgk. 0211-62521 Website: www.kompasdas.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 03126

IAIN PURWOKERTO

No. RI/TA/PT-TPD/0221/06/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
85-100	A	4,0
75-85	A-	3,6
70-75	B+	3,3
65-70	B	3,0
	B-	2,6

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	95 / A
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	85 / A-

Sebagai tanda yang bersangkutan telah mengikuti dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada kisaran Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office yang telah dilaksanakan oleh UPT TPD IAIN Purwokerto.

Dengan Keputusan:
TUHFATUL KHASANAH
NIM. 1712201175
Tempat/Tgl. Lahir: Banyuwangi, 10 Juni 1999

Purwokerto, 13 Oktober 2021
Kepala UPT TPD

Dr. H. F. ALIM HARIDJASANA, S.Si., M.Si.
NIP. 19807215 200501 1 003



CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 7

Sertifikat PPL

IAIV PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 84 Purwokerto 53128
Telp : 0281-531024, Faks : 0281-636553 website : iaiv.purwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 88/In.17/D.FE/II/PP.009/A/2021

Berdasarkan Rapor Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : TUHFATUL KHASANAH
NIM : 1717201175

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Periode Semester Gasal 2020/2021 di :

DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KAB BANYUWANG

Mulai Bulan Januari 2021 sampai dengan Februari 2021 dan dinyatakan lulus dengan mendapatkan nilai 89 (A) Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munqoyyah/Skripsi*.

Mengerahui,
Purwokerto, 30 Maret 2021


Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004


Kepala Abstratorium FEBI
H. Sochimil, Lca, M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001



Dipindai dengan CamScanner

Diambil dengan CamScanner



SERTIFIKAT



Nomor: 422/K.L.PPM/KKN.46/11/2020

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : TUHFATUL KHASANAH
NIM : 1717201175
Fakultas / Prodi : FEBI / ES

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-46 IAIN Purwokerto Tahun 2020
dan dinyatakan LULUS dengan Nilai 93 (A).

Purwokerto, 13 November 2020
Ketua LPPM,

Dr. H. Ansoni, M.Ag.
NIP.19850407 199203 1 004



 Purwokerto, 13 November 2020

Lampiran 9

Sertifikat PBM

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A, Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-635553, www.febilainipurwokerto.ac.id

IAIN PURWOKERTO

Sertifikat

Nomor : 1656/In.17/D.FEBI/PP.009/IX/2020

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : **Tuhtatul Khasanah**
NIM : **1717201175**

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **90 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Periode Semester Genap 2019/2020.

Purwokerto, 10 September 2020

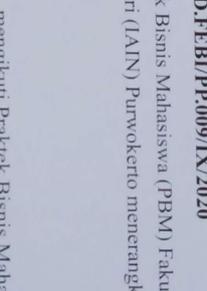
Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Jarwal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Kepala Laboratorium FEBI

H. Sochimih, Lc., M.Si.
NIP.19691009 200312 1 001

PBM
Praktek Bisnis Mahasiswa



Lampiran 10

SKL Seminal Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febiainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1432/In.17/FEBLJES/PP.009/VI/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Tuhfatul Khasanah
NIM : 1717201175
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
Judul : Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Desa (Studi pada Desa Rancamaya Kec. Cilongok Kab. Banyumas)

Pada tanggal 21/06/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 22 Juni 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 11

SKL Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.jainpurwokerto.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Tuhfatul Khasanah
NIM : 1717201175
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : Kamis, 05 Agustus 2021
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-IAIN-an	0 - 20	16,2
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	24,3
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	40,5
TOTAL NILAI		0 - 100	81 / A-

Purwokerto, 05/08/2021

Penguji,



Sulasih, S.E., M.Si

Lampiran 12

Surat telah melakukan peneitiam



PEMERINTAH DESA RANCAMAYA
KECAMATAN CILONGOK KABUPATEN BANYUMAS
KEPALA DESA
Sekretariat : Jl. Raya Rancamaya No 16 Telp. (0281) 651 5110 Kode Pos 53162
Email rancamaya212@mail.com Website rancamaya.cilongokkec.banyumaskab.go.id

SURAT KETERANGAN Nomor : 019 /I/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : AMRON
2. Jabatan : Kepala Desa Rancamaya

Dengan ini menerangkan bahwa di bawah ini adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto :

Nama : TUHFATUL KHASANAH
NIM : 1717201175
Semester/Program Studi : IX/ Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2020/2021

Benar telah melakukan penelitian mulai 2 Februari 2021 s.d. 2 November 2021 di Desa Rancamaya Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas untuk menyusun skripsi yang berjudul **Manajemen Strategi Pengembangan Objek Wisata Mangku dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (Studi pada Desa Rancamaya Kec. Cilongok Kab. Banyumas).**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Rancamaya, 25 Januari 2022

Kepala Desa Rancamaya



Lampiran 13

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Tuhfatul Khasanah
2. NIM : 1717201175
3. Tempat/ Tgl Lahir : Banyumas, 10 Juni 1999
4. Alamat Rumah : Rancamaya RT 01/ RW 03 Cilongok Banyumas
5. Nama Orang Tua
Ayah : Taryono
Ibu : Alfiatun Munji

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Diponegoro 63 Cilongok tahun lulus 2005
 - b. SD N 2 Rancamaya Cilongok tahun lulus 2011
 - c. MTs Ma'arif NU 2 Cilongok tahun lulus 2014
 - d. SMA Ma'arif NU 1 Kemranjen tahun lulus 2017
 - e. UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun masuk 2017
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an 1 Sirau Kemrajen Banyumas
 - b. Pondok Pesantren Roudhotul Qur'an 2 Ciwarak Banyumas

C. Pengalaman Organisasi

1. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)
2. IPNU-IPPNU Ranting Rancamaya Cilongok
3. Pengurus Ponpes Roudhotul Qur'an 1 Sirau Kemranjen Banyumas

Cilongok, 19 November 2021



Tuhfatul Khasanah

NIM. 1717201175