

Badan pelaksana otorita danau toba memiliki tugas otoritatif yaitu melakukan perencanaan, pengembangan, pembangunan, pengelolaan, dan pengendalian dilahan zona otorita Danau Toba. Fakta dilapangan Badan Pelaksana Otorita Danau Toba belum banyak melakukan langkah strategis dalam pengembangan, pembangunan dan pengelolaan Danau Toba. Pada kenyataannya kebijakan dari pemerintah pusat maupun daerah lah yang terealisasi. Seperti pembangunan infrastruktur, melakukan event nasional maupun internasional merupakan langkah strategi yang bersumber dari pemerintah pusat. Badan Pelaksana Otorita Danau Toba seperti hanya melakukan tugas koordinatif yaitu, melakukan koordinasi, sinkronisasi, dan fasilitas perencanaan, pengembangan, pembangunan, dan pengendalian di kawasan pariwisata Danau Toba. Sejak dibentuk pada April 2017, Badan Pelaksana Otorita Danau Toba tidak banyak diketahui oleh masyarakat di wilayah kerja mereka Danau Toba, itu disebabkan oleh kurangnya langkah strategi atau kebijakan sendiri dari BPODT, hanya melaksanakan kebijakan yang turun dari pusat yang kemudian dikoordinasikan ke pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten.

Danau Toba ditetapkan oleh pemerintah pusat melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjadi pariwisata unggulan yang masuk ke dalam pariwisata super prioritas bersama dengan Borobudur, Labuan Bajo, Likupang, Mandalika. Kebijakan ini guna menemukan “Bali Baru” sebagai pariwisata kelas dunia unggulan Indonesia yang mampu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar

destinasi dan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Bukan hanya infrastruktur pendukung yang harus dibenahi tetapi juga ekonomi kreatif yang ada di setiap destinasi yang harus tersedia, mengingat wisatawan biasanya suka berbelanja sebagai buah tangan atau kenangan dari tempat wisata. Selain itu fokus dalam pengembangan destinasinya langsung menjadi hal yang fundamental untuk dilakukan, destinasi yang ramah akan pengunjung, tingkat kebersihan yang baik dan feedback kepuasan setelah datang ke destinasi wisata itu. Pengenalan melalui pemasaran juga harus dilakukan untuk menunjukkan keindahan dan potensi dari setiap destinasi. Di era teknologi yang semakin canggih ini, sangat beragam hal yang dapat dilakukan dalam pemasaran, ditambah kegiatan yang dapat dilakukan untuk mengundang wisatawan berkunjung. Oleh karena itu dibutuhkan langkah strategis untuk mencapai tujuan pariwisata super prioritas itu. Koordinasi pemerintah pusat dan daerah yang didukung oleh Badan Otorita setiap destinasi merupakan kunci kesuksesan pencapaian ini, ditambah inisiatif Badan Pelaksana untuk menggunakan kewenangan mereka dengan membuat langkah strategis atau kebijakan sendiri.

Badan Pelaksana Otorita Danau Toba tidak banyak melakukan kebijakan sendiri, hanya mengandalkan kebijakan dari pemerintah pusat, BPODT kebanyakan hanya memfasilitasi kebijakan dari pemerintah pusat dan melakukan koordinasi kepada pemerintah daerah. Tercatat mereka hanya melakukan pembangunan *Toba Caldera Resort* sebagai tempat kegiatan di pinggir Danau Toba, kemudian menjadi media dalam pemasaran setiap kegiatan yang ada di sekitar Danau Toba. Menjadi hal yang perlu diteliti apa yang telah mereka lakukan selain tugas koordinatif?,

kalaupun ada mengapa tidak terlihat oleh masyarakat? dan apa kendala yang dialami oleh Badan pelaksana otorita ?

Kegelisahan ini lah yang mendasari saya ingin meneliti dan mendalami mengenai Badan Pelaksana Otorita Danau Toba dan kebijakan atau langkah strategis yang mereka lakukan selama ini, dalam bahasa sederhananya peneliti ingin mengetahui apa yang sudah mereka lakukan sebagai badan “khusus”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah saya adalah “Apa langkah strategis yang telah dilakukan oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah “Mengetahui langkah strategis yang dilakukan oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian, ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan bukti empiris yang dapat digunakan oleh penelitian selanjutnya serta meningkatkan pengetahuan bagi perkembangan ilmu administrasi publik terutama permasalahan strategi kebijakan dalam bidang pariwisata terutama dalam hal peningkatan ekonomi indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan serta mengetahui dan memahami lebih dalam mengenai permasalahan pariwisata terutama dalam pembuatan kebijakannya.

b. Bagi Universitas

Dapat digunakan sebagai referensi, kepustakaan, literatur dalam bidang akademis serta bahan kajian lebih lanjut dalam memecahkan masalah bagi mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik ataupun kalangan lainnya.

c. Bagi Pemerintah/ Instansi Yang Dituju

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi pengambil kebijakan terkait pariwisata super prioritas indonesia.

1.5 Keaslian Dan Posisi Penelitian

Studi literatur saya jalankan untuk memperoleh sekumpulan referensi ilmiah yang mumpuni terkait masalah penelitian yang diangkat. Referensi berupa penelitian-penelitian terdahulu yang terangkum dibawah ini :

- 1) Nurul Annisa Wulandari, Dede Sri Kartini, & Neneng Yani Yuningsih (2021). Akselerasi Pengembangan Destinasi Wisata Danau Toba (Studi Realisasi Prinsip Good Governance Pada Badan Otorita Danau Toba). Dengan hasil penelitian pengembangan objek pariwisata Danau Toba

oleh BPODT masih belum optimal, terlihat kurangnya keterbukaan, informasi dan koordinasi

- 2) Siswati Saragih (2022). Strategi Pengembangan Wisata Halal Pada Daerah Wisata Danau Toba Sumatera Utara. Yang berfokus pada penolakan akan konsep wisata halal pada lokasi wisata Danau Toba karena adanya kekurangpahaman masyarakat tentang arti wisata halal.

Posisi penelitian saya adalah berada disudut pandang yang berbeda dari penelitian sebelumnya, yaitu pada bagian dari kebijakan publik yang lebih spesifiknya pada langkah strategis dalam pengembangan Danau Toba yang bagian dari pariwisata super prioritas Indonesia.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya.

Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit. Mengenai defenisi strategi berikut ini akan disebutkan beberapa defenisi: Menurut Alfred Chandler strategi adalah penetapan

sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut.

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang busa dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi perusahaan sangat tergantung dari tujuan perusahaan, keadaan dan lingkungan yang ada. Strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah pengembangan rencana marketing yang terinci.

2.1.2 Langkah Strategis Kebijakan

Strategi dalam kebijakan public ada beberapa teori yang dapat digunakan dan diperhatikan, diantaranya adalah :

- a) Teori Pilihan Rasional (*Rational Choice Theory*) : Teori ini menyatakan bahwa para pembuat kebijakan secara rasional memilih Langkah-langkah strategis berdasarkan pertimbangan biaya dan manfaat yang diharapkan. Teori bisa memaksimalkan hasil positif dan meminimalkan hasil negatif.

- b) Teori Pilihan Publik (*Public Choice Theory*) : Teori ini berfokus pada bagaimana para pembuat kebijakan public berinteraksi dengan kelompok kepentingan dan bagaimana Langkah-langkah strategis dipengaruhi oleh dinamika politik dan pengaruh kepentingan yang ada.
- c) Teori Advokasi Koalisi (*Advocacy Coalition Framework*) : Teori ini mengemukakan bahwa pembuat kebijakan dan kelompok kepentingan per organisasi dalam koalisi yang berusaha mempengaruhi proses kebijakan.
- d) Teori Inkrementalisme (*Incrementalism*) : Mengemukakan bahwa kebijakan berkembang melalui perubahan bertahap dan incremental, dengan Langkah-langkah strategis yang melibatkan penyesuaian kecil atau modifikasi terhadap kebijakan yang sudah ada.
- e) Teori pendekatan Sistem (*Systems Approach*) : Teori ini menganggap kebijakan publik sebagai system yang kompleks, dengan interaksi berbagai elemen yang saling terkait.
- f) Teori Pengembangan Berkelanjutan (*Sustainable Development Theory*) : Teori ini menekankan perlunya langkah-langkah strategis kebijakan yang berkelanjutan, dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengambilan keputusan.
- g) Teori Transformative (*Transformative Theory*) : Teori ini menyoroti perlunya perubahan yang signifikan dan tranformasional dalam kebijakan publik.

2.1.3 Konsep Pengembangan Pariwisata

a) Transportasi

Transportasi dalam bidang kepariwisataan sangat erat hubungannya dengan aksesibilitas. Aksesibilitas yang dimaksud yaitu frekuensi penggunaan kendaraan yang dimiliki dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta lebih meringankan biaya perjalanan. Menurut Oka. A. Yoeti (1997) bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut. Kondisi transportasi seperti jalan, keberadaan moda angkutan, terminal, stasiun pengisian bahan bakar dan lainnya. Adapun teori menurut James.J.Spilane (1994), ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang berkaitan dengan transportasi yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk berikut ini.

- 1) Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.
- 2) Sistem keamanan harus disediakan di terminal untuk mencegah kriminalitas.
- 3) Suatu sistem standar atau seragam untuk tanda-tanda lalu lintas dan simbol-simbol harus dikembangkan dan dipasang di semua bandar udara.
- 4) Sistem informasi harus menyediakan data tentang informasi pelayanan pengangkutan lain yang dapat dihubungi di terminal termasuk jadwal dan tarif.

- 5) Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.
- 6) Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, dan rute serta pelayanan pengangkutan lokal.
- 7) Peta kota harus tersedia bagi penumpang

b) Atraksi/objek wisata

Menurut Oka.A. Yoeti (1997) ada tiga syarat dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam berbagai pasar, yaitu :

- *Something to see*

Artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.

- *Something to do*

Artinya di tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi yang membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.

- *Something to buy*

Artinya di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

Ketiga syarat tersebut sejalan dengan pola tujuan pemasaran pariwisata, yaitu dengan promosi yang dilakukan sebenarnya hendak mencapai sasaran agar lebih banyak wisatawan datang pada suatu daerah, lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya ditempat yang mereka kunjungi. Menurut Oka.A. Yoeti (2002) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti :

- 1) Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilahnya *Natural Amenities*. Termasuk kelompok ini adalah:
 - a) Iklim contohnya curah hujan, sinar matahari, panas dan salju.
 - b) Bentuk tanah dan pemandangan contohnya pegunungan, perbukitan, panta, air terjun, dan gunung berapi.
 - c) Hutan belukar
 - d) Flora dan fauna yaitu tersedia cagar alam dan daerah perburuan.
 - e) Pusat-pusat Kesehatan misalnya : sumber air mineral, sumber air panas, dan mandi lumpur. Dimana tempat tersebut diharapkan dapat menyembuh berbagai penyakit.
- 2) Hasil ciptaan manusia, bentuk ini dapat dibagi dalam empat produk wisata yang berkaitan dengan tiga unsur penting yaitu sejarah, budaya, dan agama.
 - a) Monument bersejarah dan sisa peradaban masa lampau seperti artifak dan situs
 - b) Museum, Gedung kesenian, perpustakaan, kesenian rakyat dan kerajinan tangan
 - c) Acara tradisional, pameran, festival, upacara adat, upacara keagamaan.

d) Rumah-rumah ibadah, seperti masjid, gereja, candi, kuil.

Menurut James.J.Spilane (1994), atraksi merupakan pusat industri pariwisata. Menurut pengertiannya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan wisata adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri-ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah:

- 1) Keindahan alam
- 2) Iklim dan cuaca
- 3) Kebudayaan
- 4) Sejarah
- 5) *Ethnicity* atau sifat kesukuan
- 6) Aksesibilitas atau kemampuan atau kemudahan berjalan atau ketempat tertentu

Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa ada tiga jenis atraksi wisata, yaitu benda yang sudah tersedia di alam, hasil ciptaan manusia dan tata cara hidup dalam masyarakat.

c) Fasilitas Pelayanan

Menurut Oka.A.Yoeti (1997) fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan Kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operation* (disebut juga pelayanan

penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya : restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, informasi wisata, fasilitas pelayanan Kesehatan, fasilitas keamanan umum (kantor polisi dan pemadam kebakaran), pos penjagaan, rambu-rambu peringatan dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar.

d) Informasi dan Promosi

Menurut Oka.A.Yoeti (1997) hal pendukung adalah publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leafles/brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan pariwisata di wilayahnya dan harus menjalankan kebijakan yang paling menguntungkan bagi daerah dan wilayahnya, karna fungsi dan tugas dari organisasi pariwisata pada umumnya :

- 1) Berusaha memberikan kepuasan kepada wisatawan kedaerahannya dengan segala fasilitas dan potensi yang dimilikinya.
- 2) Melakukan koordinasi diantara bermacam-macam usaha, Lembaga, instansi dan jawaban yang ada dan bersetujuan untuk mengembangkan industri pariwisata.
- 3) Mengusahakan masyarakat pengertian pariwisata pada orang banyak, sehingga mereka mengetahui untung dan ruginya bila pariwisata dikembangkan sebagai suatu industri.

- 4) Mengadakan program riset yang bertujuan untuk memperbaiki produk wisata dan pengembangan produk-produk baru guna dapat menguasai pasaran diwaktu yang akan datang

2.1.4 Pariwisata Super Prioritas

Pengertian Pariwisata Super Prioritas

Destinasi Super Prioritas merupakan bagian dari program “10 Bali Baru” yang dicanangkan Pemerintah. Nantinya, destinasi destinasi tersebut tak hanya dapat menjadi daya tarik wisatawan saja, namun juga menumbuhkan ekosistem ekonomi kreatif yang melibatkan warga setempat. Kemudian, dari 10 Destinasi Wisata Prioritas tersebut, pada 2019 dikerucutkan menjadi empat Destinasi Pariwisata Super Prioritas yakni Danau Toba, Borobudur, Labuan Bajo, dan Mandalika. Dan yang terakhir adalah Likupang, sehingga menjadi lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas yang tengah gencar dikembangkan oleh Pemerintah. Setiap destinasi bahkan juga memiliki keunggulan masing-masing bagi para wisatawan. Hal ini dikarenakan pemerintah mempertimbangkan bahwa jika ingin membangun itu harus fokus.

Ada enam arahan Presiden Jokowi terkait pengembangan Lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas.

- a) Pertama, terkait tata ruang, ia meminta dilakukan pengaturan dan pengendalian tata ruang.
- b) Arahan yang kedua terkait akses dan konektivitas di terminal, bandara, dan runway pesawat. Selain itu juga yang harus diperhatikan menurutnya adalah konektivitas jalan menuju ke tujuan wisata, dermaga dan pelabuhan

Pelabuhan.

- c) Arahannya adalah fasilitas di lokasi wisata, di mana perlu dilakukan penataan pedagang kaki lima, restoran-restoran kecil, dan toilet (standar bintang empat).
- d) Aspek Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi arahan Jokowi yang keempat. Menurutnya perlu dilakukan training/ pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM. Arahannya Jokowi terkait SDM ini juga dalam hal budaya kerja, budaya melayani, dan budaya kebersihan.
- e) Pemasaran produk lokal menjadi arahan Presiden yang kelima.
- f) Arahannya Jokowi yang keenam yakni promosi Lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas tersebut secara besar-besaran secara integrasi (BPIW Kementerian PUPR, 2020).

Faktor Pendukung Destinasi Wisata Super Prioritas Nasional

Pemerintah saat ini sedang memfokuskan pengembangan pariwisata super prioritas di lima (5) lokasi wisata, yakni Danau Toba (Sumatera Utara), Borobudur (Jawa Tengah), Mandalika (NTB), Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), dan Likupang (Sulawesi Utara). Wisata sudah menjadi industri bidang tersendiri yang potensial untuk dikembangkan oleh negara-negara lain di dunia khususnya yang tidak memiliki sumber daya alam melimpah. Oleh karena itu, yang perlu diupayakan untuk mewujudkan pertumbuhan pariwisata dengan baik adalah dengan adanya partisipasi aktif stakeholder. Peran semua pemangku kepentingan (stakeholder) pembangunan dan pemerintah daerah berperan dalam rangka untuk memperbaiki lingkungan usaha yang menjadi lokasi wisata super prioritas ini guna

mempengaruhi daya saing nasional dan daerah. Partisipasi aktif ini juga merupakan modal sosial dalam pembangunan ekonomi daerah dalam pembangunan industri wisata. Pemda dalam hal ini dapat berperan didalam memfasilitasi lintas pelaku pendukung industri wisata. Pemerintah daerah dapat membentuk tim lintas disiplin seperti perguruan tinggi, LSM, lembaga pengembang teknologi, ahli pemasaran, dan masyarakat lokal.

Lokasi yang menjadi destinasi wisata super prioritas ini harus menjadi sentra bagi bidang lainnya dan adanya keterkaitan dengan industri pendukung wisata sehingga menjadi suatu kluster industri wisata sendiri. Pembangunan Industri wisata harus menekankan pada prinsip partnership. Tidak hanya menekankan pembangunan lokasi wisata tetapi juga harus memperkuat partnership antara industri wisata yang menjadi lokasi destinasi wisata super prioritas. Pembangunan lokasi wisata super prioritas ini, harus mendasarkan pada latar belakang budaya dan kondisi alam daerah, salah satu contohnya adalah partisipasi dan koordinatif aktif pemerintah daerah dan masyarakatnya.

Dengan menjadikan sasaran utama pembangunan perdesaan, dengan membangkitkan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan skala dan ukuran perdesaan tersebut, di samping untuk mengurangi rasa ketergantungan masyarakat desa yang terlalu tinggi terhadap pemerintah daerah dan perlu menciptakan inisiatif dan semangat revitalisasi dalam masyarakat desa. Oleh karena itu, pembangunan destinasi wisata super prioritas menanganinya harus secara mendalam, antara lain mulai dari pemetaan masalah, pembangunan infrastruktur, meperkuat jaringan akses pendanaan sehingga melakukan inovasi untuk mengembangkan produktivitas.

Hanya saja, keberhasilan pembangunan destinasi wisata sangat tergantung kepada efektivitas hubungan kerja sama pemerintah pusat, daerah dan dunia usaha. Tanpa kerja sama dan komitmen yang tinggi bersama pelaku usaha swasta yang bergerak dalam pembangunan wisata di Indonesia.

2.1.5 Teori Pembangunan Daerah

Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakat mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi dalam wilayah tersebut (Arsyad, 1999). Secara umum tujuan pembangunan ekonomi adalah sebagai berikut: pertama, mengembangkan lapangan kerja bagi penduduk yang ada sekarang. Kedua, mencapai peningkatan ekonomi daerah. Ketiga, mengembangkan basis ekonomi dan kesempatan kerja yang beragam.

Dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi daerah, perlu adanya strategi pengembangan ekonomi daerah yang baik dan terarah agar tercapai tujuan dan sasaran yang diinginkan. Keberhasilan dalam pertumbuhan ekonomi sendiri erat kaitannya dengan strategi pembangunan ekonomi. Strategi pembangunan daerah dapat dikelompokkan menjadi 4 kelompok (Arsyad, 1999) :

1. Strategi pengembangan fisik dan lokalitas

Dilakukan dengan program perbaikan kondisi fisik atau lokalitas daerah untuk kepentingan pembangunan industry dan perdagangan. Tujuannya

untuk menciptakan identitas daerah atau kota, memperbaiki basis pesona atau kualitas hidup masyarakat dan memperbaiki dunia usaha daerah.

2. Strategi pengembangan dunia usaha

Pengembangan dunia usaha merupakan komponen penting dalam perencanaan pembangunan ekonomi daerah karena daya tarik, kreasi, atau daya perekonomian daerah yang sehat.

3. Strategi pengembangan SDM

Sumber daya manusia merupakan aspek yang paling penting dalam proses pembangunan ekonomi.

4. Strategi pengembangan ekonomi masyarakat

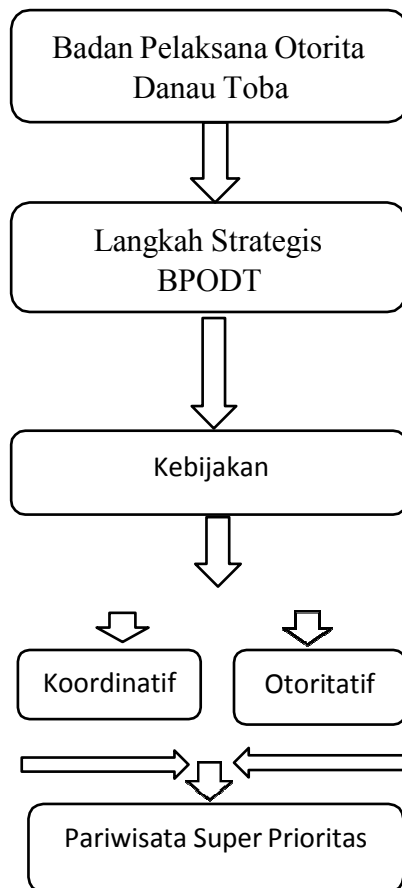
Kegiatan pembangunan masyarakat ini merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mengembangkan suatu kelompok masyarakat di suatu daerah atau dikenal dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah untuk menciptakan manfaat sosial. Misalnya, melalui penciptaan proyek-proyek padat karya untuk memenuhi kebutuhan hidup atau memperoleh keuntungan dari usahanya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sari Bandaso Tandilino, 2022 Identifikasi Desa Wisata Tematik Dalam Rangka Mendukung Destinasi Wisata Super Premium Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur.	Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif	Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi desa wisata tematik di 30 lokasi dengan teknik pengumpulan data melalui site visit sekaligus FGD kepada 140 pengelola desa wisata tematik sebagai responden dan mengolahnya menggunakan teknik analisa data kualitatif berupa penyajian dalam bentuk matriks, grafik, dan bagan
2.	Siswati Saragih, 2022 Strategi Pengembangan Wisata Halal Pada Daerah Wisata Danau Toba Sumatera Utara.		Penolakan akan konsep Wisata Halal pada lokasi wisata Danau Toba karena adanya kekurangpahaman masyarakat tentang arti wisata halal
3.	Refiana, D. (2019). Pemasaran Glamorous Camping De'loano melalui media sosial oleh badan pelaksana otorita Borobudur.	Penelitian Kualitatif	Pemanfaatan media sosial dalam hal melakukan pemasaran Glamorous Camping De'Loano sudah efektif dan sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju. Sedangkan kendala yang dihadapi admin pemegang akun-akun media sosial Glamorous Camping De'Loano hanya satu orang dan masih adanya keraguan dari masyarakat pada kualitas Glamorous Camping De'Loano dengan harga yang ditawarkan.
4	Nurul Annisa Wulandari, Dede Sri Kartini, & Neneng Yani Yuningsih (2021). Akselerasi Pengembangan Destinasi Wisata Danau Toba (Studi Realisasi Prinsip Good Governance Pada Badan Pelaksana Otorita Danau Toba).	Penelitian Kualitatif	Pengembangan objek pariwisata Danau Toba oleh BPODT masih belum optimal, terlihat kurangnya keterbukaan, informasi dan koordinasi.

2.3 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif, pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu dengan mengkaji data yang terkumpul, mempelajari data, menelaah dan menyusun dalam satu-satuan. Dari data dan informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini, maka penulis mencoba untuk menggambarkan bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh badan pelaksana otorita danau toba.

Deskriptif kualitatif menurut pendapat Sugiono (2005) yang mengartikan bahwa penelitian kualitatif lebih cocok digunakan untuk jenis penelitian yang memahami tentang fenomena sosial dari perspektif partisipan. Secara sederhana, dapat pula diartikan sebagai penelitian lebih cocok digunakan untuk meneliti kondisi atau situasi si objek penelitian. Dengan demikian penelitian ini hanya menggambarkan bagaimana langkah strategis yang dilakukan oleh badan pelaksana otorita danau toba.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Kantor Badan Pelaksana Otorita Danau Toba, Jl. Kapten Patimura No.125, Darat, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20153. Waktu penelitian ini dimulai bulan April-Juli 2023.

3.3 Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memahami informasi objek penelitian dan dapat memberikan informasi kepada peneliti untuk mendapatkan informasi.

Adapun informan penelitian ini adalah :

- A) Informan Kunci : Bapak Jimmy B. Panjaitan (Direktur Utama)
- B) Informan Utama : Bapak Bambang Cahyo Murdoko (Direktur Keuangan, Umum, dan Komunikasi Publik)
- C) Informan Tambahan : Bapak Anderson Situmeang (Kepala Divisi Komunikasi Publik), dan Struktural BPODT lainnya.

3.4 Teknik Pengumpulan dan Jenis Data

Menurut (Maryadi dkk, 2010) Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif merupakan teknik yang mungkin diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama. Menurut (Sugiyono, 2005) “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan dapat disimpulkan bahwa pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan dari narasumber dengan menggunakan banyak waktu. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti sangat diperlukan dalam suatu penelitian ilmiah. Adapun teknik pengumpulan dan jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Teknik pengumpulan data primer, yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode antara lain :

a. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2010) pengertian wawancara sebagai berikut :

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari.

2. Teknik pengumpulan data sekunder, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui data atau bahan yang sudah ada sebelumnya yang kemudian digunakan kembali untuk data primer. Teknik pengumpulan data sekunder dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

a. Studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah serta pendapat para ahli yang berkompetisi serta memiliki referensi dengan masalah yang akan diteliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Secara umum, pengertian analisis data adalah langkah mengumpulkan, menyeleksi, dan mengubah data menjadi sebuah informasi. Kemudian analisis data juga merupakan proses inspeksi, pembersihan dan pemodelan data dengan tujuan menemukan informasi yang berguna, menginformasikan kesimpulan dan mendukung pengambilan keputusan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Pada analisis pertama maka dilakukan pengumpulan data dengan hasil wawancara dan berbagai dokumen berdasarkan kategori yang sesuai dengan masalah-masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui penacarian data selanjutnya.

b. Reduksi Data

Peneliti melakukan perangkuman dengan memilih dan memilah data dan hal-hal yang pokok dan penting. Caranya ialah peneliti menulis ulang catatan-catatan di lapangan yang dibuat (ketika wawancara). Apabila wawancara direkam, maka dilakukan transkrip hasil rekaman terlebih dahulu, selanjutnya melakukan pemilihan informasi yang penting dan tidak penting dengan cara memberi tanda-tanda, kemudian penggalan bahan tertulis yang penting yang sesuai dengan yang

dicari, dan penulis Reduksi Data Pengumpulan Data Penyajian Data Penarikan kesimpulan menginterpretasikan apa yang disampaikan oleh informan atau dokumen dalam penggalan tersebut.

c. Penyajian Data

Data yang telah disusun dari hasil reduksi, kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif. Penyajian data merupakan upaya penyusunan sekumpulan informasi ke dalam suatu matrik atau bentuk yang mudah dipahami adalah cara yang paling penting dan utama dalam menganalisis data kualitatif yang valid.

d. Penarikan Kesimpulan

Setelah dilakukan penyajian data, tahap akhir peneliti melakukan penarikan kesimpulan dari temuan data yang peneliti dapat dari lapangan. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan sebagai hasil wawancara atau dokumen. Setelah kesimpulan diambil, untuk memastikan tidak ada kesalahan data, peneliti kemudian mengecek ulang proses reduksi dan penyajian data.