

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Organisasi

Organisasi merupakan bagian rencana perancangan struktur formal, pengelompokan dan organisasi serta pembagian pekerjaan atau pembagian tugas di antara anggota organisasi, sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara efisien. Organisasi dapat dipandang sebagai fenomena sosial dari tingkat makro yang biasa dan sebagai fenomena administratif dari sudut mikro. Dalam *Organization Theory: Structure Designs and Applications*, Stephen P. Robbins mengatakan bahwa Entitas sosial yang terkoordinasi secara sadar dengan batas-batas yang relatif dapat diidentifikasi yang bekerja terus menerus untuk mencapai tujuan bersama atau serangkaian tujuan.

Definisi Stephen hampir sama dengan definisi Warren B. Brown dan Dennis J. Moberg pada Teori dan Manajemen Organisasi: Suatu Pendekatan Makro: yang mengungkapkan Organisasi ialah entitas sosial yang relatif tetap yang ditandai dengan sikap yang berorientasi pada tujuan. Spesialisasi dan struktur. Sebelumnya, organisasi telah dilihat terlebih dahulu oleh Philip Selznick dari sudut pandang mikro maupun formal. konsep organisasi yang Philip Selznick kembangkan dari Pengaturan personil untuk memfasilitasi pemenuhan beberapa tujuan yang disepakati melalui alokasi fungsi dan tanggung jawab. Ke definisi Chester I. Barnard yang lebih luas yaitu Kerja sama antara dua orang dengan sebuah sistem kegiatan kekuatan personel yang terkoordinasi secara sadar (Ndraha, 2010).

2.1.1 Konsep Pokok Organisasi

Konsep pokok suatu organisasi berdasarkan desain dan struktur adalah sebagai berikut :

1. Dimensi Struktur

- a. Formalitas adalah keputusan tertulis dengan peraturan dan prosedur yang tertulis yang ditunjukkan pada besarnya penghargaan yang berkenaan pada tujuan dan maksud pekerjaan yang ditulis, ditetapkan dan dilaksanakan.
- b. Sentralisasi adalah keputusan atau pelimpahan wewenang yang ditujukan kepada sejumlah kecil atau yang berada di posisi teratas pada struktur organisasi.
- c. Kompleksitas ialah yang berhubungan pada pertimbangan tingkat diferensiasi yang berada dalam organisasi termasuk dalam pembagian kerja dan jumlah tingkatan pada hirarki organisasi.

2. Pembagian Kerja

Selama peningkatan relatif dalam produksi melebihi peningkatan relatif dalam biaya, peningkatan dalam Karena hasil spesialisasi akan terjadi sampai batas tertentu, biaya spesialisasi juga akan terjadi. Pada waktu terbatas, dana spesialisasi (dana tenaga kerja dan modal) dapat melebihi hasil dari peningkatan produksi, dan dana setiap bagian produksi makin tinggi.

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Organisasi

Konsep tujuan organisasi secara luas dianggap memiliki beberapa fungsi yang sangat berarti, antara lain:

1. Pedoman bagi kegiatan

Tujuannya berfungsi menjadi patokan untuk mengarahkan dan menyalurkan upaya dan kegiatan anggota organisasi.

2. Sumber legitimasi

Tujuannya adalah sumber legitimasi pada organisasi melalui justifikasi kegiatannya dan di samping itu keberadaannya di antara kumpulan-kumpulan seperti konsumen, politisi, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat pada umumnya.

3. Standar pelaksanaan

Jika tujuannya diindikasikan dan didalami dengan jelas, ini akan memberikan standar langsung untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan (hasil) organisasi.

4. Sumber motivasi

Tujuannya dari organisasi bisa berperan menjadi asal muasal yang penting pada motivasi dan pengenalan pegawai.

5. Dasar rasional pengorganisasian

Tujuannya organisasi dapat menggambarkan satu dasar rancangan organisasi. Tujuannya dan struktur organisasi berperan pada kegiatan yang digunakan dalam mencapai tujuan, pola penggunaan sumber daya,

implemtasi beraneka ragam unsur perencanaan organisasi yaitu sistem komuniakasi, metode pengamatan, departementalisasi dan sebagainya.

2.2 Manajemen

Sebagaimana dinyatakan oleh Stoner bahwa definisi manajemen memiliki makna yang kompleks termasuk yang berikut: Manajemen merupakan suatu cara pada pengorganisasian, perencanaan, pengawasan dan pengarahan upaya pada bagian-bagian organisasi dan pendayagunaan sumber daya organisasi lainnya untuk meraih sasaran (R.Terry, 2016).

1. Perencanaan, bermakna mempertimbangkan kegiatannya sebelum meluncurkannya.
2. Organisasi, bermakna mengoordinasikan sumber daya-sumber daya manusia dan material dari organisasi.
3. Pengarahan, bermakna bahwa mereka melakukan kegiatan tidak sendiri tapi menyelesaikannya tugas-tugas dasar melalui orang lain.
4. Pengawasan, bermakna usaha untuk memastikan bahwa organisasi bergerak ke arah yang akan dicapai.

2.3 Strategi

Sebelum menguraikan penentuan strategi kompetitif, perlu memiliki pemahaman tentang strategi yang diusulkan oleh Rangkuti, yang merupakan alat untuk mencapai tujuan. Pada saat yang sama, menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah tindakan tambahan (peningkatan) dan berkelanjutan yang didasarkan pada perspektif pada harapan masa depan klien. Richard L. Daft (2010 249) jelas mendefinisikan strategi, rencana tindakan yang menjelaskan alokasi

sumber daya dan kegiatan untuk menanggapi lingkungan, mendapatkan keunggulan kompetitif dan mencapai target perusahaan.

Menurut definisi strategis Marrus, proses menentukan program pemimpin terbaik, yang melihat tujuan jangka panjang organisasi dan disertai dengan sarana atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Pada saat yang sama, Quinn mendefinisikan strategi sebagai bentuk atau rencana yang menggabungkan tujuan utama, kebijakan, dan serangkaian tindakan dalam organisasi menjadi satu unit. (Rizki, 2016).

2.4 Pengembangan

Pengembangan dalam arti luas adalah upaya untuk mendidik baik normal maupun non-normal, yang dilakukan secara sadar, terencana, terorganisir, dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, mengembangkan, mempromosikan, mengembangkan, mengembangkan ide-ide berdasarkan kepribadian, keseimbangan, mengelola ide dan mengidentifikasi, mencocokkan ide, mengidentifikasi dan Mengidentifikasi ibadah, keinginan, dan kemampuan untuk meningkatkan, mengembangkan diri sendiri, orang lain, dan lingkungan dalam rangka mencapai martabat, kualitas, dan kemampuan orang terbaik dan orang yang mandiri. Besar, luas dan banyak, dan menjadi lebih sempurna dalam hal kepribadian, pemikiran, pengetahuan, dll. (Andriyanto, 2017).

2.5 Objek Wisata

Objek wisata adalah fitur dari suatu daerah yang didukung oleh kondisi alam dan budaya suatu daerah. Dalam literatur objek wisata asing dikenal sebagai: “*Tourism attraction*” yang semuanya Menarik orang untuk mengunjungi daerah

tersebut. Objek wisata juga merupakan segalanya di destinasi wisata, ini adalah objek wisata yang menarik, sehingga orang ingin mengunjunginya. Objek wisata dapat diartikan sebagai tempat atau kondisi alam yang membentuk sumber daya wisata. Ini telah berkembang menjadi objek wisata yang menarik dan telah diolah menjadi tempat untuk dikunjungi wisatawan.

2.6 SWOT

Menurut Ansoff, H.I, *Corporate Strategy, revised edition*, Penguin Books menyatakan Analisis SWOT terdiri dari mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor untuk Kembangkan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan keuntungan dan peluang, tetapi pada saat yang sama dapat meminimalkan *Weaknesses* (kelemahan) dan *Threats* (ancaman) (Tarigan & Afma, 2014).

Analisis SWOT adalah penilaian pada hasil identifikasi keadaan, untuk memastikan satu kondisi apakah diklasifikasikan sebagai *Weaknesses* (kelemahan), *Threats* (ancaman), *Strengths* (kekuatan) dan *Opportunities* (peluang). Analisis SWOT adalah sebagian dari pendekatan perencanaan. Elemen penting yang perlu dipaksakan adalah bahwa pada sistem perencanaan, organisasi perlu menilai situasi saat ini dan mengevaluasi proses yang mempengaruhi tujuan organisasi. Dengan bantuan analisis SWOT, Anda dapat memperoleh keunggulan utama, keunggulan lain, faktor netral, kelemahan utama, dan karakteristik kelemahan lainnya berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. (Andriyanto, 2017).

- a. *Strengths* (kekuatan) adalah keadaan kekuatan yang ditemukan dalam organisasi, proyek, atau konsep bisnis yang ada. Keuntungan yang dianalisis adalah faktor yang terkandung dalam konsep tubuh utama organisasi, proyek bisnisnya sendiri, atau titik kekuatan industri pariwisata. Industri dapat berkembang untuk menjadi lebih tangguh sehingga dapat bertahan di pasar dan merencanakan pengembangan lebih lanjut terkait dengan pariwisata.
- b. *Weaknesses* (kelemahan) adalah Keadaan lemah yang ada didalam organisasi, proyek, atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis adalah faktor-faktor yang terkandung pada organisasi, proyek, atau konsep bisnisnya sendiri, yang semuanya tidak memandu maupun merusak pengembangan daya tarik.
- c. *Opportunities* (peluang) Ini adalah Keadaan peluang untuk pengembangan terjadi di masa depan, keadaan yang menghadirkan dirinya sebagai konsep organisasi, proyek atau bisnis (yang sendiri merupakan pesaing kecil), peluang di luar politik.
- d. *Threats* (ancaman) adalah keadaan ancaman eksternal. Hal ini bisa mengusik konsep organisasi, proyek maupun bisnisnya sendiri.

Pada Matriks SWOT ini dengan jelas digambarkan bagaimana *Opportunities* dan *Threats* sehingga bisa disesuaikan dengan *Strengths* dan *Weaknesses* pariwisata. Melalui matriks SWOT, strategi pengembangan yang tepat dapat dirumuskan. Pada Matriks ini melahirkan empat kemungkinan unit strategis alternatif, lihat tabel di bawah ini untuk lebih jelasnya:

Tabel 2.1 Matriks SWOT

	Kekuatan (Strengths-S)	Kelemahan (Weaknesses-W)
Peluang (Opportunities-O)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (Threats-T)	Strategi ST	Strategi WT

2.7 Penelitian Terdahulu

Bahan yang harus dipertimbangkan dan dirujuk peneliti saat melakukan penelitian ini. Studi yang sebelumnya digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (purwanti, 2015) Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam yang berjudul Penataan Objek Wisata Sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Kegiatan Visit Batam 2010 yang di muat pada Jurnal Komunikasi, Vol. IX No. 02, September 2015: 20-40. ISSN 1978-4597. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Disbudpar Maka perlu dipertimbangkan jenis pariwisata mana yang cocok untuk Kota Batam, sehingga penataan objek wisata tidak akan sia-sia. Industri pariwisata yang cocok untuk pengembangan di Batam adalah pariwisata perkotaan. Struktur kios swalayan akan dikembangkan jika Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mengesahkan pembangunan kabupaten atau jalan di Batam. Lokasi di mana istilah 1 Produk Desa 1 (SKSP) dapat digunakan untuk menghasilkan 1 produk premium di wilayah tersebut.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Krisnadi, 2018) yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Mice Kota Batam yang di muat pada Jurnal FameVol.1 (No. 1) : no. 1 - no 91 . Th. 2018. ISSN: 2622-1292. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan untuk dapat mengoptimalkan potensi wisata MICE di Batam, diperlukan pengembangan pariwisata yang spesifik pada pengembangan aktivitas. Kajian pengembangan pariwisata MICE yang dilakukan merupakan identifikasi sumber daya sektor pariwisata, yang akan menjadi acuan untuk program pembangunan pengembangan pariwisata MICE yang lebih operasional dimana meliputi identifikasi terhadap system kepariwisataan, destinasipariwisata, dampak pariwisata, serta pengembangan terhadap perkembangan kepariwisataan di Kawasan Batamdan Sekitarnya.
3. Penelitian yang dilakukan oleh (Rizki, 2016) yang berjudulStrategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batam Dalam Mengembangkan Kota Batam Sebagai DestinasiWisata Mice (Meeting, Intencive, Conference And Exhibition) Tahun 2011-2014 yang di muat pada jurnal FISIP Vol. 3 No. 2 - Oktober 2016. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa faktor telah menghambat pengembangan Batam sebagai tujuan wisata MICE, salah satunya adalah kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pariwisata MICE, kurangnya database untuk permintaan pameran MICE, dan jumlah

pengunjung. Batam dan kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas dalam layanan lapangan bersertifikat.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Tarigan & Afma, 2014) , yang berjudul Evaluasi Menara Telekomunikasi Terpadu Dengan Menggunakan Analisis Swot Di Kota Batam yang di muat pada Jurnal Profesiensi, 2(1): 28-35 Juni 2014. ISSN Cetak: 2301-7244. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan analisis SWOT untuk mengevaluasi menara telekomunikasi terintegrasi di Batam terorganisasi dengan baik, masih ada banyak kendala dalam menerapkan kontrol menara telekomunikasi, dan karena pesatnya perkembangan industri telekomunikasi di Batam, Maka permintaan tanah untuk pembangunan menara telekomunikasi terintegrasi bahkan lebih tinggi, oleh karena itu, dengan keterbatasan lahan di Batam, pembangunan menara dapat ditransfer ke Hinterlands.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Elielsen Lase, Marlon Sihombing dan Husni Thamrin, yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata di Kabupaten Nias yang di muat pada: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya 4 (1) (2018): 126-138. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptifanalitis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Badan Pariwisata Daerah Nias memiliki faktor pendorong dan penghambat dalam menerapkan strategi pengembangannya. Selain kondisi budaya yang unik dari Kabupaten Nias yang menarik wisatawan, lokasi SOZIONA yang strategis dan indah juga mendorongnya. Adapun faktor penghambatnya itu sendiri adalah

situasi ekonomi, kantor Pariwisata terus bekerja sama dengan berbagai pihak untuk memperoleh sejumlah besar dana untuk membangun daerah SOZIONA (Somi-Bozihona-Onorimbu-Naravo).

6. Penelitian yang dilakukan oleh (HM, 2015) yang berjudul Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku Pt. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara yang di muat pada Jurnal Galung Tropika, 4 (1) Januari 2015, hlmn. 60-67. ISSN Online 2407-6279ISSN Cetak 2302-4178. Penelitian ini adalah kualitatif dan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan alat analisis SWOT, dapat menggunakan strategi alternatif berikut: pemanfaatan produk strategi SO, pengembangan SDM, pengembangan skala bisnis. Strategi WO untuk menambah ahli. Strategi ST mempertahankan kualitas produk, memastikan kualitas produk dan produksi berkelanjutan. Strategi WT menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen.
7. Penelitian yang dilakukan oleh (Andriyanto, 2017), yang berjudul Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus) yang di muat pada Jurnal Bisnis, Vol. 5, No. 2, Desember 2017. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang dihadapi oleh beberapa pengusaha kecil yang sulit untuk dikembangkan karena tidak memiliki tempat untuk memasarkan produk mereka, kualitas sumber daya manusia yang kurang terlatih untuk menghambat proses produksi, perusahaan tidak memiliki manajemen keuangan yang baik sehingga

kesulitan untuk pengelolaan dana, dengan persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang lebih banyak muncul pada produk jenang dari luar Kaliputu dan masuknya produk substitusi menjadikan jajanan lain lebih modern dan mengikuti perkembangan jaman. Dari ancaman yang ada maka setiap industri UMKM atau jenang di desa wisata Kaliputu Kudus harus melakukan inovasi varian baru agar dapat bersaing di pasar dan tidak kalah dengan produk lain.

2.1 Kerangka Pemikiran

Pariwisata adalah aspek penting dari daerah tersebut, karena di bidang pariwisata, itu bisa menjadi pendapatan nyata bagi daerah tersebut, misalnya, wisata pantai adalah tujuan utama bagi wisatawan asing. Selain wisatawan belanja, Anda dapat menikmati pemandangan pantai yang indah di Kota Batam. Pengembangan objek wisata pantai di Batam adalah cara bagi pemerintah dan pemangku kepentingan, tujuan utamanya adalah untuk menghasilkan pendapatan dan pendapatan daerah, untuk itu diperlukan strategi untuk mencapai tujuan ini, oleh karena itu, peneliti menggunakan analisis SWOT untuk membantu pariwisata. Penelitian terdapat strategi pengembangan objek wisata Pantai di kota Batam.

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasional yang merumuskan strategi organisasi dengan secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor kekuatan dan kelemahan organisasi, serta peluang dan ancaman dari lingkungan. (Andriyanto, 2017).

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

