

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Republik Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah. Sumber daya alam adalah segala sesuatu yang sumbernya berasal dari alam dan dapat dimanfaatkan untuk mencukupi kebutuhan dan keberlangsungan hidup manusia. Sumber daya alam juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang diminati masyarakat dalam memanfaatkan adanya sumber daya alam yang tidak menghabiskan waktu ataupun materi ketidakberhasilan dalam pengelolaan sumber daya alam tersebut.

Sumber daya alam yang diperbaharui menjadi salah satu solusi untuk mengembangkan peningkatan pelayanan dan kualitas daya tarik wisata serta pembangunan kepariwisataannya dalam rangka memajukan ekonomi kerakyatan, ekonomi kreatif, dan sosial budaya. Hal tersebut, dapat ditempuh melalui berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Pariwisata yang merupakan suatu fenomena multidimensional, menumbuhkan citra petualangan, romantik dan tempat-tempat eksotik, dan juga meliputi realita keduniaan seperti bisnis, kesehatan dan lain-lain. Secara luas pariwisata di pandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian pembangunan.

Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi, dan politik, serta berpengaruh penting pada beberapa aspek, seperti

pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan sosial dan budaya, daya dukung lingkungan hidup, pertahanan, pemberdayaan sumber daya alam dan keamanan yang kemudian akan mendorong pembangunan dan pengembangan wilayah di sekitar objek wisata.

Oleh karena itu pengembangan kepariwisataan harus didasarkan pada kriteria berkelanjutan yang artinya bahwa dalam adanya pembangunan dapat didukung secara ekologis dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi yang tidak melanggar norma-norma hukum dan ketentuan tertentu yang dapat memenuhi taraf hidup masyarakat, dan memperluas kesempatan kerja mengingat banyaknya pengangguran saat ini, meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat. Tidak hanya itu pengembangan wisata juga berpengaruh dalam peningkatan kewirausahaan yang memiliki potensi strategis dan prospektif untuk dikembangkan, dalam menunjang penerimaan devisa, memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat dalam berwirausaha yang diharapkan dapat menunjang kehidupan ekonomi masyarakat yang luas, khususnya masyarakat asli setempat yang berada disekitar dan atau lokasi taman wisata.

Provinsi Sumatera Utara merupakan tempat yang tidak lepas dari destinasi wisata. Wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran dan tujuan kunjungan wisatawan. Selain itu, pengertian objek wisata lainnya adalah tempat yang dikunjungi dengan berbagai keindahan yang didapatkan, tempat untuk bersenang-senang dengan waktu yang

cukup lama demi mendapatkan kepuasan, untuk melakukan kegiatan pariwisata, pelayanan yang baik, serta kenangan yang indah di tempat wisata. Salah satunya adalah wisata Danau Toba yang berada di Pulau Samosir yang indah. Danau Toba dikenal menjadi salah satu destinasi terpopuler di Sumatera Utara, yang selalu menarik para wisatawan domestik ataupun mancanegara untuk berkunjung. Saat berkunjung para wisatawan tidak hanya melihat indahnya panorama yang ada di Danau Toba tetapi juga bisa melihat tempat-tempat wisata alam yang ada disekitarnya seperti Geosite Sipinsur.

Geosite Sipinsur merupakan objek wisata alam di tepian Danau Toba, tepatnya di desa Pearung, Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Geosite Sipinsur dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Humbang Hasundutan pada tahun 2012. Banyak wisatawan yang sering berkunjung untuk menikmati suasana keindahan sekitar Danau Toba dan dua Pulau Sibandang dari posisi Geosite Sipinsur yang berada di ketinggian 1.231 mdpl.

Salah satu daya tarik dari wisata alam Geosite Sipinsur adalah pemandangan menawan dari Danau Toba, hutan pinus yang hijau dan rindang, taman bermain anak, berudara sejuk, spot foto, dan camping ground. Melihat perkembangan wisata alam Geosite Sipinsur, banyak masyarakat sekitar memanfaatkan peluang dengan membuat usaha perdagangan. Objek wisata alam Geosite Sipinsur saat ini dapat dikatakan telah berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat setempat seperti para pelaku usaha disekitar objek wisata tersebut semakin bertambah dari sebelumnya. Adapun bentuk kontribusi seperti

pemanfaatan lokasi wisata oleh masyarakat setempat dengan membuka usaha seperti membuka usaha warung makanan ,minuman , jasa fotografer, aksesoris, paket usaha mainan anak-anak dan masih banyak lagi.

Perkembangan Geosite Sipinsur ditandai dengan banyaknya kunjungan wisatawan yang dapat mempengaruhi peningkatan kewirausahaan dengan tersedianya pembangunan dan fasilitas yang dapat digunakan wisatawan untuk menjamin kepuasan yang maksimal dalam memperlancar kegiatan berwisata. Beberapa fasilitas yang dikembangkan adalah tersedianya pusat jajanan dengan konsep *tiny house* atau rumah kecil dan peralatan tenda untuk wisatawan yang ingin *camping*, dan juga ada taman bermain untuk anak-anak. Selain fasilitas yang ada di Geosite Sipinsur tersedia juga penginapan yang disediakan oleh Pemkab Humbang Hasundutan dan dapat disewa oleh wisatawan.

Data angka kunjungan wisatawan Geosite Sipinsur dapat kita lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Data Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Objek Wisata Sipinsur

Tahun	Jumlah Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan Mancanegara
2018	112.580	64
2019	121.442	450
2020	100.803	72
2021 (Januari s.d. Juni)	69.085	-

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Humbang Hasundutan

Jumlah kunjungan wisatawan domestic dari tahun 2018 hingga 2019 mengalami peningkatan hingga, namun pada tahun 2020 hingga 2021 (bulan Januari s/d Juni), kunjungan wisatawan ke Objek wisata Sipinsur mengalami penurunan. Kemudian data kunjungan dari wisatawan mancanegara tidak tentu atau mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Penurunan kunjungan wisatawan ini sangat dipengaruhi oleh adanya pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia sehingga mobilitas masyarakat pun dibatasi. Terlepas dari adanya pandemi Covid-19, partisipasi masyarakat sudah cukup tinggi untuk berwisata ke objek wisata Geosite Sipinsur karena penurunan kunjungan wisatawan dari tahun 2019 ke 2020 tidak begitu drastis atau jauh.

Namun dari data diatas pemerintah juga tetap intens dalam mengembangkan objek wisata Geosite Sipincur. Pemerintah tetap memantau dan memelihara destinasi wisata termasuk objek wisata Geosite Sipinsur agar tetap dapat melakukan pembangunan yang berkelanjutan.

Perkembangan wisata di Geosite Sipinsur berpengaruh terhadap peningkatan masyarakat sekitarnya yang membuka berbagai wirausaha. Usaha masyarakat mampu menjadikan bisnis lebih berkualitas, baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan atau kemampuan dan mental dengan harapan akan menciptakan kemandirian sehingga peningkatan kewirausahaan menjadi lebih menguntungkan para pengusaha dan wisatawan. Masyarakat berwirausaha juga harus mempunyai sasaran dan tujuan untuk merencanakan pengembangan usahanya dengan baik. Percaya diri dengan pekerjaanya sehingga selalu tenang

dalam menghadapi tantangan serta memiliki cara pikir yang positif, terutama dalam mengambil sebuah tindakan atau langkah yang akan dilakukan.

Adapun fenomena menarik wisata alam Geosite Sipinsur adalah adanya penambahan pembangunan dan fasilitas yang mulai berkembang membuat banyaknya pengunjung untuk datang kesana. Perkembangan tersebut dimanfaatkan masyarakat yang ada disekitar lokasi dengan membuka berbagai jenis usaha. Untuk itu, peneliti berencana meneliti apakah perkembangan wisata alam Geosite Sipinsur berpengaruh terhadap peningkatan kewirausahaan di Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan dengan tujuan untuk meningkatkan sistem kerja, kewirausahaan dan pemasaran dalam suatu sektor usaha dalam suatu masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh pada peningkatan kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan dengan judul yaitu, **“Pengaruh Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipinsur Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis menguraikan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

“Apakah ada pengaruh Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipinsur Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

”Untuk mengetahui Pengaruh Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipinsur Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan”

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah sehingga dapat disimpulkan manfaat penelitian yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan tentang bagaimana Pengaruh Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipinsur Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan.

2. Bagi Kewirausahaan Kabupaten Humbang Hasundutan

Bagi masyarakat khususnya kewirausahaan di Kabupaten Humbang Hasundutan tentang bagaimana Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipinsur Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memperkaya bahan referensi ilmiah tentang bagaimana Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipinsur Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan dan bagi peneliti dimasa yang akan datang khususnya

Prodi	Administrasi	Bisnis
-------	--------------	--------

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata menjadi pilihan penting bagi suatu Negara atau daerah karena multiefek yang ditimbulkan oleh kegiatan kerja pariwisata. Pertumbuhan ekonomi merupakan dampak utama yang dicirikan oleh terbukanya lapangan kerja, stimulasi investasi sehingga berkembang produk wisata baik barang maupun berbagai jasa sehingga pariwisata terus berkembang. Objek daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*.

Menurut Kusudianto Hadinoto (1996:192), pariwisata adalah suatu bisnis hubungan manusia. Berhasilnya tiap usaha kepariwisataan saling menyenangkan. Pengunjung harus disenangkan dengan apa yang mereka lihat dan apa pengalaman mereka dalam berhubungan dengan masyarakat lokal.

Pengembangan pariwisata harus dilengkapi dengan perencanaan yang baik dalam skala mikro maupun skala makro. Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan, membuat strategi untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja dalam mencapai tujuan. Berbagai daerah memiliki rencana induk pengembangan pariwisata dalam skala mikro untuk pengembangan obyek secara regional atau nasional. Dalam konteks ini untuk pengembangan berskala kecil atau mikro seperti Rencana Induk Pengembangan Obyek Wisata atau RIPOW dan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah atau RIPPDA dan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata mikro Nasional atau RIPPNAS.

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut I Gusti Bagus Arjana (2015:6), pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, pari = sempurna, lengkap, tertinggi, wisata = perjalanan, sehingga pariwisata berarti perjalanan yang lengkap dan sempurna. Sedangkan Menurut Kusudianto Hadianto (1996:13) Pariwisata merupakan suatu fenomena multidimensional, menumbuhkan citra petualangan, romantic, dan tempat-tempat eksotik, dan juga meliputi realita keduniaan seperti bisnis, kesehatan, dan lain-lain.

Menurut Undang- Undang NO. 10 Tahun 2009 dalam I Gusti Bagus Arjana (2015:6), wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Pasal 1 ayat 1). Menurut Ismayanti dalam I Gusti Bagus Arjana (2015:15), pariwisata merupakan gabungan dari produk barang dan produk jasa, keduanya penting dibutuhkan dan dihasilkan oleh industry pariwisata.

Menurut Kusudianto Hadinoto (1996:15), perencanaan , pengembangan dan pemasaran suatu destinasi memerlukan kerjasama erat dari pejabat pemerintah, perencana fisik, arsitek, analisis finansial, dan investor juga bisa memerlukan bantuan dari pakar ekonomi, sosiologi, purbakala, dan banyak profesional lain.

2.1.2 Jenis- Jenis Wisata

Menurut I Gusti Bagus Arjana (2015:96-99), jenis-jenis pariwisata terdiri dari sebagai berikut ini yaitu:

1. Jenis Pariwisata Menurut Letaka.
 - a. Pariwisata lokal (*local tourism*), perjalanan wisata jarak dekat seperti piknik ke luar kota atau tempat wisata yang dapat ditempuh beberapa jam dengan kendaraan mobil.
 - b. Pariwisata nasional (*national tourism/domestic tourism*), adalah dinamika perjalanan wisata dalam suatu negara.
 - c. Pariwisata mancanegara (*world tourism/foreign tourism*) meliputi wisatawan yang masuk dari luar negeri (*inbound tourism*) dan wisatawan yang berwisata ke luar negeri (*outgoing tourism*).
2. Pariwisata Menurut Dampak pada Devisa
 - a. Pariwisata aktif (*in tourism*), wisatawan yang masuk ke suatu negara, jenis ini dikembangkan untuk meraup devisa.
 - b. Pariwisata pasif (*outgoing tourism*), warga negara sendiri sebagai wisatawan melakukan perjalanan ke luar negeri. Jenis ini tidak dikembangkan atau tidak dikampanyekan. Jika kondisi ekonomi ditandai dengan income per capita yang baik tentu memiliki kemampuan sebagai wisatawan ke luar negeri.
3. Jenis Pariwisata Menurut Waktu Kunjungan
 - a. Pariwisata musiman (*seasonal tourism*), seperti wisata musim dingin yang bersalju, wisata musim panas untuk mandi matahari atau wisata musim petik buah dan sebagainya.
 - b. Pariwisata okasional (*Occasional tourism*), orang-orang melakukan perjalanan wisata karena adanya daya tarik penyelenggaraan suatu kegiatan (*event*) tertentu atau peristiwa/kejadian (*occasion*) tertentu.
4. Jenis Pariwisata Menurut Tujuan
 - a. Pariwisata bisnis (*business tourism*), perjalanan yang bertujuan menyelesaikan urusan bisnis seperti melakukan meeting, pameran atau expo dan lain-lain.
 - b. Pariwisata liburan (*vacancy tourism*)
 - c. Pariwisata pendidikan (*educational tourism*) seperti study tour atau widya wisata.
 - d. Pariwisata spiritual atau keagamaan (*pilgrim tourism*).
5. Jenis Pariwisata Menurut Jumlah Wisatawan
 - a. Pariwisata individual (*individual tourism*), seperti wisatawan yang menggondong ransel (backpacker).
 - b. Pariwisata berombongan (*group tourism*) seperti dilakukan oleh rombongan pelajar, karyawan melalui biro perjalanan dan agen perjalanan.

6. Jenis Pariwisata Menurut Biaya

- a. Pariwisata mewah (*deluxe tourism*) fasilitas berupa pesawat dan kapal pesiar, biaya akomodasi yang dibayar dengan biaya tinggi pada hotel-hotel berbintang empat, lima atau lima berlian.
- b. Pariwisata yang berbiaya sedang (*middle class tourism*) dan
- c. Pariwisata berbiaya murah (*social tourism*), jenis ini memang memilih alternatif transportasi dan akomodasi yang serba murah tetapi aman dan sehat dan tujuan wisata tercapai.

7. Jenis Pariwisata Menurut Obyek Wisata

- a. Pariwisata budaya (*cultural tourism*), merupakan jenis pariwisata yang menonjolkan atraksi-atraksi budaya yang unik dan menarik telah menjadi ikon pariwisata suatu daerah.
- b. Pariwisata kesehatan (*reccuperational tourism*), seperti mandi susu di Eropa, mandi kopi di Jepang, mandi air panas di beberapa tempat Indonesia.
- c. Pariwisata perdagangan (*commercial tourism*), jenis ini berkembang seiring terbukanya era perdagangan bebas (*free trade area*) yang ditandai dengan makin banyaknya event menyangkut promosi dan pertemuan-pertemuan seperti kegiatan perdagangan sehingga menimbulkan kegiatan pariwisata yang dinamis.
- d. Pariwisata olahraga (*sport tourism*), jenis pariwisata yang satu ini mampu menyedot pengunjung event olahraga tertentu seperti olympiade, pesta olahraga regional, SEA Games, Asian Games, kejuaraan dunia sepak bola tentu yang paling akbar, di samping itu ada kejuaraan tinju profesional, kejuaraan tenis, bulu tangkis dan sebagainya.
- e. Pariwisata politik (*political tourism*), seperti parade tanggal 1 Mei di Beijing memperingati hari butuh dan Parade tanggal 1 Oktober di Rusia memperingati.

8. Revolusi Bolsjevic.

- a. Pariwisata spiritual/keagamaan (*pilgrim tourism*), seperti perjalanan naik haji ke Mekkah bagi umat Islam, mengunjungi Betlehem atau Israel bagi umat Kristen dan berkunjung dan mandi-mandi di Sungai Gangga, India bagi umat Hindu dan wisatawan mancanegara mengunjungi Borobudur bagi umat Budha. Di Larantuka Flores Timur setiap perayaan Paskah yang dikenal sebagai Jumat Agung sejak beberapa tahun terakhir telah menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke daerah ini. Pariwisata ini terkait dengan perjalanan yang bertujuan untuk melakukan peribadatan atau pemujaan terhadap Tuhan sebagai acara keagamaan.
- b. Pariwisata alam (*Natural tourism*), adalah obyek wisata yang menyuguhkan atraksi asli dari alam atau lingkungan pulau, pegunungan, laut, pantai, kekayaan fauna dan kekayaan flora.
- c. Pariwisata Syariah, Pariwisata Syariah berpotensi untuk dikembangkan.
- d. Wisata Laut/Pantai Yang Dikembangkan.

- e. Wisata Ruang Angkasa Sebagai Wisata Masa Depan, Wisata ruang angkasa, pada suatu ketika nanti akan dapat terwujud sehingga menjadi proyek objek wisata masa depan.

2.1.3 Komponen Pariwisata

Perjalanan wisata dari daerah asal samapai ke daerah tujuan melibatkan sebagai komponen baik institusi pemerintah, swasta, perusahaan maupun privat secara langsung maupun tidak langsung. Komponen daerah tujuan lebih kompleks, karena di daerah wisatawan menikmati perjalanan dan mendapatkan kesenangan di sini aktivitas pariwisata melibatkan berbagai komponen.

Menurut I Gusti Bagus Arjana (2015:66-95), komponen Pariwisata terdiri dari yaitu:

1. Wisatawan (*Tourist*), Orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan atau berwisata yang memiliki tujuan tertentu dalam melakukan perjalanan yang dilakukannya. Pada prinsipnya wisatawan melakukan perjalanan untuk melakukan kesenangan. Kesenangan diperoleh melalui kegiatan menikmati keindahan panorama alam, keunikan budaya, *event* olahraga, bertualang atau menghindari pertemuan seminar, konsorsium, kongres, musyawarah nasional, rapat kerja dan lain-lain.
2. Sarana Wisata, Sarana dapat diartikan sebagai alat, wujudnya adalah hasil rekayasa manusia untuk menunjang atau memudahkan manusia untuk meraih tujuan. Prinsip sarana wisata dikelompokkan menjadi empat kelompok yang dapat menimbulkan usaha-usaha jasa pariwisata yakni:
 - a. Sarana atau moda transportasi, transportasi adalah *the means to reach the destination and also means of movement at the destination*. Fungsi transportasi sebagai alat bergerak selama berada di daerah tujuan wisata tersebut. Sarana atau moda transportasi wisata adalah semua bentuk alat/ teknologi yang dapat dipergunakan sebagai media atau alat untuk mengangkut wisatawan dengan berbagai barang kelengkapan perjalanannya.
 - b. Sarana Akomodasi, perjalanan wisatawan tertentu lebih dari satu hari, sehingga membutuhkan fasilitas untuk beristirahat dan menginap.

- c. Sarana Restoran, wisatawan dalam perjalanan di samping membutuhkan tempat menginap untuk beristirahat, tentu juga membutuhkan tempat yang menyediakan layanan makanan dan minuman.
 - d. Sarana Objek Wisata, objek daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan.
 - e. Sarana Teknologi dan komunikasi, untuk memenuhi kebutuhan dan pengharapan seperti *online reservation and booking system*.
3. Daya tarik wisata di suatu daerah atau Negara ditimbulkan oleh suatu unsur-unsur geografi yang timbul karena proses alami dan proses budawi. Daya tarik wisata difokuskan pada:
 - a. Daya tarik budaya
 - b. Daya tarik buatan
 - c. Daya tarik wisata yang ditimbulkan oleh *event* atau pariwisata tertentu.
 4. Jasa Wisata, usaha wisata yang dapat menggerakkan ekonomi masyarakat sangat beragam baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan kegiatan wisata.

2.1.4 Karakteristik Lingkungan Pariwisata

Menurut Kusudianto Hadinoto (1996:163), lingkungan suatu destinasi (DTW= Daerah Tujuan Wisata) adalah faktor penentu gerak orang dari suatu tempat ke tempat lain, kecuali apabila orang mengadakan perjalanan untuk bisnis atau keperluan sosial, dalam perjalanan mana atraksi suatu destinasi berperan kecil, dalam motivasi perjalanan tersebut.

Oleh karena itu dalam pariwisata, lingkungan harus menyenangkan dan menarik wisatawan. Suatu lingkungan tertentu memiliki ciri khas untuk menimbulkan motivasi perjalanan, walaupun tidak ada suatu kerangka umum dari ciri-ciri itu dapat didefinisikan atau diidentifikasi sebagai “karakteristik dibutuhkan” bagi destinasi tertentu.

Pada garis besar mengenai minat manusia terdapat banyak aspek yang dapat digolongkan sebagai atraksi wisata. Dari segi pengembangan pariwisata, menarik sejumlah besar orang adalah lebih berarti daripada kelompok kecil dengan minat

yang sangat khusus. Karena itu dalam garis besar daerah-daerah tertentu dari suatu Negara dan kawasan tertentu dari suatu daerah dapat diidentifikasi dengan atraksi utamanya bagi wisata massal.

Faktor lingkungan penentu dalam pengembangan pariwisata adalah iklim, karena iklim menentukan apakah kita dapat mengambil keuntungan dari sumber daya buatan dan juga mempengaruhi mobilitas manusia. Dengan iklim yang sesuai dengan sumber daya wisata alami maupun buatan, seperti gunung, laut, danau, pantai, hutan, tempat berpemandangan indah, tempat bersejarah, keurbakalaan dan budaya, dapat memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata.

2.1.5 Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata

Menurut I Gusti Bagus Arjana (2015:137), sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal (non material/ non finansial) di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (real) secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi. Pariwisata adalah suatu bisnis hubungan manusia. Berhasilnya tiap usaha kepariwisataan saling menyenangkan. Pengunjung harus disenangkan dengan apa yang mereka lihat dan apa pengalaman mereka dalam berhubungan dengan masyarakat lokal.

Peristiwa tidak hanya suatu industry yang berorientasi manusia, akan tetapi juga tergantung dari manusia (*people dependent*). Suatu pengalaman menyenangkan dan memuaskan adalah faktor yang harus ada untuk menyukseskan pariwisata. Karena pariwisata sebagian besar adalah suatu pelayanan jasa maka

pengembangan suatu daerah tujuan wisata harus melakukan langkah-langkah yang perlu untuk “membangun” sekelompok orang terlatih, untuk menempati pekerjaan yang dikreasikan. Dalam perencanaan pengembangan sumber daya manusia pariwisata, perlu dikembangkan untuk memilih secara teliti dan melatih calon karyawan yang memenuhi dua kelompok kriteria sikap dan teknis. Karakteristik sikap dapat mendukung sukses karyawan dalam pekerjaannya.

2.1.6 Dampak Pembangunan Pariwisata

Dalam realitasnya pembangunan pariwisata tidak semata-mata menimbulkan dampak yang sifatnya positif tetapi juga dapat menimbulkan dampak yang sifatnya negatif. Menurut I Gusti Bagus Arjana (2015:156-170), dampak pembangunan pariwisata adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Dampak Pada Ekonomi
Aktivitas pariwisata menggerakkan pelaku pariwisata bidang ekonomi karena adanya *supply* (pasokan) dan *demand* (permintaan) terhadap produk barang atau jasa.
2. Dampak Pada Perkembangan IPTEK
Peranan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Iptek) dalam kehidupan manusia tidak bisa dipisahkan, karena kehidupan manusia modern paralel dengan cita-cita manusia yang lebih maju dan lebih sejahtera.
3. Dampak Pada Kependudukan
Aspek kependudukan yang tersentuh oleh dinamika kegiatan pariwisata menyangkut jumlah dan pertumbuhan penduduk, distribusi penduduk, migrasi penduduk, migrasi penduduk, dan kualitas penduduk.
4. Dampak Pada Lingkungan
Prinsip dan tujuan orang-orang melakukan perjalanan wisata adalah menikmati perjalanan, keindahan, dan mendapatkan kesenangan dan kepuasan.
5. Dampak Pada Kegiatan Sosial, Budaya, dan Politik
Terdiri dari kehidupan sosial, kehidupan budaya, kehidupan politik.
6. Dampak Pada Kesehatan
Masyarakat kota dicirikan sebagai masyarakat industri identik dengan kesibukan warga yang tinggi karena rutinitas yang memiliki tuntutan waktu cepat sehingga penyelesaian tugas pekerjaannya dikejar waktu untuk mencapai target tertentu.

2.1.7 Tujuan dan Sasaran Pengembangan Wisata

Menurut Kusudianto Hadinoto (1996:23-24) Direktorat Jenderal Pariwisata dibentuk untuk memenuhi kebutuhan sasaran nasional dan pelaksanaan kebijaksanaan umum kepariwisataan. Di antara tujuan dan sasaran tersebut termasuk:

1. Sasaran Internasional
 - a. Penerimaan devisa yang meningkat
 - b. Pengembangan ekonomi yang lebih banyak memberi kesempatan kerja.
 - c. Pendapatan nasional meningkat, lebih banyak penerimaan pajak, perluasan prasarana.
 - d. Pendapat umum di luar negeri menguntungkan dan peningkatan pengertian di Negara-negara lain mengenai kebijaksanaan Indonesia.
 - e. Apresiasi meningkat di luar negeri mengenai hasil dan kontribusi budaya Indonesia.
 - f. Hubungan diplomatic dengan Negara lain terbina baik.
2. Sasaran Dalam Negeri
 - a. Persatuan dan kesatuan identitas nasional Indonesia
 - b. Pengertian umum, kelembagaan nasional dan kewajiban penduduk
 - c. Kesehatan dan kesejahteraan umum.
 - d. Pertumbuhan ekonomi dan redistribusi pendapatan nasional yang seimbang.
 - e. Perhatian umum terhadap lingkungan
 - f. Preservasi tradisi/adat- istiadat daerah minoritas
 - g. Perlindungan dari hak peseorangan untuk dihibur.

Sasaran-sasaran tersebut tersirat dalam Undang-Undang No.5/1992 tentang kepariwisataan. Direktorat Jenderal Pariwisata.c. Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi relative masih muda, maka tugas-tugas belum begitu dikenal/meresap seperti tugas Departemen Pertanian, Departemen Pekerjaan Umum yang sudah ada jauh sebelum Perang Pasifik.

Menurut I Gusti Bagus Arjana (2015:123), sasaran pengembangan adalah berbagai pihak yang terlibat agar dapat memetik manfaat dari pengembangan kegiatan. Pihak yang terlibat itu adalah pemerintah dan masyarakat yang berada

dalam jangkauan pengembangan. Manfaat pengembangan wisata juga memperhatikan tidak saja pemerintah dan selaku, tetapi juga harus memperhatikan aspek lingkungan.

Mengenai *inbound tourism* (wisatawan mancanegara) konflik/kendala bisa terjadi dengan lembaga-lembaga lain seperti misalnya mengenai keamanan Negara, pencegahan penyelundupan, perlindungan lingkungan dan preservasi sumber daya atau dan budaya. Birokrasi dapat pula memperlambat kelancaran pengembangan pariwisata. Maka adanya Badan (Penasihat) Pengembangan Pariwisata Daerah (Bapparda) dapat membantu kelancaran pelaksanaan tugas Dinas Pariwisata Daerah (Diparda).

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem merupakan kumpulan suatu komponen sistem yang saling berhubungan satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan pokok wisata.

2.1.8 Indikator Pengembangan Pariwisata

Menurut I Gusti Bagus Arjana (2015:154), indikator yang dapat dipakai untuk mengukur suatu tingkat keberlanjutan suatu destinasi wisata adalah:

1. Kesejahteraan (well being) masyarakat tuan rumah
2. Terlindunginya aset aset budaya
3. Partisipasi masyarakat
4. Kepuasan wisatawan
5. Jaminan kesehatan dan keselamatan
6. Manfaat ekonomik
7. Perlindungan terhadap aset alami
8. Pengelolaan sumberdaya alam yang langka
9. Pembatasan dampak dan
10. Perencanaan dan pengendalian pembangunan

2.2 Kewirausahaan

2.2.1 Pengertian Kewirausahaan

Menurut Sumarsid (2020:1), kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Menurut Suryana (2001:4), kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari.

Menurut Sumarsid (2020:5), kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Berwirausaha berarti memadukan perwatakan pribadi, keuangan, dan sumber daya. Oleh karena itu, berwirausaha merupakan sebuah pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel, dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil resiko, mengambil keputusan dan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan. Syarat berwirausaha harus memiliki kemampuan untuk menemukan dan mengevaluasi peluang, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang-peluang itu. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing.

Menurut Zimmerer (dalam buku Suryana,2001:7), nilai tambah tersebut diciptakan melalui cara-cara sebagai berikut:

1. Pengembangan teknologi baru (*developing new technology*)
2. Penemuan pengetahuan baru (*discovering new knowledge*)
3. Perbaikan produk dan jasa yang sudah ada (*improving existing product of services*)
4. Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (*finding different ways of providing more goods and services with fewer resurces*”).

2.2.2 Tujuan dan Manfaat Kewirausahaan

Menurut Daryanto, Aris Dwi Cahyono (2013:6-7), tujuan dan manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Tujuan Kewirausahaan
 - a. Meningkatkan jumlah wirausahaan yang sukses
 - b. Mewujudkan kemampuan dan kemantapan para wirausahaan untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
 - c. Membudayakan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan di kalangan masyarakat yang mampu, handal dan unggul.
 - d. Menumbuhkan kembangkan kesadaran kewirausahaan yang tangguh dan kuat.
2. Manfaat Kewirausahaan
 - a. Menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran
 - b. Memberi contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun dan punya kepribadian unggul yang pantas diteladani.
 - c. Berusaha mendidik para karyawannya menjadi orang yang mandiri disiplin, tekun dan jujur dalam menghadapi pekerjaan.
 - d. Barusaha mendidik masyarakat agar hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
 - e. Sebagai sumber penciptaan dan perluasan kesempatan kerja.
 - f. Pelaksana pembangunan bangsa dan Negara.
 - g. Meningkatkan kepribadian dan martabat/ harga diri.
 - h. Memajukan keuangan
 - i. Melaksanakan persaingan yang sehat dan wajar.

2.2.3 Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik Kewirausahaan atau wirausaha dapat ditemukan pada sikap-sikap atau tindakan yang dilakukan oleh seorang wirausaha. Sikap dan tindakan ini biasanya melingkupi sebagian besar dari sikap wirausaha dalam kesehariannya dan merupakan sikap dan tindakan yang dijalankan dalam kehidupan sehari-hari

Menurut Sumarsid (2020:3), karakteristik kewirausahaan atau wirausaha adalah sebagai berikut :

1. *Desire for responsibility* yaitu Wirausaha memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
2. *Preference for moderate risk* yaitu Wirausaha lebih memilih risiko yang moderat, menghindari risiko rendah dan risiko tinggi.
3. *Confidence* yaitu Wirausaha percaya akan kemampuan dirinya sendiri untuk berhasil.
4. *Desire for immediate feedback* yaitu Wirausaha selalu menghendaki adanya umpan balik sesegera mungkin.
5. *High level of energy* yaitu Wirausaha memiliki semangat yang tinggi dan selalu bekerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. *Future Orientation* yaitu Wirausaha selalu berorientasi ke masa depan, memiliki perspektif dan berwawasan jauh ke depan.
7. *Skill at organizing* yaitu Wirausaha memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai rendah.
8. *Value achievement over money* yaitu Wirausaha selalu menilai prestasi dengan uang.

Menurut Sumarsid (2020:3), mengemukakan ciri dan watak wirausahaan itu sebagai berikut :

Karakteristik	Watak
Percaya Diri	Memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan dengan orang lain dan individualistis.
Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energik, tekun dan tabah, tekad kerja keras dan inisiatif.

Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan	Mampu mengambil resiko yang wajar
Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, dapat beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran dan kritik.
Keorisinalan	Inovatif, kreatif, dan fleksibel
Berorientasi pada masa depan	Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.

Nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan Menurut Sumarsid (2020:4, terdiri dari yaitu sebagai berikut:

Nilai	Perilaku
Komitmen	Menyelesaikan tugas hingga selesai
Risiko moderat	Tidak melakukan spekulasi, melainkan berdasarkan perhitungan yang matang.
Melihat peluang	Memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin.
Objektivitas	Melakukan pengamatan secara nyata untuk memperoleh kejelasan.
Umpan Balik	Menganalisis data kinerja waktu untuk memandu kegiatan.
Optimisme	Menunjukkan kepercayaan diri yang besar walaupun berada situasi berat.
Uang	Melihat uang sebagai sumber daya, bukan tujuan akhir
Manajemen Pro Aktif	Mengelola berdasarkan perencanaan masa depan.

2.2.4 Faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan Kewirausahaan

Menurut Zimmerer (dalam buku Suryana,2001:39), mengemukakan beberapa faktor-faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya, adalah:

- a) Tidak kompeten dalam manjerial. Tidak kompoten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil
- b) Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan teknik, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengkoordinasika, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
- c) Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar dapat berhasil dengan baik faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliaran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancer.
- d) Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
- e) Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karna kurang efisien.
- f) Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektifitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.
- g) Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dlakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal adalah besar.
- h) Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan, maka ia tidak ada jaminan untuk menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

Selain faktor- faktor yang membuat kegagalan kewirausahaan, Zimmerer dalam Suryana (2001:39:40), mengemukakan beberapa potensi yang membuat seseorang mundur dari kewirausahaan yaitu:

- a. Pendapatan yang tidak menentu. Baik pada tahap awal maupun tahap pertumbuhan, dalam bisnis tidak ada jaminan untuk terus memperoleh pendapatan yang berkesinambungan. Dalam kewirausahaan, sewaktu-waktu dalah rugi dan sewaktu-waktu juga ada untungnya. Kondisi ketidaktentuan inilah seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha.
- b. Kerugian akibat hilangnya modal investasi. Tingkat kegagalan bagi usaha baru sangatlah tinggi.
- c. Perlu kerja keras dan waktu yang lama. Wirausaha biasanya bekerja sendiri dari mulai pembelian, pengolahan, penjualan, dan pembukuan. Waktu yang lama dan keharusan bekerja keras dalam berwirausaha mengakibatkan orang yang ingin menjadi wirausaha menjadi mundur. Ia kurang kurang terbiasa dalam menghadapi tantangan. Wirausaha yang berhasil pada umumnya menjadikan tantangan sebagai peluang yang harus dihadapi dan ditekuni.
- d. Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya mantap. Kualitas kehidupan yang tidak segera meningkat dalam usaha, akan mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha. Misalnya, pedagang yang kuliatas kehidupannya tidak meningkat, maka akan mundur dari usaha dagangnya dan masuk ke usaha lain.

2.2.5 Keuntungan dan Kerugian Berwirausaha

Keuntungan kerugian kewirausahaan identik dengan keuntungan dan kerugian pada usaha kecil milik sendiri. Menurut Peggy Lambing dan Charles L Kuehl dalam Suryana (2001:40) , mengemukakan keuntungan kewirausahaan dan kerugian kewirausahaan, yaitu:

1. Keuntungan Kewirausahaan.
 - a. Otonomi.
Pengelolaan yang bebas dan tidak terikat membuat wirausaha menjadi seorang “boss” yang penuh kepuasan.
 - b. Tantangan Awal dan Perasaan Motif Berprestasi.
Tantangan awal atau perasaan bermotivasi yang tinggi merupakan hal menggembirakan. Peluang untuk

- mengembangkan konsep usaha yang dapat menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausaha.
- c. Kontrol Finansial.
Bebas dalam mengelola keuangan, dan merasa sebagai kekayaan milik sendiri.
2. Kerugian Kewirausahaan
 - a. Pengorbanan Personal.
Pada awalnya wirausaha harus bekerja dengan memerlukan waktu yang lama dan sibuk. Sedikit sekali waktu untuk kepentingan keluarga, rekreasi. Hampir semua waktu dihabiskan untuk kegiatan bisnis.
 - b. Beban Tanggung Jawab.
Wirausaha harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personal maupun pengadaan dan pelatihan.
 - c. Kecilnya Margin Keuntungan dan Kemungkinan Gagal.
Karena wirausaha menggunakan keuangan yang kecil dan keuangan milik sendiri, maka profit margin yang diperoleh akan relatif kecil dan kemungkinan gagal juga ada.

2.2.6 Strategi Pemasaran dan Kewirausahaan

Menurut Suryana (2001:98) , terdapat lima strategi pemasaran kewirausahaan terdiri dari:

1. Penelitian dan Pengembangan Pasar (*Probe*)

Seperti telah ditemukan bahwa langkah pertama dalam kegiatan pemasaran adalah meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen. Berapa jumlahnya, bagaimana daya belinya, di mana tempat konsumennya, dan berapa permintaannya. Strategi ini dibangun berdasarkan enam fundasi

- a. Orientasi konsumen
- b. Orientasi konsumen
- c. Kenyamanan dan kesenangan,
- d. Inovasi
- e. Kecepatan
- f. Pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Produk (*Product*)

Perlu diingat bahwa produk selalu mengalami daur hidup (*product life cycle*) yang terdiri dari tahap pengembangan, tahap pengenalan, tahap pertumbuhan penjualan, tahap kematangan, tahap kejenuhan, dan penurunan.

3. Tempat (*Place*)

Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan efisien. Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan yaitu:

- a. Perbanyak saluran distribusi, misalkan langsung ke konsumen atau tidak langsung yaitu melalui para agen.
- b. Perluas segmentasi atau cakupannya, misal segmen lokal, regional, nasional, dan internasional.
- c. Tata outlay usahanya, misal tata etalase dan posisinya.
- d. Gunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin.
- e. Merubah-ubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang/tempat yang lain. Hal ini penting untuk mengendalikan persediaan dan penawaran.

4. Harga (Price)

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan harga yang paling efisien bagi konsumen. Wirausaha bisa menciptakan harga yang paling efisien dengan inovasi dan kreativitasnya. Menetapkan harga yang tepat memerlukan banyak pilihan tidak saja berdasarkan intuisi, perasaan, tetapi juga harus berdasarkan informasi, fakta, dan analisis di lapangan. Wirausaha harus mempertimbangkan beberapa faktor dalam menentukan harga. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di antaranya adalah:

- a. Biaya barang dan jasa.
- b. Permintaan dan penawaran pasar.
- c. Antisipasi volume penjualan produk dan jasa
- d. Harga pesaing.
- e. Kondisi ekonomi.
- f. Lokasi usaha
- g. Fluktuasi musiman
- h. Faktor Psikologis pelanggan
- i. Bunga kredit dan bentuk kredit
- j. Sensitivitas harga pelanggan.

5. Promosi

Agar barang dan jasa yang kita produk dikenal, diketahui, dibutuhkan, dan diminta, konsumen, maka wirausaha harus segera melakukan usaha-usaha sebagai berikut:

- a. Informasi barang/jasa yang dihasilkan pada konsumen
- b. Bujuk konsumen agar mau membeli barang/jasa yang dihasilkan
- c. Pengaruhi konsumen agar tertarik terhadap barang/jasa yang kita hasilkan.

Selain strategi pemasaran Menurut Suryana (2001:118-120), terdapat tiga strategi yang terdiri dari, yaitu:

1. Strategi Bagi *Market Leader*
 Apabila perusahaan telah memiliki peluang yang besar seperti pada masa pertumbuhan, maka strateginya:
 - a. Mempertahankan serangkaian strategi secara ofensif dan agresif untuk mempertahankan perusahaan di pasar.
 - b. Mengambil ikatan yang kurang agresif dibanding di atas tetapi justru melaksanakan strategi yang mendorong bertahan dan membenteng kekuatan
 - c. Tidak boleh ada tanggapan bahwa perusahaan yang berhasil tidak memiliki tantangan.
2. Strategi Bagi Pencipta Relung (*Niche Creators*)
 Perusahaan yang memasuki tahap pertumbuhan yang memiliki posisi kuat (bukan *market leader*) di pasar, memiliki strategi tertentu. Strategi ini dilakukan dengan cara:
 - a. Secara agresif perusahaan mengukir peluang pasar yang tidak tertandingi kemampuannya melalui kompetensi yang terbaik.
 - b. Mengembangkan strategi sebagai *Follower Leader*.
3. Pertimbangan Strategi yang lain
 Banyak strategi yang dilakukan wirausaha yang berada pada tahap pertumbuhan, di antaranya:
 - a. Pertahanan bersaing
 - b. Mencoba untuk menemukan “Pemukul Besar (*Big Hitter*)”, dan tidak berkonsentrasi pada perbaikan keberhasilan produk yang sudah ada.
 - c. Mengambil langkah positif dan proaktif untuk menguasai manajer kunci dan ahli perusahaan.

2.2.7 Indikator Kewirausahaan

Menurut Suryana (2001: 15-17), terdapat 6 indikator kewirausahaan terdiri dari yaitu:

1. Percaya Diri (Self-confidense)
 Kepercayaan diri adalah sikap dalam keyakinan seseorang dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugasnya.
2. Berorientasi Tugas dan hasil
 Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil, adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi

- pada laba, ketekunan, dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berisiniaif.
3. Keberanian mengambil resiko
Kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan.
 4. Kepemimpinan
Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan.
 5. Berorientasi Ke Masa Depan
Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan.
 6. Keorisinalan: Kreativitas dan Keinovasian
Nilai inovatif, kreatif dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinalan seseorang.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Enis Apriyanti (2020)	Pengaruh Pengembangan Pariwisata Terhadap Peningkatan Masyarakat Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam	Menggunakan analisis regresi linear sederhana sebagai pengolahan data	Pengembangan Pariwisata Ketapang mempunyai Pengaruh yang Positif dan Signifikan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat
2	Maya Sagita (2017)	Pengaruh Produk Dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pada Wirausaha Pengolahan Ikan Di Wisata Pantai Pasir Putih Kecamatan	Menggunakan analisis regresi linear sederhana sebagai pengolahan data	Produk, Perilaku Kewirausahaan dari hasil pengujian secara simultan terdapat Pengaruh yang Positif dan Signifikan Terhadap Peningkatan Kesejahteraan

		Watulimo Kabupaten Trenggalek		
3	Noerain Wolango (2021)	Pengaruh Program Kewirausahaan Terhadap Perekonomian Masyarakat Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo	Menggunakan analisis regresi linear sederhana sebagai pengolahan data	Program Kewirausahaan Terdapat Pengaruh Signifikan Terhadap Perekonomian Masyarakat

2.4 Kerangka Berfikir

Untuk memudahkan memahami penelitian ini, maka dibuat kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antara variable bebas (X) dan variable terikat (Y), sebagaimana dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:63), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan . Adapun hipotesis dari rumusan masalah yang diteliti adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipincur terhadap Peningkatan Kewirausahaan di Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan.

H_1 : Terdapat pengaruh Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipincur terhadap Peningkatan Kewirausahaan di Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:8), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan asosiatif digunakan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel yang satu dengan variabel selanjutnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Pengembangan Wisata Alam Geosite Sipincur Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini yaitu Wisata Alam Geosite Sipincur yang berada di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan November 2022 s/d April 2023.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Nalom Siagian (2021:53), populasi dapat dikatakan “kumpulan” banyak sampel penelitian, sehingga didalam penelitian sangat diperlukan penentuan sampel tersebut sebagai cara untuk “memudahkan” dalam membaca fenomena atau realitas yang ada.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pelaku usaha di Wisata Alam Geosite Sipincur, Desa Pearung Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 40 orang. Kewirausahaan adalah proses mendirikan dan menjalankan bisnis atau usaha tersebut, sedangkan wirausaha individu yang bisa menciptakan bisnis sendiri, menanggung sebagian besar risiko dan juga menikmati keuntungan dari usaha yang dirintisnya.

3.3.2 Sampel Penelitian

Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menenentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Menurut Sugiyono (2019:81) ”sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena jumlah populasinya <100 , maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada yaitu sebanyak 40 orang responden menjadi objek yang diteliti. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus.

3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrument pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Jenis data berdasarkan sumbernya terdiri atas data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun dan diolah serta dianalisis sendiri oleh peneliti/observer secara langsung dari objeknya. Data primer ini diperoleh dengan teknik :

1. Kuisisioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang dihimpun dari data-data yang sudah jadi dalam berbagai bentuk karena telah diolah oleh orang lain. Teknik pengambilan data dapat diperoleh misalnya dari publikasi ilmiah, buku-buku ataupun jurnal-jurnal yang telah diterbitkan.

3.4.2 Data Sekunder

Defenisi operasional adalah spesifikasi kegiatan penelitian dalam mengukur atau memanipulasi suatu variabel, defenisi operasional memberikan batasan atau arti suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan suatu peneliti untuk mengukur suatu variabel tertentu. Adapun defenisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1
Data Operasional

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1	Wisata Alam Geosite Spincur	Wisata Alam Geosite Spincur adalah sebuah taman atau kawasan wisata alam di tepian Danau Toba, tepatnya di Desa Pearung, Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesejahteraan (well being) masyarakat tuan rumah 2. Terlindunginya aset aset budaya 3. Partisipasi masyrakat 4. Kepuasan wisatawan 5. Jaminan kesehatan dan keselamatan 6. Manfaat ekonomik 7. Perlindungan terhadap aset alami 8. Pengelolaan 	Likert

			sumberdaya alam yang langka 9. Pembatasan dampak dan 10. Perencanaan dan pengendalian pembangunan	
2	Peningkatan Kewirausahaan	Peningkatan Kewirausahaan adalah upaya dalam bentuk kebijakan dan program untuk mengembangkan kewirausahaan yang terintegrasi secara nasional dan meningkatkan kapasitas wirausaha dan skala utama.	1. Percaya Diri (Self-confidense) 2. Berorientasi Tugas dan Hasil 3. Keberanian Mengambil Resiko 4. Kepemimpinan 5. Berorientasi ke masa depan 6. Keorisinalan Kreativitas dan Keinovasian.	Likert

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dengan menggunakan skala likert pengukuran ini, maka variabel yang dapat diukur dapat dilakukan dalam angka sehingga koefisien dan akurat. Skala likert merupakan pengukuran dengan lima (5) kategori respon.

Tabel 3.2**Skala Likert dan Bobot Nilai Jawaban Responden**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sanagat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Analisis Data

Adapun tahap-tahap analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Uji Instrumen

Uji Instrumen penelitian memiliki peran penting dalam penelitian kuantitatif, karena kualitas data ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan dengan maksud untuk mengetahui keadaan variabel penelitian yang sedang diteliti. Pengujian instrumen mempunyai dua dimensi yaitu validitas data dan reabilitas data. Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen. Uji validitas instrument penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Indikator kuisisioner dapat dikatakan valid apabila :

- a. Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen penelitian valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen penelitian tidak valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji untuk mengetahui apakah suatu kuisisioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak.

Menurut Esti Yuandari dan R. Topan Aditya Rahman (2017:57), “ uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan”. Dalam penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan analisis *Cronbach Alpha*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien *Cronbach (Alpha)* $\geq 0,60$ maka kuisisioner atau angket tersebut dianggap *reliabel* atau konsisten.
- b. Jika nilai koefisien *Cronbach (Alpha)* $< 0,60$ maka kuisisioner atau angket tersebut dianggap *reliabel* atau tidak konsisten.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis regresi berganda yang harus dipenuhi agar penaksiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu:

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data apakah dalam sebuah model distribusi mendekati distribusi normal atau tidak, jika data berdistribusi normal, maka data yang dihasilkan dapat dianggap mewakili populasi yang ada. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan uji dengan statistik yaitu uji Kolmogorov-Smirnov, grafik histogram dan grafik P-Plot. Peneliti menggunakan SPSS dalam uji normalitas dengan tingkat signifikasinya dengan 5%. Maka untuk mengetahui apakah pada pengujian ini memiliki distribusi yang normal atau tidak adalah berdasarkan asumsi berikut :

1. Data dikatakan berdistribusi normal apabila pada hasil uji Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual dari analisis regresi linear berganda, dihasilkan nilai signifikansi yang besarnya $> 0,05$.
2. Data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila pada hasil uji Kolmogorov-Smirnov terhadap nilai residual dari analisis regresi linear berganda, dihasilkan nilai signifikansi yang besarnya $< 0,05$.

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar untuk menganalisisnya adalah:

1. Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan bahwa terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, maupun titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam melakukan analisis data, penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas Wisata Alam Geosite Spincur (X) dengan variabel terikat Peningkatan Kewirausahaan (Y). Untuk menemukan hasil yang lebih terarah maka peneliti menggunakan bantuan SPSS. Model regresi linear sederhana yang digunakan yaitu:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Subjek dan variabel terikat yang diprediksikan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Subjek variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu (E-service quality)

e = error (variabel pengganggu)

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dibuat berdasarkan data penelitian. Suatu perhitungan variabel disebut signifikan secara sistematis apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Namun sebaliknya disebut tidak signifikan apabila nilai uji

statistiknya berada dalam (daerah dimana H_0 diterima). Uji hipotesis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk pengujian yang berguna untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh antara variabel Wisata Alam Geosite Sipincur (X) terhadap variabel Peningkatan Kewirausahaan (Y) di Desa Pearung Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan.

Kriteria yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya Wisata Alam Geosite Sipincur berpengaruh pada peningkatan kewirausahaan di Desa Pearung Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka H_0 diterima H_1 ditolak artinya Wisata Alam Geosite Sipincur tidak berpengaruh pada peningkatan kewirausahaan di Desa Pearung Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan

3.9.2 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independent atau prediktor yang digunakan. Nilai koefisien determinasi sendiri berada direntang nol sampai satu. Nilai yang mendekati satu variabel berarti variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Y).