

**STRATEGI PENGEMBANGAN DIRA KENCONG DALAM MENCAPAI
KEUNGGUNALAN KOMPETITIF PARIWISATA DI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI



Oleh :

Arik Krisdianti
NIM. E20152136

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
2019**

**STRATEGI PENGEMBANGAN DIRA KENCONG DALAM MENCAPAI
KEUNGGUNALAN KOMPETITIF PARIWISATA DI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Istitut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Arik Krisdianti
NIM. E20152136

Dosen Pembimbing :

Siti Masrohatin, S.E., M.M.
NIP : 19780612 200912 2 001

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
2019**

**STRATEGI PENGEMBANGAN DIRA KENCONG DALAM MENCAPAI
KEUNGGULAN KOMPETITIF PARIWISATA DI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Istitut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Disusun oleh :

Arik Krisdianti
NIM. E20152136

Disetujui Pembimbing :



Siti Masrohatin, S.E., M.M.
NIP : 19780612 200912 2 001

**STRATEGI PENGEMBANGAN DIRA KENCONG DALAM MENCAPAI
KEUNGGUNAN KOMPETITIF PARIWISATA DI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Senin

Tanggal: 30 Desember 2019

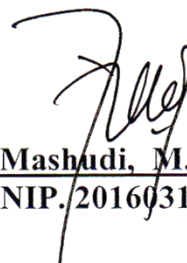
Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Toton Fanshurna, S.Th.I., M.E.I
NIP. 19811224 201101 1 008



Mashudi, M.EI
NIP. 201603134

Anggota:

1. Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M.E.I
2. Siti Masrohatin, S.E., M.M



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

17/1 '20

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹(Q.S An-Nisa’: 29)

IAIN JEMBER

¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah & Tajwid* (Bandung: Sy9ma Creative Media Corp, 2014), 83.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orangtuaku sebagai motivator serta penyemangat terbesarku yang tak pernah lelah mendo'akan dan memberikan dukungan, terimakasih atas pengorbanan dan kesabaran mendidiku.
2. Kakakku yang selalu membantu selama penyelesaian skripsi ini, terimakasih atas dukungannya.
3. Keluarga besar tersayang kakek, nenek, bude, pakde, kakak sepupu, adek sepupu yang selalu menyemangati dan mendo'akanku.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya, Almamaterku IAIN Jember serta semua pihak yang turut memberikan semangat dan do'a.
5. Danang Apri Kautsar, S.E., terimakasih sudah sabar dan memberi selalu memberi semangat serta do'a.
6. Teman-teman ES4 Ekonomi Syariah tercinta yang saling memberikan dukungan dan saling memotivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.

IAIN JEMBER

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan Syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT., Tuhan semesta alam, atas segala karunia, rahmat, hidayah dan taufik-Nya, penulis memiliki kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini meskipun penyusun mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna.

Shalawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada Rasulullah SAW., keluarga-Nya, para sahabat-Nya, dan semua penganut ajaran-Nya. Semoga kita termasuk orang-orang yang mendapatkan syafaat-Nya, amin.

Dalam penulisan skripsi ini, tidak akan terwujud secara baik tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari pihak-pihak lain. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M, selaku Dosen Penasehat Akademik.
3. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah Institut Agama Negeri Islam Jember.
5. Ibu Siti Masrohatin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing.

6. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Jember yang telah memberikan ilmunya, dan memberikan semangat untuk bisa meraih cita-cita dan masa depan yang cerah.
7. Serta semua pihak yang tidak mungkin tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sangat membangun sangat penulis harapkan.

Jember, 30 Desember 2019
Penulis,



ABSTRAK

Arik Krisdianti. 2019. *Strategi Pengembangan Dira Kencong Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata Di Kabupaten Jember.*

Pembangunan Dira Kencong bisa dikatakan baru namun Dira Kencong harus mampu bersaing dengan yang lainnya. Melihat kondisi saat ini bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang meningkat, maupun perkembangan teknologi yang pesat, menjadikan sebuah tantangan bagi Dira Kencong maka dari itu perlu menerapkan strategi yang lebih tepat untuk mengembangkan usaha agar bisa memenangkan persaingan.

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini, yaitu: 1) Bagaimana strategi pengembangan pada Dira Kencong di Kabupaten Jember?, 2) Bagaimana Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember?.

Tujuan penelitian ini, yaitu: 1) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan pada Dira Kencong di Kabupaten Jember, 2) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif, jenis penelitian menggunakan *descriptive research* (penelitian deskriptif). Lokasi penelitian di Jalan Krakatau No.93 Desa/Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi pengembangan Dira Kencong di Kabupaten Jember dalam beberapa aspek yaitu Wisatawan (Tourist), meliputi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Transportasi, Dira Kencong belum ada transportasi untuk wisatawan. Atraksi/Obyek Wisata, berenang, berbelanja, foto selfi, kuliner, dan bermain di wahana-wahana. Fasilitas Pelayanan, seperti akomodasi (*Dira Cafe*, *Dira Shopping Center*, *Dira Hotel*, tempat hiburan (*Dira Hall* dengan *life music* di hari *weekend*), Pos Keamanan, Tempat Parkir, Mushola, dan sarana kebersihan (tempat sampah). Informasi dan Promosi, menggunakan *banner* atau baliho, media sosial yaitu *Facebook*: Dira Kencong dan *Instagram*: @dirakencongshoppingcentre. 2) Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember yaitu menggunakan strategi Diferensiasi.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

Arik Krisdianti. 2019. Development Strategy of Dira Kencong in Achieving Competitive Advantage of Tourism in Jember Regency.

The construction of Dira Kencong can be said to be new but Dira Kencong must be able to compete with others. Seeing the current conditions that in the face of increasingly fierce competition both because of growing competition, increasing product volume, and rapid technological development, making a challenge for Dira Kencong, therefore it is necessary to implement more appropriate strategies to develop businesses in order to win competition.

The focus of research examined in this thesis, namely: 1) What is the development strategy of the Dira Kencong in Jember Regency ?, 2) How does Dira Kencong achieve competitive advantage in Tourism in Jember Regency ?.

The purpose of this study, namely: 1) To find out and describe the development strategy of the Dira Kencong in Jember Regency, 2) To find out and describe the Dira Kencong in achieving the competitive advantage of Tourism in Jember Regency.

In this study the method used by researchers is qualitative research. Qualitative research methods and types of research using descriptive research (descriptive research). The location of the study was in Krakatau Street No.93 Desa / Kecamatan Kencong Jember Regency Data collection techniques using the method of observation, interviews (interviews), and documentation. Activities in data analysis, namely data reduction, data display, and conclusion drawing / verification. The validity of the researchers' data uses source triangulation.

The results showed that: 1) The development strategy of Dira Kencong in Jember Regency in several aspects, namely Tourist, includes domestic and foreign tourists. Transportation, Dira Kencong there is no transportation for tourists. Attractions / Attractions, swimming, shopping, selfies, culinary, and playing on rides. Service facilities, such as accommodation (Dira Cafe, Dira Shopping Center, Dira Hotel, entertainment venues (Dira Hall with live music on weekends), Security Posts, Parking lots, prayer rooms, and cleaning facilities (rubbish bins). Information and Promotion, using banner or billboard, social media namely Facebook: Dira Kencong and Instagram: @dirakencongshoppingcentre 2) Dira Kencong in achieving the competitive advantage of Tourism in Jember Regency using the Differentiation strategy.

Keywords: Development Strategy, Competitive Advantage

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	32
1. Strategi Pembangunan Pariwisata	32
a. Definisi Strategi Pengembangan Pariwisata	32

b. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Pariwisata	32
c. Aspek-Aspek Pengembangan Pariwisata.....	35
2. Keunggulan Kompetitif.....	38
a. <i>Cost Leadership</i>	39
b. Diferensiasi	39
c. Fokus	39
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Subyek Penelitian.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
E. Analisis Data	51
F. Keabsahan Data.....	53
G. Tahap-Tahap Penelitian	54
 BAB IV PENYAJIAN DATA	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
1. Sejarah Singkat Dira Kencong.....	56
2. Moto, Visi, dan Misi Pengelola RTH Maron.....	57
3. Struktur Organisasi Dira Kencong.....	58
B. Penyajian Data dan Analisis.....	61
1. Strategi Pengembangan Dira Kencong di Kabupaten Jember	61
2. Dira Kencong dalam mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember.....	70

C. Pembahasan Temuan.....	77
1. Strategi Pengembangan Dira Kencong di Kabupaten Jember	77
2. Dira Kencong dalam mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	85
B. Saran-saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2.2 Strategi Bersaing Generik dari Porter	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Wisatawan dan Fasilitas yang diperlukan	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dira Kencong	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dengan didukung sumber daya alam yang beranekaragam yang berpotensi untuk diolah dan dimanfaatkan. Selain itu negara Indonesia juga kaya akan seni budaya daerah, adat istiadat, peninggalan sejarah terdahulu dan yang tidak kalah menarik adalah keindahan panorama alamnya yang cukup potensial untuk dikembangkan dengan baik. Ternyata pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional.¹

Provinsi Jawa Timur yang merupakan salah satu provinsi di Indonesia juga memiliki banyak sekali tempat-tempat pariwisata yang bagus dan tidak kalah menarik dengan provinsi yang lain. Kabupaten Jember sebagai salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata cukup banyak dengan prospek ke depan sangat menjanjikan. Beberapa wisata yang ada di Kabupaten Jember dapat digolongkan menjadi 7 yaitu wisata alam, wisata belanja, wisata edukasi, wisata sejarah, wisata buatan, wisata budaya, dan wisata religi.²

Menurut Suryono strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan: kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-prasarana. Strategi selalu berkaitan

¹ Yoeti, Oka, A., *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata* (Jakarta: Pradaya Pratama, 2008), 4.

² <http://www.jemberkab.go.id/#>

dengan 3 hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.³

Setiap perusahaan mempunyai strategi dalam berusaha. Namun bisa terjadi seorang pemimpin perusahaan tidak menyadarinya. Strategi merupakan tindakan yang bersifat *continue* dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Sehingga dibutuhkan kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumsi para konsumen yang didukung oleh kompetensi inti (*core competencies*) perusahaan tersebut.⁴

Menurut Michael Porter dalam bukunya Subeki Ridhotulloh dan Mohammad Jauhar mengajukan empat unsur pokok yang berkaitan dengan lingkungan (faktor keunggulan bersaing) agar bisa tetap kompetitif dalam ekonomi global, yakni: (1) Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan. Persaingan domestik mendorong inovasi dan pengembangan keunggulan bersaing. (2) Kondisi permintaan. Bila pelanggan meminta maka perusahaan harus menanggapi dengan produk dan jasa bermutu tinggi dan inovatif. (3) Faktor kondisi. Ini adalah komponen-komponen yang terkait dalam menghasilkan barang-barang dan jasa seperti para pekerja terampil,

³ Suryono Agus, *Pengantar Teori Pembangunan* (Malang: Universitas Negeri Malang, 2004), 80.

⁴ Dewi Aulia dan Andri Ikhwana, *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus Di Pabrik Sutra Tiga Putra)*, (Jurnal: Sekolah Tinggi Teknologi Garut, Vol.10 No.1 2012).

infrastruktur ekonomi, dan adanya bahan-bahan mentah atau sumber daya alam. (4) industri terkait dan pendukung. Ini juga merupakan kemampuan untuk menyediakan sumber daya input dan jasa yang diperlukan untuk mendukung produksi barang.⁵

Keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif (*competitive advantages*) merupakan sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari pesaingnya. Melalui perspektif strategis, kunci bagi kesuksesan bisnis yaitu pengembangan keunggulan kompetitif yang unik, adalah keunggulan yang menghasilkan hal yang susah untuk ditiru oleh para pesaing dan nilai bagi para pelanggan. Perusahaan yang mempunyai keunggulan kompetitif akan mampu mencapai laba diatas rata-rata dan akan menjadi pemimpin dalam pasarnya.⁶

Seorang muslim akan memandang bahwa bisnis hanyalah sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mencari karunianya yang tersebar diseluruh penjuru bumi. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar memenangkan “persaingan”. Bagi seorang muslim persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik, terbaik dalam produk yang bermutu, harga bersaing “tidak membanting harga, maupun merugikan

⁵ Subeki Ridhotulloh dan Mohammad Jauhar, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2015), 70.

⁶ Putu Pratama Adiputra dan Kastawan Mandala, *Pengaruh Kompetensi Dan Kapabilitas Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan* (Jurnal: Universitas Udayana (Unud), Bali Vol. 6, No. 11, 2017).

komsumen”, dan dengan pelayanan total.⁷ Firman Allah SWT Dalam Al-Qur’an Surat an-Naba’ 10-11:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا {10} وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا {11}

Artinya: “Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.”⁸

Dalam Al-Qur’an Surat an-Naba’ 10-11 dijelaskan bahwa dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana Allah telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.⁹

Manajer perlu menentukan bagaimana perusahaan bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang tidak hanya unik dan berharga, tetapi juga sulit ditiru atau dicari substitusinya sehingga mampu bertahan lama. Keunggulan kompetitif yang mampu bertahan lama biasanya didapatkan dengan melakukan aktivitas berbeda dengan apa yang dilakukan pesaing, atau melakukan aktivitas yang sama dengan cara yang berbeda.¹⁰

Dira Kencong yang merupakan salah satu dari sekian banyak destinasi wisata kolam renang yang terletak di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Dira Kencong mempunyai potensi untuk dikembangkan,

⁷ Anis Sholihah, *Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo* (Skripsi: UIN Walisongo, 2015).

⁸ Al-Qur’an Surat An-Naba’ ayat 10-11.

⁹ Anis Sholihah, *Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo* (Skripsi: UIN Walisongo, 2015).

¹⁰ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV ANDI OFSET, 2016), 4.

karena Dira Kencong adalah destinasi wisata kolam renang menawarkan wahana sensasi bermain air yang seru, karena terdapat kolam utama yang luas, kolam lagi berukuran lebih kecil, wahana permainan air dan di sekeliling kolam terdapat banyak tempat untuk bersantai.

Tempat wisata ini begitu lengkap, jadi tidak hanya fokus pada wahana air, melainkan berbagai wahana lain juga disediakan disini untuk memanjakan pengunjung. Bahkan ketika liburan panjang seperti natal atau liburan akhir tahun dan liburan sekolah Dira Kencong sangat padat wisatawan. Jadi selain wisata kolam renang (*Waterpark*) juga menyediakan pembelanjaan (*Shopping Center*), , *Cafe*, Hotel, dan wisata malam seperti DFN (*Dira Funtastic Night*) yang memiliki keindahan arsitektur Eropa dan Dira *Lampion Garden* yang berbeda dengan Dira yang lain seperti Dira Ambulu dan Dira Balung milik Dira Group.

Salah satu pengunjung warga asal Kasiyan Jember yang bernama Santi mengatakan bahwa dia bersama keluarganya berwisata untuk mengisi libur akhir tahun dan memilih Dira Kencong karena merasa tempat ini nyaman untuk wisata keluarga.¹¹ Berbeda dengan Santi, pasangan muda-mudi Andre dan Evi datang ke tempat wisata ini untuk berwisata kuliner. Mereka mengatakan bahwa kafe yang ditawarkan bagus dan nyaman.¹² Wakil Manajer Divisi *Waterpark*, Agus Bambang merasa bersyukur, meski baru berjalan sekitar 6 bulan sudah dapat diterima oleh masyarakat, dan *trend* pengunjungnya semakin meningkat pada libur akhir tahun ini. Harga tiket

¹¹ Santi, Wawancara, Dira Kencong, 29 Desember 2018.

¹² Andre dan Evi, Wawancara, Dira Kencong, 29 Desember 2018.

kami tidak naik alias sama seperti biasanya yaitu Rp. 20.000 untuk masuk ke area kolam renang. Semenjak memasuki liburan sekolah, banyak rombongan pengunjung dari sekolah yang datang berwisata dan bagi pengunjung dalam jumlah besar (rombongan), jadi untuk rombongan pelajar minimal 50 siswa dan untuk rombongan umum minimal 100 orang, mendapatkan diskon potongan tiket Rp. 2000 perorangnya.¹³

Pembangunan Dira Kencong bisa dikatakan baru namun Dira Kencong harus mampu bersaing dengan yang lainnya. Melihat kondisi saat ini bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang meningkat, maupun perkembangan teknologi yang pesat, menjadikan sebuah tantangan bagi Dira Kencong maka dari itu perlu menerapkan strategi yang lebih tepat untuk mengembangkan usaha agar bisa memenangkan persaingan.¹⁴

Dengan adanya persaingan, maka wirausahawan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam usaha yang akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kelangsungan hidup usaha. Untuk itu setiap wirausaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga mampu bersaing dengan dunia bisnis lainnya dan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahan dan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Dengan demikian para wirausaha

¹³Agus Bambang, Wawancara, Dira Kencong, 29 Desember 2018.

¹⁴Tommy Nurdansyah, Wawancara, Dira Kencong 20 Maret 2019.

dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan.¹⁵

Dengan dari beberapa data yang ada, peneliti merasa tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pengembangan Dira Kencong Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata Di Kabupaten Jember”** yang diharapkan dapat membantu lebih meningkatkan dan mengembangkan Dira Kencong.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan pada Dira Kencong di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian merupakan faktor penting dalam penelitian dan tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Mengacu pada permasalahan yang ada pada fokus penelitian maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

¹⁵Novy Anjar Muslikah, Andi Tri Haryono, dan Cicik Harini, *Pengaruh Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Dengan Kinerja Usaha (Pengusaha) Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada UKM Mebel di Desa Kembang Kab. Jepara)* (Jurnal: Universitas Pandanaran Semarang).

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pengembangan pada Dira Kencong di Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau kontribusi dan sumbangsih pengetahuan untuk memperkaya ilmu dan pengetahuan. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis. Pada dasarnya suatu penelitian akan lebih berguna apabila dapat dipergunakan oleh semua pihak.¹⁶ Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam, dan memperluas pengetahuan keilmuan yang terkait dengan strategi pengembangan Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

- 1) Memberikan informasi dan kontribusi yang berguna untuk pengembangan penelitian terutama dalam hal strategi pengembangan dalam mencapai keunggulan kompetitif.

¹⁶Tim Revisi IAIN Jember, *Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

- 2) Menambah wawasan dan kemampuan berpikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang telah diterima kedalam penelitian yang sebenarnya.

b. Bagi lembaga yang diteliti

- 1) Menjadi bahan masukan atau saran dalam pengembangan Dira Kencong.
- 2) Menjadi bahan masukan atau saran bagi Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif .
- 3) Dapat dijadikan sebagai sarana untuk menyusun strategi pengembangan pada lembaga terkait.

c. Bagi IAIN Jember

- 1) Sebagai bahan perbandingan atau pustaka bagi peneliti yang melakukan penelitian sejenisnya.
- 2) Diharapkan menghasilkan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti. Adapun definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan

Strategi ialah rencana yang disatukan, strategi mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi yang menyeluruh, strategi meliputi

semua aspek penting perusahaan. Strategi itu terpadu, semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian.¹⁷

2. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) – sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikannya posisi unik di pasar sehingga lebih unggul daripada pesaingnya.¹⁸

Jadi yang dimaksud Strategi Pengembangan Dira Kencong Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata Di Kabupaten Jember adalah suatu proses atau rencana dalam peningkatan dan pengembangan yang dilakukan Dira Kencong sehingga mampu bersaing dan dapat mencapai keunggulan kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember.

¹⁷ Erly Suandy, *Perencanaan Pajak Edisi 4* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 2.

¹⁸ Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, dan Doug Wilson, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 116.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Studi pustaka perlu dikaji terlebih dahulu untuk menguasai teori yang relevan dengan topik atau masalah penelitian yang dipakai. Sehubungan dengan penelitian ini, ada beberapa kajian penelitian terdahulu yang menjadi pijakan peneliti agar tidak terjadi kesamaan judul dan fokus masalah. diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Widodo Sitohang,¹⁸ Tahun 2014. Penelitian yang berjudul “*Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Samosir (Studi Pada Dinas Pariwisata, Seni, Dan Budaya Kabupaten Samosir)*”.

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana strategi dinas pariwisata, seni, dan budaya dalam meningkatkan PAD Kabupaten Samosir. Yang kedua, bagaimana upaya yang dilakukan dalam pengembangan sektor pariwisata dalam meningkatkan PAD Kabupaten Samosir. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik

¹⁸ Widodo Sitohang, *Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Samosir (Studi Pada Dinas Pariwisata, Seni, Dan Budaya Kabupaten Samosir* (Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2014).

observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi dinas pariwisata, seni, dan budaya dalam meningkatkan PAD Kabupaten Samosir sudah baik tetapi belum cukup optimal. Kemudian pemerintah sudah melakukan berbagai upaya penataan dan pengembangan wisata, seni, dan budaya, promosi, sadar wisata/sosialisasi kepada masyarakat/pengusaha wisata, menetapkan peraturan daerah pengutipan retribusi memasuki tempat wisata, serta kerjasama dengan pihak lain.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada Dinas Pariwisata, Seni, Dan Budaya Kabupaten Samosir dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

2. Nur Azrima,¹⁹ Tahun 2016. Penelitian yang berjudul “*Strategi Peningkatan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar*”.

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana strategi Usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. Yang kedua, bagaimana peningkatan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat melalui Usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan sosial ekonomi masyarakat melalui usaha tambak yaitu strategi perawatan dan pemasaran di Desa Sungai Jalau berjalan lancar yang bisa dilihat dari pendapatan yang diperoleh petani tambak dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari, menyekolahkan anak serta membantu pembangunan desa baik fisik maupun non fisik seperti anak yatim,

¹⁹ Nur Azrima, *Strategi Peningkatan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar* (Skripsi: (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, 2016).

masjid, pendidikan dan sebagainya. Peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat telah terlaksana secara optimal, namun peningkatan kualitas peningkatan pelayanan terhadap masyarakat dan pembeli belum berjalan secara optimal.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

3. Azizati Rahmania,²⁰ Tahun 2016. Penelitian yang berjudul ***“Pengembangan Wisata Alun-alun Kota Malang Perspektif Masalah Mursalah”***.

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana pandangan masyarakat terkait pengembangan wisata alun-alun Kota Malang perspektif masalah mursalah. Yang kedua, bagaimana pengembangan wisata alun-alun Kota Malang perspektif masalah mursalah. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan

²⁰ Azizati Rahmania, *Pengembangan Wisata Alun-alun Kota Malang Prespektif Masalah Mursalah* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulan Malik Ibrahim Malang Tahun, 2016).

Descriptive Research (penelitian deskriptif). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini memperoleh dua kesimpulan, yang pertama, pandangan masyarakat terkait pengembangan alun-alun kota Malang adalah berdampak positif bagi masyarakat. Kedua, ditinjau dari segi masalah mursalahnya pengembangan wisata alun-alun kota Malang juga berkembang secara positif.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian di Alun-alun Kota Malang dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

4. Wardatul Jannah,²¹ Tahun 2017. Penelitian yang berjudul ***“Pengembangan Usaha Sangkar Burung (Korongan) Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”***.

²¹ Wardatul Jannah, *Pengembangan Usaha Sangkar Burung (Korongan) Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember* (Skripsi: IAIN Jember, 2017).

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana pengembangan usaha sangkar burung (korongan) dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Yang kedua, bagaimana kontribusi pengembangan usaha sangkar burung (korongan) dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha sangkar burung (korongan) dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember dengan menekankan dalam beberapa bidang, diantaranya Pemasaran, Sumber Daya Manusia, dan Keuangan. Kontribusi pengembangan usaha sangkar burung (korongan) dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember adalah Pengembangan usaha sangkar burung mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Desa Dawuhanmangli. Pendapatan yang diperoleh rata-rata Rp 3.000.000,00 hingga sampai Rp

9.000.000,00 setiap bulannya dari hasil pengembangan usaha sangkar burung.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah jenis penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan) dan peneliti menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Kemudian objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada usaha Sangkar Burung (Korong) dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

5. Siti Arifah,²² Tahun 2017. Penelitian yang berjudul “***Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Tanjung***”.

Ada tiga fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, apa saja ragam strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang. Yang kedua, bagaimana analisis strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang. Yang ketiga, bagaimana pelaksanaan program pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode

²² Siti Arifah, *Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Tanjung* (Skripsi: IAIN Jember, 2017).

penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam ragam strategi pengembangan di Pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan pedagang dapat diketahui ada penambahan jumlah dengan program revitalisasi, penambahan fungsi dengan program pembangunan koperasi, perluasan pasar dengan promo pasar dimana masing strategi ini terdapat program-program yang memberikan peningkatan pendapatan bagi para pedagang. Analisis strategi pengembangan Pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang bahwa Pasar Tanjung memiliki beberapa kekuatan yaitu dengan program-programnya sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pedagang di Pasar Tanjung. Pelaksanaan program-program yang di Pasar Tanjung tidak lepas dari pemerintah daerah sebagai pengelola ini didasarkan bahwa Pasar Tanjung adalah milik daerah dan pelaksanaannya juga sudah diatur oleh pemerintah.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah jenis penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan) dan peneliti menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Kemudian objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian di Pasar Tanjung dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

6. Ahmad Misbakhul Munir,²³ Tahun 2017. Penelitian yang berjudul ***”Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Jember”***.

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Jember. Yang kedua, apa saja kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Pariwisata di Kabupaten Jember, yaitu melakukan

²³ Ahmad Misbakhul Munir, *Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Jember* (Skripsi: IAIN Jember, 2017)

koordinasi dengan pelaku usaha pariwisata, melakukan pengembangan destinasi pariwisata, melakukan pemasaran pariwisata, melakukan kerjasama dengan lembaga kepariwisataan. Kemudian kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) melalui beberapa pos yaitu pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, retribusi tempat kusus parkir, retribusi tempat penginapan, serta retribusi tempat rekreasi dan olahraga.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada pariwisata Kabupaten Jember dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

7. Shodikin Wahyudi Laksono,²⁴ Tahun 2017. Penelitian yang berjudul ***“Analisis Strategi Pengembangan Pasar Pada Usaha Kecil, Zabdan Handicraft Di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember”***.

Ada lima fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana strategi produk pada usaha kecil, Zabdan *Handicraft* di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Yang kedua, bagaimana strategi harga pada usaha kecil, Zabdan *Handicraft* di Desa Bagon

²⁴ Shodikin Wahyudi Laksono, *Analisis Strategi Pengembangan Pasar Pada Usaha Kecil, Zabdan Handicraft Di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember* (Skripsi: IAIN Jember, 2017).

Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Yang ketiga, bagaimana strategi promosi pada usaha kecil, *Zabdan Handicraft* di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Yang keempat, bagaimana strategi distribusi pada usaha kecil, *Zabdan Handicraft* di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Yang kelima, apakah strategi *Marketing Mix* yang dilakukan berperan pada usaha kecil, *Zabdan Handicraft* di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi produk yang digunakan adalah strategi citra merk dan strategi diferensiasi produk. Strategi harga yang digunakan adalah untuk memperbesar laba, untuk memperbesar *Market Share*, dan mutu produk. Strategi promosi yang digunakan adalah strategi *E-commerce*. Strategi distribusi yang digunakan adalah Produsen-Konsumen dan Produsen-Pengecer-Konsumen. Kemudian peran *Marketing Mix* dalam usaha *Zabdan Handicraft* sangat membawa pengaruh dalam berkembangnya usaha ini.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada usaha kecil Zabdan *Handicraft* dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

8. Sintiya Putriyanti,²⁵ Tahun 2018. Penelitian yang berjudul ***“Strategi Pengembangan Wisata Sarang Tawon Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Sanenrejo Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember”***.

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana strategi pengembangan wisata Sarang Tawon di Kabupaten Jember. Yang kedua, apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan wisata Sarang Tawon dalam mengembangkan ekonomi masyarakat Di Desa Sanenrejo Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian

²⁵ Sintiya Putriyanti, *Strategi Pengembangan Wisata Sarang Tawon Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Sanenrejo Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember* (Skripsi: IAIN Jember, 2018).

data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh sadar wisata Sarang Tawon adalah bekerja sama dengan Dinas Kepariwisataaan guna untuk mendapatkan perijinan bantuan dan pemasaran maka sadar wisata Sarang Tawon bekerja sama dengan Dinas Kepariwisataaan agar lebih mudah, peran pemerintah dalam pariwisata, membentuk lembaga kepariwisataan, melakukan analisis SWOT, menentukan rencana jangka panjang dan rencana jangka pendek mengembangkan destinasi pariwisata, melakukan pengembangan produk, melakukan bauran pemasaran atau *Marketing Mix*. Kemudian perkembangan sadar wisata Sarang Tawon yang melibatkan masyarakat telah memberikan dampak yang baik bagi kehidupan masyarakat baik itu dalam kehidupan sosial lingkungan dan ekonomi.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada wisata Sarang Tawon dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

9. Nasrulloh,²⁶ Tahun 2018. Penelitian yang berjudul “*Strategi Pengusaha Batu Padas Di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso*”.

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, bagaimana strategi yang dilakukan pengusaha Nurhatim dalam pengembangan usaha Batu Padas Di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. Yang kedua, faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat pengembangan usaha Batu Padas Di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumenter. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan masyarakat dalam pengembangan usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso telah terapkan dengan baik dalam strategi pengembangan usaha tercermin dengan strategi keunggulan biaya, strategi diferensiasi, dan strategi fokus. Kemudian faktor pendukung dan penghambat pengembangan

²⁶ Nasrulloh, *Strategi Pengusaha Batu Padas Di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso* (Skripsi: IAIN Jember, 2018).

usaha batu padas di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso meliputi dari pihak dalam perusahaan dan pihak luar perusahaan mulai dari kinerja karyawan, pemimpin, pihak manajer, dan konsumen.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah jenis penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan *Field Research* (penelitian lapangan) dan peneliti menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Kemudian objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada pengusaha Batu Padas dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

10. Adiyanto,²⁷ Tahun 2018. Penelitian yang berjudul “***Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso***”.

Ada dua fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu yang pertama, apa saja potensi desa wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. Yang kedua, bagaimana strategi pengembangan pariwisata menggunakan analisis SWOT di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. Dalam penelitian ini

²⁷ Adiyanto, *Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso* (Skripsi: IAIN Jember, 2018).

menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan metode dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa potensi desa wisata Lombok Kulon, yaitu pertanian, perikanan, kuliner, dan kerajinan. Kemudian strategi pengembangan desa wisata Lombok Kulon, yaitu strategi menggali potensi wisata alam dan buatan, strategi menyusun permodelan kawasan pembangunan kepariwisataan berkelanjutan, strategi penguatan kesadaran masyarakat, dan strategi peningkatan kapasitas dan peran masyarakat.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Descriptive Research* (penelitian deskriptif). Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

Berikut ini persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian terdahulu lebih rincinya dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Widodo Sitohang, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Tahun 2014.	Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Samosir (Studi Pada Dinas Pariwisata, Seni, Dan Budaya Kabupaten Samosir).	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif).	perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
2	Nur Azrima, Skripsi (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau Tahun 2016.	Strategi Peningkatan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif).	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten

				Kampar dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
3	Azizati Rahmania, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulan Malik Ibrahim Malang Tahun 2016.	Pengembangan Wisata Alun-alun Kota Malang Perspektif Masalah Mursalah.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif).	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian di Alun-alun Malang dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
4	Wardatul Jannah, skripsi FEBI IAIN Jember Tahun 2017.	Pengembangan Usaha Sangkar Burung (Korongan) Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Dawuhanmang li Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif.	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah jenis penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan <i>Field Research</i> (penelitian lapangan) dan peneliti menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif), Objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada usaha Sangkar

				Burung (Korongan) dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
5	Siti Arifah, skripsi FEBI IAIN Jember Tahun 2017.	Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Tanjung.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif.	perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah jenis penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan <i>Field Research</i> (penelitian lapangan) dan peneliti menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif), Objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian di Pasar Tanjung dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
6	Ahmad Misbakhul Munir, Skripsi FEBI IAIN Jember 2017.	Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Jember.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada

			<i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif).	pariwisata Kabupaten Jember dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
7	Shodikin Wahyudi Laksono, skripsi FEBI IAIN Jember Tahun 2017.	Analisis Strategi Pengembangan Pasar Pada Usaha Kecil, Zabdan <i>Handicraft</i> Di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif).	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada usaha kecil Zabdan <i>Handicraft</i> dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
8	Sintiya Putriyanti, skripsi FEBI IAIN Jember Tahun 2018.	Strategi Pengembangan Wisata Sarang Tawon Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Sanenrejo Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif).	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada wisata Sarang Tawon dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
9	Nasrulloh, skripsi FEBI IAIN Jember	Strategi Pengusaha Batu Padas Di Desa	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan,	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang

	Tahun 2018.	Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso.	menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif.	dilakukan penulis adalah jenis penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan <i>Field Research</i> (penelitian lapangan) dan peneliti menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif), Objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada pengusaha Batu Padas dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.
10	Adiyanto, skripsi FEBI IAIN Jember Tahun 2018.	Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.	Sama-sama mengidentifikasi strategi pengembangan, menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan <i>Descriptive Research</i> (penelitian deskriptif).	Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah objek penelitian, dimana penelitian terdahulu melakukan penelitian pada pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon dan peneliti melakukan penelitian di Dira Kencong.

Sumber: Data diolah

B. Kajian Teori

1. Strategi Pengembangan Pariwisata

a. Definisi Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Suryono Agus, strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan: Kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.²⁸

b. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Pariwisata

Sebagaimana dikutip Husein Umar “*Strategic In Action*”. Menurut Fred R. David, strategi dapat dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:

1) Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan/atau para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

²⁸ Suryono Agus, *Pengantar Teori Pembangunan* (Malang: Universitas Negeri Malang, 2004), 80.

2) Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada.

3) Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru.

Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

4) Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.²⁹

Menurut Freddy Rangkuti, pada prinsipnya strategy dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategy, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis.

1) Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

²⁹ Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 35.

2) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.³⁰

Adapun strategi bisnis yang dijalankan Rasulullah SAW yang meliputi strategi operasi, strategi pemasaran, dan strategi keuangan. Al-Qur'an memberikan tuntunan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya menggunakan *jihad fi sabilillah* dengan harta dan jiwa atau dalam bahasa manajemen menggunakan strategi di jalan Allah dengan mengoptimalkan sumber daya. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Jumu'ah ayat 10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ {١٠}

³⁰ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 7.

Artinya: “*Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung*”.³¹

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT sangat mencintai umatnya yang berusaha, dan membenci umatnya yang malas bekerja untuk mencari rizki dengan dalih karena sibuk beribadah atau bertawakal kepada Allah. Bahkan yang lebih parahnya dia hanya menanti kepada orang yang mau sedekah padanya, padahal dia masih mampu berusaha untuk memenuhi kepentingan dirinya dan keluarganya. Sebab langit ini tidak akan mencurahkan hujan emas dan perak, jelas sekali bahwa Islam sangat memberikan dorongan dan motivasi kepada manusia untuk berusaha dan Allah melarang manusia berusaha dengan menempuh jalan yang sesat.

c. Aspek-Aspek Pengembangan Pariwisata

Dalam bukunya Oka A. Yoeti, pengembangan pariwisata ini ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu:³²

1) Wisatawan (*Tourist*)

Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.

³¹ Al-Qur'an Surat Al-Jumu'ah ayat 10.

³² Oka A. Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata* (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 1997), 2-3.

2) Transportasi

Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.

3) Atraksi/Obyek Wisata

Bagaimana obyek wisata dan atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dapat dilihat, apa yang dilakukan dan apa yang dapat dibeli.

4) Fasilitas Pelayanan

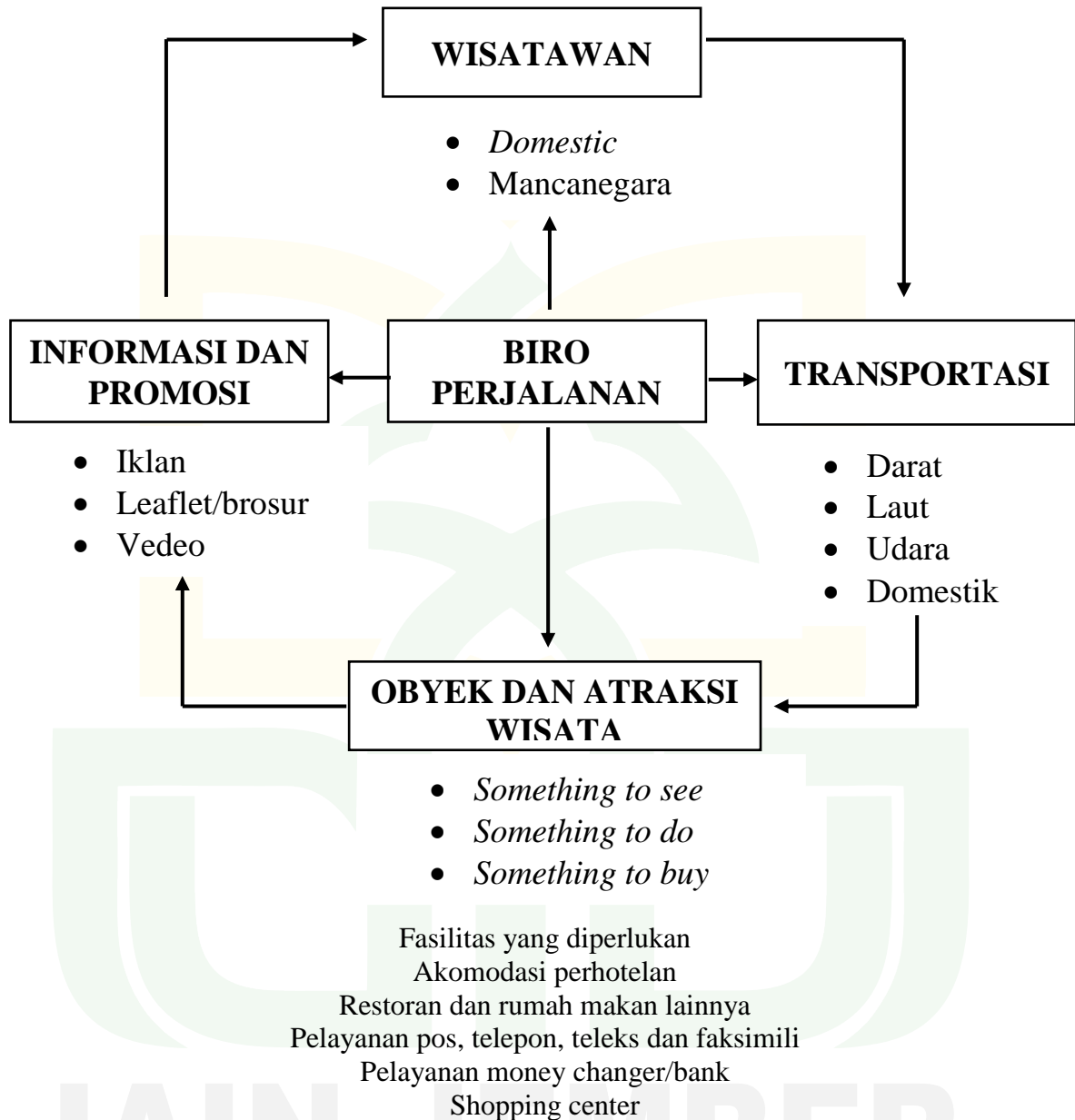
Fasilitas apa saja yang tersedia, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada restoran, pelayanan umum seperti *Bank/Money Changer*, Kantor Pos, telepon/teleks yang akan dikunjungi wisatawan.

5) Informasi dan Promosi

Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leaflets/brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

Bagan 2.1 dibawah ini akan menjelaskan bagaimana pelayanan kepada wisatawan dengan semua fasilitas yang memungkinkan untuk melakukan perjalanan wisata.

Gambar 2.1
Wisatawan dan Fasilitas yang diperlukan



Sumber: Oka A. Yoeti (1997:31)

2. Keunggulan Kompetitif

Tujuan pengembangan rencana strategis adalah untuk menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) – sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari para pesaingnya dan memberikannya posisi unik di pasar sehingga lebih unggul daripada pesaingnya. Dari perspektif strategis, kunci bagi kesuksesan bisnis adalah pengembangan keunggulan kompetitif yang unik, yaitu keunggulan yang menciptakan nilai bagi pelanggan dan sukar ditiru oleh para pesaing. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif akan menjadi pemimpin dalam pasarnya serta dapat mencapai laba di atas rata-rata.³³

Persaingan bisnis secara sehat juga dijelaskan sebagai perilaku bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Firman Allah SWT Dalam Al-Qur'an Surat an-Naba' 10-11:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا {١٠} وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا {١١}

Artinya: “Dan Kami jadikan malam sebagai pakaian. Dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.”³⁴

Dalam Al-Qur'an Surat an-Naba' 10-11 dijelaskan bahwa dalam hal kerja, Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana Allah telah memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini, persaingan tidak

³³ Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, dan Doug Wilson, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 116.

³⁴ Al-Qur'an Surat An-Naba' ayat 10-11.

lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.³⁵

Umat Islam memang sudah seharusnya untuk selalu berlomba-lomba dalam hal kebaikan, maksud dari berlomba-lomba dalam kebaikan dalam persaingan bisnis yakni berlomba-lomba mencari rejeki dengan cara saling mengunggulkan atau mempromosikan usaha bisnisnya sesuai etika bisnis dalam Islam.³⁶

Sebagaimana dikutip Freddy Rangkti “*Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*”. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut Porter, ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu:

- 1) *Cost Leadership*
- 2) Diferensiasi
- 3) Fokus

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas/ produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia

³⁵ Anis Sholihah, *Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo* (Skripsi: UIN Walisongo, 2015).

³⁶ Ibrahim Pua, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Bisnis Penitipan Sepeda Motor (Studi Kasus Di Desa Makamhaji, Kecamatan Kartasura, Kabupaten. Sukoharjo, Jawa Tengah)*, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018).

memanfaatkan skala ekonomi, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. Misalnya, banyak perusahaan-perusahaan di negara maju memindahkan industrinya ke negara lain seperti Indonesia, Malaysia, China, dan Thailand agar memperoleh pasokan bahan baku yang lebih murah dan lebih baik.

Perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan *brand image* yang lebih unggul. Selain itu, strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.³⁷

Sebagaimana dikutip oleh J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen "*Manajemen Strategis*", Michael Porter menawarkan dua strategi bersaing 'generik' untuk mengungguli perusahaan lain dalam industri tertentu: biaya rendah dan diferensiasi. Biaya rendah adalah kemampuan perusahaan atau sebuah unit bisnis untuk merancang, membuat, dan memasarkan sebuah produk sebanding dengan cara yang lebih efisien daripada pesaingnya. Diferensiasi, di lain pihak, adalah kemampuan untuk menyediakan nilai unik dan superior kepada pembeli dari segi kualitas, keistimewaan/ciri-ciri khusus, atau layanan purna-jual. Strategi-strategi ini disebut generik karena perusahaan dengan

³⁷ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, 6.

jenis dan ukuran apapun – bahkan organisasi nonprofit – dapat menggunakannya.³⁸

Lebih jauh porter mengemukakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan pada suatu industri ditentukan oleh jangkauan bersaingnya, yaitu keluasan pasar sasaran unit bisnis atau perusahaan. Sebelum menggunakan salah satu dari kedua strategi tersebut, perusahaan atau unit bisnis harus memilih rentang variasi produk yang akan dihasilkan, saluran distribusi yang akan digunakan, jenis pembeli yang akan dilayani, wilayah geografis yang akan dicakup, dan kelompok industri sejenis yang akan menjadi tempat bersaingnya. Penentuan itu harus mencerminkan pemahaman terhadap sumber daya unik perusahaan. Dengan kata lain, sebuah perusahaan atau unit bisnis dapat memilih sasaran luas (menekankan pasar massal ukuran menengah) atau sasaran sempit (tekanan pada ceruk pasar).

Tabel 2.2
Strategi Bersaing Generik dari Porter

Keunggulan Kompetitif

		Biaya Rendah	Deferensiasi
		Jangkauan Bersaing	
Target Luas	Kepemimpinan Biaya	Deferensiasi	

³⁸ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: ANDI, 2003), 245.

Target Sempit	Fokus Biaya	Deferensiasi Terfokus
---------------	-------------	-----------------------

Sumber: Dicitak dengan ijin ulang dari *The Free Press*, percetakan dalam Simon & Schuster, Dari *The Competitive Advantage of Nations*, oleh Michael E. Porter, hal 39. Hak cipta ©1990 oleh Michael E. Porter.

Kombinasi dari dua jenis pasar sasaran dan dua strategi bersaing menghasilkan empat variasi strategi generik seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.2. Apabila strategi biaya rendah dan diferensiasi memenuhi pasar sasaran luas, maka strateginya dikenal dengan kepemimpinan biaya (*cost leadership*) dan diferensiasi. Apabila pasar sasarnya sempit, maka dikenal dengan strategi fokus biaya dan diferensiasi terfokus.

Kepemimpinan biaya adalah strategi bersaing biaya rendah yang ditujukan untuk pasar luas dan mengharuskan “membangun secara agresif fasilitas skala efisien, pengurangan harga yang gencar, pengendalian biaya dan ongkos yang ketat, penghindaran pelanggan-pelanggan marjinal, dan minimisasi biaya seperti R&D, pelayanan, tenaga penjual iklan dan sebagainya.

Diferensiasi diarahkan pada pasar luas dan melibatkan penciptaan sebuah produk atau jasa unik, yang membuat perusahaan harus menetapkan harga premium. Kekhususan ini dapat dihubungkan dengan citra rancangan atau merek, teknologi, keistimewaan/ciri khas, jaringan

kerja yang penyalur, atau layanan konsumen. Diferensiasi adalah strategi aktif untuk mendapatkan hasil di atas rata-rata dalam sebuah bisnis tertentu karena loyalitas merek akan membuat sensitivitas konsumen terhadap harga menjadi lebih rendah. Naiknya biaya biasanya dapat dialihkan kepada pembeli. Loyalitas pembeli juga berfungsi sebagai penghalang masuk industri – perusahaan-perusahaan baru harus mengembangkan kompetensi tersendiri mereka untuk membedakan produk mereka melalui cara-cara tertentu agar dapat bersaing dengan sukses. Penelitian mengemukakan bahwa strategi diferensiasi lebih mungkin menghasilkan laba yang lebih tinggi daripada strategi biaya rendah karena diferensiasi menciptakan penghalang masuk yang lebih baik. Namun demikian, strategi biaya rendah lebih mungkin untuk menimbulkan peningkatan pangsa pasar.

Fokus biaya adalah strategi bersaing yang berfokus pada kelompok pembeli atau pasar geografis tertentu dan mencoba melayani ceruk-ceruk ini, dan mengabaikan yang lain. Dalam menggunakan fokus biaya, perusahaan atau unit bisnis mencari keunggulan biaya pada segmen sasarannya. Strategi tersebut didasarkan pada keyakinan bahwa perusahaan atau unit bisnis yang mengkonsentrasikan upaya-upayanya dapat melayani target strategis yang sempit dengan lebih efisien dibandingkan para pesaingnya. Namun demikian, tidak mengharuskan adanya *trade-off* (pertukaran) antara profitabilitas dan pangsa pasar keseluruhan.

Fokus diferensiasi, seperti fokus biaya, berkonstrasi pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu. Casey's General Stores, Morgan Motor Car Company (pemanufaktur mobil sport Inggris klasik), dan toko-toko makanan sehat lokal mengikuti strategi tersebut dengan sukses. Menurut Porter, "Segmen sasaran harus memiliki salah satu: pembeli dengan kebutuhan tidak lazim, atau sistem produksi dan penyaluran yang melayani pasar berbeda dari pesaing lainnya". Dalam menggunakan fokus diferensiasi, perusahaan atau unit bisnis mencari diferensiasi pada segmen sasarannya. Strategi ini dihargai karena adanya keyakinan bahwa perusahaan yang memfokuskan usaha-usahanya dalam melayani pasar sasarannya yang sempit lebih efektif daripada pesaingnya.³⁹

Risiko dalam menjalankan strategi generik adalah apakah perusahaan punya jaminan sukses bila menjalankan salah satu strategi generik dari Porter ini? Jawabanya tentu saja tidak. Pertama, belum tentu strategi yang dipilih tepat. Kedua, masing-masing strategi memang memiliki kelemahan tersendiri. Di samping itu, yang jelas pesaing akan mencoba menirunya bila strategi tertentu berhasil bahkan bila itu sebuah upaya pembedaan. Keberhasilan sebuah strategi bersaing akan menjadi daya tarik bagi pelaku bisnis lainnya.

³⁹ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, 246-250.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.¹¹⁴ Berikut ini metode penelitian yang dilakukan pada karya tulis ilmiah ini, antara lain:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Sedangkan jenis penelitian menggunakan *descriptive research* (penelitian deskriptif), penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena apa adanya yang terkait dengan strategi pengembangan Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif.

Adapun alasan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dalam penelitian ini berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya dalam kualitatif yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar dan selain itu semua data yang dikumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti. Jadi bentuk data dari penelitian ini berasal dari naskah wawancara (*interview*), catatan lapang, foto

¹¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 2.

dan dokumen lainnya. Dengan demikian penelitian ini tidak akan menghasilkan data dalam angka melainkan data-data deskriptif yang berupa ungkapan dan perilaku dari objek yang diteliti.¹¹⁵

B. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kencong yaitu Dira Kencong. Letak geografis Kecamatan Kencong terletak pada ketinggian mulai 0 meter di atas permukaan laut sampai 12 meter di atas permukaan laut. Ketinggian maksimal dapat dilihat di gedung bekas stasiun kereta api yang terletak di Kencong. Kecamatan Kencong pada bagian utara berbatasan dengan Kecamatan Jombang dan Umbulsari. Bagian Barat berbatasan dengan sebagian Kecamatan Jombang dan Kabupaten Lumajang. Bagian Selatan terbentang luas perairan laut yang terbuka, sedangkan bagian timur berbatasan dengan Kecamatan Gumukmas. Luas wilayah kecamatan ini adalah 5865,3 ha. Wilayah ini meliputi tanah sawah seluas 3783,1 ha; tanah pekarangan untuk bangunan dan halaman seluas 956,3 ha; tanah tegalan /kebun seluas 819,5 ha; tambak/kolam 0,20 ha dan lainnya seluas 306,2 ha. 64,49 % luas daerah Kecamatan Kencong merupakan persawahan, sehingga sebagian besar penduduknya menggantungkan hidupnya di sektor pertanian.¹¹⁶

Dira Kencong di Jalan Krakatau No.93 Desa/Kecamatan Kencong Kabupaten Jember wilayah Barat. Dira Kencong terletak kurang lebih 45 km

¹¹⁵ M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 120.

¹¹⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Kencong,_Jember diakses pada tanggal 03 oktober 2019

dari pusat kota Jember dan 15 km dari kota Lumajang Alasan peneliti memilih Dira Kencong sebagai berikut:

1. Memiliki potensi-potensi yang dapat dikembangkan.
2. Satu-satunya destinasi wisata kolam renang (*Waterpark*) dengan mengintegrasikan pembelanjaan , kafe, dan wisata malam yang berbeda dengan Dira yang lain seperti Dira Ambulu dan Dira Balung di Dira Group.
3. Meskipun di Desa tetapi Dira Kencong mampu bersaing dengan bisnis sejenis.

C. Subyek Penelitian

Untuk mendukung data yang diperlukan maka dalam penelitian ini harus menentukan informan untuk pencarian data. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.¹¹⁷ Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin.¹¹⁸ Sebagaimana pendapat tersebut, maka sumber data yang diperlukan dibagi menjadi dua macam yaitu:

¹¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 216.

¹¹⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 47.

1. Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Data primer ini diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan para informan yaitu:
 - a) Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) yaitu Bapak Tommy Nurdiansyah.
 - b) Karyawan Dira Kencong yaitu Ibu Putri Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion dan Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion.
 - c) Pelanggan Dira Kencong yaitu Ibu Mega, Bapak Fijay (pelanggan Dira Kencong)
2. Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh sebagai pendukung dari data primer yang berupa hasil observasi serta berbagai referensi, data sekunder meliputi dokumen-dokumen yang terkait, kepustakaan, dan internet.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penelitian karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan.¹¹⁹ Sesuai dengan objek tujuan penelitian ini, maka dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis

¹¹⁹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 93.

dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.¹²⁰ Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan yang dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observasi berada bersama objek yang diselidiki disebut observasi langsung.¹²¹ Dalam hal ini, peneliti menggunakan observasi partisipatif pasif dimana peneliti hanya datang ke tempat atau objek penelitian tanpa melakukan apa-apa, dengan kata lain peneliti tidak ikut terlibat dalam kegiatan. Data yang diperoleh dari metode Observasi ini setidaknya antara lain:

- a) Letak geografis Dira Kencong.
- b) Kondisi Dira Kencong.
- c) Aktifitas dalam pelaksanaan strategi pengembangan Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus diteliti, dan ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara (*Interview*) dilakukan dengan cara tanya jawab secara

¹²⁰ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 104.

¹²¹ Amirul Hadi dan Hariyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2005), 129.

bertatap muka antara pewawancara dengan informan. Dalam melakukan kegiatan wawancara, ada dua macam wawancara yang dapat dilakukan, yaitu:¹²²

a) Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang telah disiapkan.

b) Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Data yang diperoleh dari metode wawancara ini setidaknya antara lain:

(1) Mengenai Strategi Pengembangan Dira Kencong.

(2) Mengenai Keunggulan Kompetitif Dira Kencong.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, majalah, notulen, dan

¹²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 137-140.

sebagainya.¹²³ Adapun hal yang dapat diperoleh dari metode dokumentasi, yaitu:

- a) Sejarah berdirinya Dira Kencong.
- b) Visi dan Misi Dira Kencong.
- c) Struktur organisasi Dira Kencong.
- d) Denah lokasi Dira Kencong.
- e) Dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian ini yang relevan.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman dalam bukunya Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.¹²⁴

1. Data Reduction (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum,

¹²³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 274.

¹²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 246-252.

memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

2. *Data Display* (penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, phi chard, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (penarikan kesimpulan dan verifikasi)

Dalam penelitian kualitatif langkah ketiga dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

F. Keabsahan Data

Bagian ini bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data yang diperoleh di lapangan. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data.¹²⁵ Dalam pengujian validitas data yang diperoleh, peneliti menggunakan Triangulasi Sumber, yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.¹²⁶

Menurut Patton dalam bukunya Lexy J. Moleong triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berbeda, orang pemerintahan.

¹²⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 47.

¹²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 274.

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.¹²⁷

Sedangkan triangulasi dengan metode menurut Patton dalam bukunya Lexy J. Moleong terdapat dua strategi, yaitu:

1. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
2. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Ada beberapa tahapan penelitian yang terdiri dari tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data.

1. Tahap Pra-lapangan

Pada tahap pra-lapangan yang dilakukan yaitu:

- a) Meyusun rencana penelitian.
- b) Memilih laporan penelitian.
- c) Mengurus perizinan.
- d) Memilih informan.
- e) Menyiapkan perlengkapan penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan Dilapangan

Pada tahap pelaksanaan dilapangan yang dilakukan yaitu:

- a) Memahami latar penelitian, dan mempersiapkan diri.
- b) Memasuki lapangan.

¹²⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 330.

- c) Mengumpulkan data.
- d) Menyempurnakan data yang belum lengkap.

3. Tahap Paska Penelitian

Pada tahap paska penelitian yang dilakukan yaitu:

- a) Menganalisis data yang diperoleh.
- b) Mengurus perizinan selesai penelitian.
- c) Menyajikan data dalam bentuk laporan.
- d) Merevisi laporan yang telah disempurnakan.





BAB IV

PENYAJIAN DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Dira Kencong

Dira Group, perusahaan asal Kabupaten Jember yang bergerak dibidang wisata keluarga dan toko swalayan. *Owner* Dira Group adalah Bapak H. Ponimin Tohari yang pertama kali mengembangkan Dira Ambulu yang beralamatkan di Desa Pontang Kecamatan Ambulu. Kemudian Dira Group mengembangkan Dira Balung yang berada di Kecamatan Balung dan kemudian mengembangkan wisata keluarga dan toko swalayan Dira Kencong.

Dalam kesehariannya Dira Kencong ini dikelola oleh putri pertamanya Bapak H. Ponimin Tohari yang bernama Fera Eka Aulia yang menjadi Direktur Utama dari usaha ini. Munculnya ide pengembangan usaha ini karena melihat anemo masyarakat terhadap wahana wisata yang begitu besar disaat hari libur dan memberikan tempat hiburan terjangkau bagi masyarakat, selain itu juga keinginan dari Bapak H. Ponimin Tohari yang dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar tempat usahanya, untuk itulah dibangunnya Dira Kencong ini.

Dira Kencong berada di Jalan Krakatau No.93 Desa/Kecamatan Kencong yang berjarak kurang lebih 45km dari pusat kota Jember dan 15km dari kota Lumajang. Dira Kencong didirikan pada awal tahun 2018

dengan luas area wilayah 3,5 hektar. Pada awal tahun 2018 dilakukan peletakan batu pertama, kemudian *Grand Opening* Dira Kencong diresmikan pada hari Jum'at, 4 Mei 2018 yang dihadiri diantaranya *owner* Dira Kencong yaitu H. Ponimin Tohari, Bupati Jember dr. Hj. Faida, MMR, Dandim 0824 Letkol Inf Arif Munawar, Wakapolres Jember Kopol Ikhwan, para Kepala Dinas, tokoh masyarakat dan tokoh agama serta masyarakat. Setelah sukses membuka Dira *Waterpark*, Dira *Shopping and Center*, Dira *Market*, dan Dira *Cafe* kemudian diramaikan mengalami perluasan 3 hektar untuk pembangunan Dira Hotel dan Dira *Fantastic Night* yang diresmikan pada hari sabtu, 1 Juni 2019. Jadi untuk saat ini Dira Kencong memiliki luas area wilayah sebesar 6,5 hektar. Dira Kencong memiliki jumlah karyawan sebanyak 396 orang di seluruh divisi.¹²⁸

2. Moto, Visi, dan Misi Dira Kencong

Moto : “Semangat Dira Semakin Ramai”

Visi : *Integrity, Discipline, Teamwork, and Continuous Pursuit of Excellence*

- Misi :
- a. Mengedepankan prinsip kejujuran.
 - b. Meningkatkan kedisiplinan dalam waktu bekerja dan pulang bekerja.
 - c. Melakukan kerja tim dengan membentuk beberapa divisi.

¹²⁸ Dokumentasi, Dira Kencong, Pada Tanggal 28 Juli 2019.

d. Melakukan perubahan untuk menjadi yang lebih baik.¹²⁹

3. Struktur Organisasi Dira Kencong

Nama Perusahaan	: CV DIRA KENCONG
Direktur	: Fera Eka Aulina
General Manager	: Freddy Swita B.
Asisten Manager 1 (Kepegawaian)	: Tommy Nurdansyah
Asisten Manager 2 (Operasional)	: Ibu Dian Pertiwi
Kasir Bersar (Keuangan)	: Arnum Wahyu W.
Kepala Kasir	: Sri Mulya J., Kristin D.
a. <i>Cafe</i>	
Supervisor	: Eko Sulistiono, Ali Husni
Bendahara	: Siti Mahmudah
Koordinator	: Agung Rahmad, Agustiya A., M. Nidham, M. Nur As'ad, Lukman W., Sri Murni K.
b. <i>Waterpark</i> (kolam)	
Supervisor	: Agus Bambang
Bendahara	: Firdaus Yunus
KO. Umum	: Jianto
Koordinator	: Rio Dana Febri, Very Santoso
c. <i>Supermarket</i>	
Supervisor	: -

¹²⁹ Dokumentasi, Dira Kencong, Pada Tanggal 28 Juli 2019.

Admin : Ferry A., Tia O., Aslihatul, Ana L.

KA. Gudang : A. Fahim

KO. Supermarket : Bayu A. S., I. Robby, Nanik Sri

d. Fashion

Supervisor Fashion : Lita Novalia

Admin : Umi Kulsum, Dwi N.

KA. Gudang : Jeni Siswanto

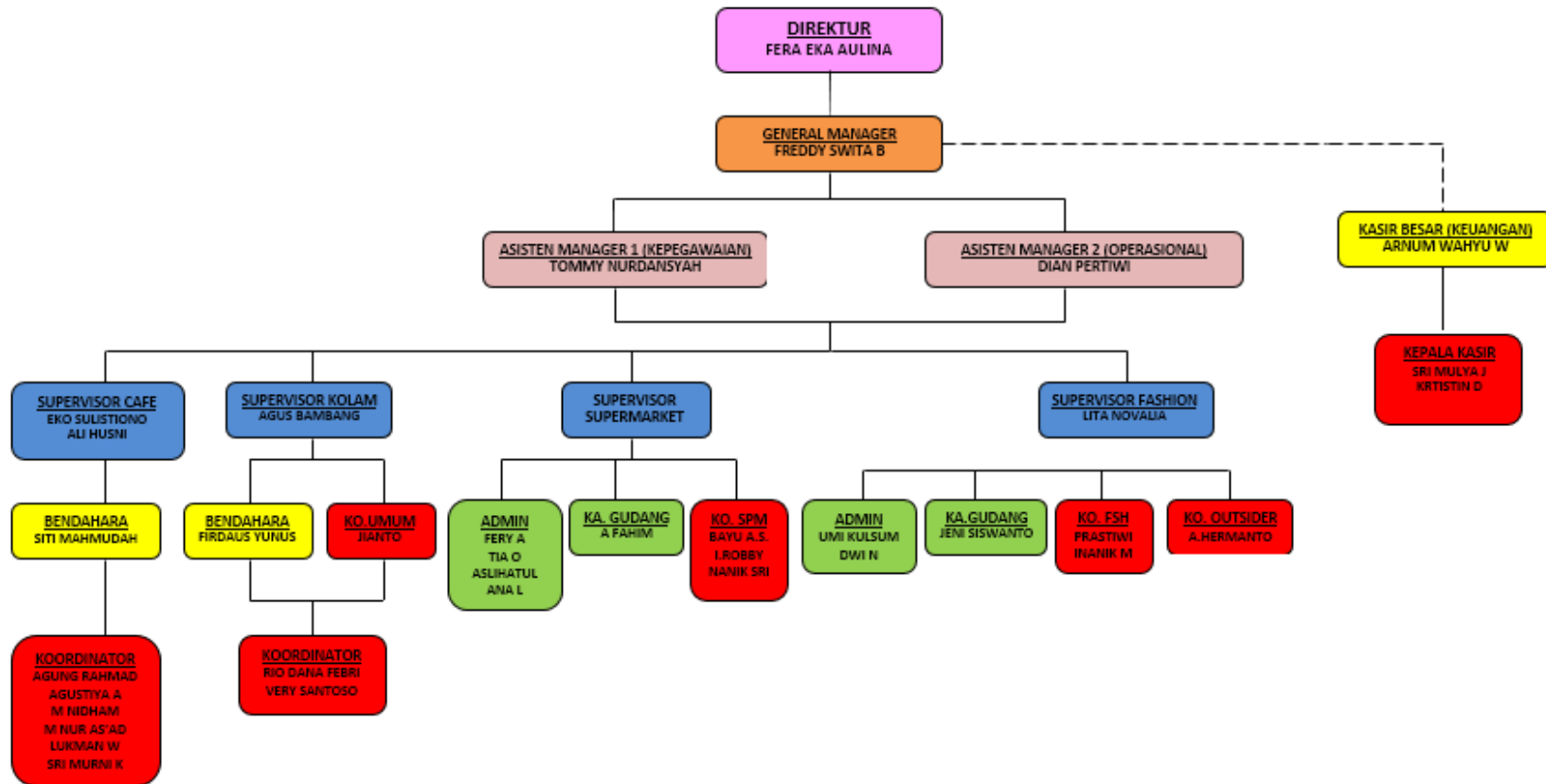
KO. Fashion : Prastiwi, Inanik M.

KO. Outsider : A. Hermanto¹³⁰



¹³⁰ Dokumentasi, Dira Kencong, Pada Tanggal 28 Juli 2019.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Dira Kencong



Sumber: Diambil dari dokumentasi Dira Kencong

B. Penyajian Data dan Analisis

Suatu penelitian harus disertai dengan penyajian data sebagai penguat dalam penelitian. Sebab data yang akan dianalisis sesuai dengan analisis data reflektif, sehingga dari data yang akan dianalisis tersebut akan menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumenter. Peneliti berupaya untuk mengeksplorasi data sebanyak mungkin untuk mendapatkan data yang akurat. Berdasarkan hasil penelitian maka diuraikan data-data tentang Strategi pengembangan Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Untuk lebih jelasnya akan dipaparkan pada penyajian data berikut ini:

1. Strategi Pengembangan Dira Kencong di Kabupaten Jember

Strategi pengembangan merupakan tahap awal perencanaan manajemen dalam sebuah perusahaan. Strategi merupakan rencana usaha yang menyeluruh, strategi meliputi semua aspek penting perusahaan. Strategi pengembangan Dira Kencong ternyata dapat dilihat dari beberapa aspek pengembangan pariwisata seperti Wisatawan (*Tourist*), Transportasi, Atraksi/Obyek Wisata, Fasilitas Pelayanan, serta Informasi dan Promosi.

a. Wisatawan (*Tourist*)

Wisatawan merupakan orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang

didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) mengenai strategi pengembangan pariwisata dalam aspek Wisatawan (*Tourist*) sebagai berikut:

“Pengunjung di Dira Kencong atau bisa dikatakan wisatawan di Dira Kencong ini masyarakat sekitar Kencong ya, namun beberapa waktu yang lalu juga ada wisatawan dari mancanegara yang sempat menginap di Dira Hotel untuk berlibur selama 1 bulan yang sebelumnya sudah berlibur di Bali dan mampir ke Dira Kencong kemudian dan menginap. Untuk Dira Kencong pengunjung yang datang disini semua kalangan ya mulai dari anak-anak sampai dewasa dan juga wisatawan domestik maupun mancanegara semua mereka bisa menikmati wahana-wahana yang ada disini.”⁶¹

Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion juga menyampaikan sebagai berikut:

“Saya sendiri senang sekali jika ada wisatawan dari luar negeri dapat kesini apalagi sampai menginap disini. Kalau untuk dikolam renang itu paling banyak anak-anak ya apalagi mereka saat liburan sekolah jumlah pengunjung langsung membludak. Yang jadi favorit dikolam renang yaitu wahana kolam ombaknya kalau sudah mencapai liburan itu sudah full”.⁶²

Selanjutnya Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion juga menambahkan sebagai berikut:

“Begitupun di wisata malamnya seperti DFN, kalau sudah sampai waktu liburan dan sekolah serta hari *weekend* pasti ramai pengunjung apalagi wisatawan domestik. Mereka datang ada yang beserta keluarga sehingga ramai sekali.”⁶³

⁶¹Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

⁶² Putri Dewi Ramadhani, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

⁶³ Bella Riska A., wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

Berdasarkan hasil dari pemaparan informan-informan diatas bahwa strategi pengembangan pariwisata dalam aspek Wisatawan (*Tourist*) di Dira Kencong yaitu wisatawan yang berkunjung di Dira Kencong meliputi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara, untuk kriteria pengunjung semua segala usia mulai dari anak-anak sampai dengan orang dewasa, dan jumlah pengunjung yang datang di Dira Kencong paling banyak saat liburan sekolah dan di hari *weekend* (sabtu dan minggu).

b. Transportasi

Transportasi dalam pariwisata merupakan sarana (alat) untuk mencapai tujuan wisata dan juga sarana pergerakan di tempat tujuan wisata.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) mengenai strategi pengembangan pariwisata dalam aspek Transportasi sebagai berikut:

“Di Dira Kencong belum ada transportasi untuk para wisatawan, apalagi wisatawan yang dari luar negeri ya karena yang sudah kesini masih beberapa, tetapi di disini ada transportasi untuk beberapa karyawan seperti admin. Mereka di jemput dari rumah ke Dira Kencong dan juga pulangnye di antar”.⁶⁴

Selanjutnya Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion menambahkan sebagai berikut:

“Setahu saya di Dira belum menawarkan apapun seperti transportasi untuk para pengunjung atau wisatawan yang datang kesini”.⁶⁵

⁶⁴ Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

⁶⁵ Putri Dewi Ramadhani, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

Selanjutnya Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion juga menyampaikan sebagai berikut:

“Kalau saya tahunya transportasi untuk karyawan seperti saya, saya disini sebagai admin jadi saya kalau kerja di jemput nanti pulangny juga di antar ke rumah saya”.⁶⁶

Berdasarkan hasil pemaparan dari beberapa informan di atas bahwasanya strategi pengembangan dalam aspek Transportasi di Dira Kencong belum ada transportasi (darat, laut, udara, dan domestik) untuk wisatawan namun di Dira kencong menyediakan transportasi untuk beberapa karyawan misalnya karyawan di bagian admin semua divisi.

c. Atraksi/Obyek Wisata

Atraksi/Obyek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Bagaimana obyek wisata dan atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dapat dilihat (*something to see*), apa yang dilakukan (*something to do*) dan apa yang dapat dibeli (*something to buy*).

Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) menyampaikan sebagai berikut:

“Dira *Shopping Center* yang menyediakan pakaian, tas, sepatu, dan segala *accessories* (kacamata, topi, jam tangan, dll), Dira *Market* yang menyediakan *food* dan *Non-food* (pecah belah, bunga hias, dan area bermain anak), makanan dan minuman yang ada di Dira *Cafe*. Kemudian ada DFN (Dira *Fantastic Night*) merupakan wisata

⁶⁶ Bella Riska A., wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

malam yang didalamnya banyak sekali spot-spot foto yang keren dan bagus. Kemudian Dira *Waterpark* yang didalamnya tidak hanya ada kolam renang namun juga ada wahana air yang seru dan juga ada kolam ombak buatan. Dira *Hotel* yang menyediakan kamar jika pelanggan ingin bermalam di Dira Kencong, untuk saat ini ada total 30 kamar yang kami sediakan. Kemudian Dira *Hall* (gedung serbaguna) yang dapat menyewakan untuk acara-acara seperti pernikahan dan juga ada *live music* untuk di hari *weekend*. Kalau untuk harga pada produk di Dira Kencong bisa dibilang hampir sama dengan yang lain atau tergolong terjangkau hanya saja disini disokong dengan fasilitas yang baik”.⁶⁷

Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion juga menyampaikan sebagai berikut:

“Jadi kalau disini tidak hanya berenang di kolam renangnya saja tetapi para pengunjung atau wisatawan dapat menikmati wisata yang lain atau membeli sesuatu yang sudah tersedia disini.”.⁶⁸

Selanjutnya Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion menambahkan sebagai berikut:

“untuk para pengunjung yang berwisata disini tidak akan bosan sebab disini sudah banyak sekali menyediakan hiburan, contohnya di kolam renangnya saja didalamnya tidak hanya kolam renang saja namun juga ada wahana-wahana air yang seru. Kemudian di DFN juga tidak hanya bisa untuk foto-foto saja tapi dalamnya juga ada hiburan lain seperti sepeda air”.⁶⁹

Berdasarkan hasil pemaparan dari beberapa informan di atas bahwasanya strategi pengembangan dalam aspek Atraksi/Obyek Wisata di Dira Kencong yaitu apa yang dapat dilihat (*something to see*), para pengunjung atau wisatawan dapat menikmati bangunan-bangunan yang unik seperti di Dira *Cafe*, DFN, dan dapat menikmati *life music* di hari *weekend*. Apa yang dilakukan (*something to do*),

⁶⁷ Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

⁶⁸ Bella Riska A., wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

⁶⁹ Putri Dewi Ramadhani, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

para pengunjung atau wisatawan dapat berenang, berbelanja, foto selfi, menikmati makanan dan minuman serta bermain di wahana-wahana yang ada di Dira Kencong. Apa yang dapat dibeli (*something to buy*), para pengunjung atau wisatawan dapat membeli sesuatu yang sudah tersedia di Dira *Shopping Center*, Dira *Cafe*, dan Dira *Market*.

d. Fasilitas Pelayanan

Fasilitas pelayanan merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan. Fasilitas dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan obyek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi (sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran dan toko cinderamata), transportasi (jalan alternatif, aspal, hotmik dan jalan setapak), kendaraan (angkutan umum, becak, ojek dan sepeda), dan lain-lain (mushola, tempat parkir, MCK dan *shetler*).

Selanjutnya strategi pengembangan dalam aspek Fasilitas Pelayanan dapat dilihat dari hasil wawancara dengan Ibu Putri Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion sebagai berikut:

“Dari manajemen sudah berusaha untuk memaksimalkan fasilitas pelayanan ya baik mulai dari kebersihan, keamanan, tempat

tinggal jadi kita semua disini sudah berusaha untuk menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan untuk wisatawan yang datang disini”⁷⁰.

Selain itu Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer

1 (Kepegawaian) juga menambahkan sebagai berikut:

“Kalau di Dira Kencong sudah menyediakan beberapa fasilitas pelayanan seperti akomodasi. Misalnya sarana kebersihan Dira Kencong sudah menyediakan tempat sampah ya mulai di kolam renang, kafe, DFN, dan tempat parkir akan tetapi kami juga mengharapkan agar pengunjung yang datang disini juga dapat menjaga kebersihannya. Kemudian keamanan kita juga ada pos keamanan di dekat parkir sepeda motor, untuk parkir kita menggunakan karcis baik sepeda motor maupun mobil dan secara gratis. Kemudian tempat hiburan kita punya Dira *Hall*, kalau di hari *weekend* kita ada *life music* kemudian di hari-hari tertentu juga menyewa artis-artis lokal seperti artis dari banyuwangi ya. Kemudian untuk menginap bisa di Dira Hotel dan menikmati kuliner bisa di Dira *Cafe*. Selain itu untuk yang beragama Islam di sini juga ada mushola ya jadi bisa menunaikan ibadah sholat disana selain itu fasilitas lainnya seperti tempat parkir yang sangat luas serta ada ATM bersama sehingga memudahkan pengunjung atau wisatawan jika ingin melakukan tarik tunai”⁷¹.

Selain itu Bapak Fijay sebagai pelanggan Dira Kencong menyampaikan sebagai berikut:

“Menurut saya Dira Kencong ini sudah lumayan lengkap ya dan tempatnya yang enak buat nongkrong, baik di *Cafe* maupun di sekitar *Market* dan untuk di *Market*-nya sudah lumayan lengkap didalamnya, harganya pun terjangkau ya. Kalau untuk tempatnya *Instagramable* banget cocok untuk yang suka foto-foto”⁷².

Ibu Mega sebagai pelanggan Dira Kencong menambahkan sebagai berikut:

“Menurut saya dari segi tempat strategis, fasilitas ya lumayan mendukung dan menarik seperti di DFN dan *Cafe* bangunannya juga nyaman buat nongkrong. Hanya saja tempat parkir kalau siang panas

⁷⁰ Putri Dewi Ramadhani, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

⁷¹ Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

⁷² Fijay, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 04 Agustus 2019.

dan kalau untuk pelayanan ada beberapa karyawan yang kurang memberikan senyuman. Kalau dari segi harga, kalau di *Market*-nya sudah lumayan ya tetapi kalau untuk *Fashion*-nya agak mahal-mahal menurutku sih”.⁷³

Berdasarkan hasil pemaparan dari beberapa informan di atas bahwasanya strategi pengembangan pariwisata dalam aspek Fasilitas Pelayanan di Dira Kencong yaitu akomodasi, misalnya Dira *Cafe*, Dira *Shopping Center*, Dira *Hotel*, tempat hiburan (Dira *Hall* dengan *life music* di hari *weekend*), Pos Keamanan, Tempat Parkir, Mushola, dan sarana kebersihan (tempat sampah).

e. Informasi dan Promosi

Informasi dan promosi merupakan upaya untuk menyampaikan pesan, memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon wisatawan. Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leaflets/brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) mengenai strategi pengembangan pariwisata dalam aspek Informasi dan Promosi sebagai berikut:

“Untuk menyampaikan informasi dan promosi, yang dilakukan Dira Kencong menggunakan media sosial yaitu *Facebook*: Dira Kencong dan *Instagram*: @dirakencongshoppingcentre. Jadi kalau ada promo di Dira Kencong akan di *share* di media sosial Dira

⁷³ Mega, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 04 Agustus 2019.

Kencong untuk mempermudah memberikan informasi kepada masyarakat”.⁷⁴

Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion juga menyampaikan sebagai berikut:

“Begitupun dengan karyawan-karyawan, Dira Kencong saat ini memiliki jumlah karyawan sebanyak 396 orang di seluruh divisi. Dan semua karyawan dianjurkan untuk melakukan promosi di media sosial, nantinya postingan terbanyak dan bernilai bagus serta bermanfaat untuk Dira Kencong, perusahaan akan memberikan *reward* untuk pergi ke Singapore”.⁷⁵

Selanjutnya Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion juga menambahkan sebagai berikut:

“selain menggunakan sosial media dan juga karyawan Dira Kencong. Kami juga menggunakan baner untuk melakukan promosi serta memberikan informasi apabila disini ada hiburan musik dengan bintang tamu artis lokal, biasanya dari daerah banyuwangi. *Banner* itu di letakkan di perempatan-perempatan jalan di beberapa di kecamatan”.⁷⁶

Berdasarkan hasil dari pemaparan informan-informan diatas bahwa strategi pengembangan pariwisata dalam aspek Informasi dan Promosi di Dira Kencong yaitu Informasi dan Promosi menggunakan *banner* atau baliho di letakkan di perempatan-perempatan jalan di beberapa di kecamatan, menggunakan media sosial yaitu *Facebook*: Dira Kencong dan *Instagram*: @dirakencongshoppingcentre. Jadi kalau ada promo di Dira Kencong akan di *share* di media sosial Dira Kencong untuk

⁷⁴ Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

⁷⁵ Putri Dewi Ramadhani, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

⁷⁶ Bella Riska A., wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

mempermudah memberikan informasi kepada masyarakat serta melalui jumlah karyawan sebanyak 396 orang di seluruh divisi.

2. Dira Kencong dalam mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember

Keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu: *Cost Leadership*, *Diferensiasi*, dan *Fokus*.

1) *Cost Leadership*

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah dari pada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas/ produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomi, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya.

Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) yang menyampaikan sebagai berikut:

“Untuk Dira *Waterpark* kita berani menjual tiket dengan harga Rp 20.000 dan untuk anak dibawah 1 tahun masuk dengan gratis (tidak bayar). Para pengunjung Dira *Waterpark* Kencong tetap mendapatkan fasilitas yang tidak kalah dengan yang lainnya bahkan lebih baik seperti area kolam renang yang luas, wahana permainan air yang seru, dan juga ada kolam ombak buatan. Bagi pengunjung dalam jumlah besar (rombongan), jadi untuk rombongan pelajar minimal 50 siswa dan untuk rombongan umum minimal 100 orang, mendapatkan diskon potongan tiket Rp. 2000 perorangnya. kalau wahana lain seperti di DFN itu harga tiket masuknya Rp 10.000 didalamnya masih ada wahana lain seperti Dira Lampion Garden, main sepeda air, dan permainan lainnya dengan harga tiket Rp 5.000”.⁷⁷

Selain itu Bapak Fijay sebagai pengunjung Dira Kencong menyampaikan sebagai berikut:

“Menurut saya harga yang ditawarkan di Dira Kencong ini lumayan lah ya, seperti harga tiket masuk di *Waterpark* Rp 20.000 tapi didalamnya banyak wahana seru itu sebanding dengan fasilitas dan hiburan yang di dapat dan di wahana kolam renang tidak ada tiket tambahan jadi dengan tiket yang terjangkau sudah bisa menikmati wahana air yang seru.”⁷⁸

Ibu Mega sebagai penjung Dira Kencong menambahkan sebagai berikut:

“Menurut saya kalau dari segi harga, sudah enak ya. Dengan harga tiket Rp 20.000 di kolam renangnya udah bisa menikmati kolam renang yang luas, apalagi anak-anak saya suka sekali dengan wahana-wahana airnya salah satunya kolam ombak”.⁷⁹

Ibu Jelita sebagai penjung Niagara *Waterpark* Ambulu menyampaikan sebagai berikut:

“Harga tiket masuk di Niagara *Waterpark* Ambulu Rp 15.000 untuk hari senin sampai jum’at dan Rp 20.000 untuk hari sabtu dan minggu, harga tiket untuk parkirnya kalau motor Rp 5.000 dan untuk mobil Rp 10.000”.⁸⁰

⁷⁷ Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

⁷⁸ Fijay, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 04 Agustus 2019.

⁷⁹ Mega, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 04 Agustus 2019.

⁸⁰ Jelita, wawancara, Niagara *Waterpark* Ambulu pada tanggal 05 Agustus 2019.

Ibu Yati sebagai penjung Tiara *Waterpark* Jember menyampaikan sebagai berikut:

“Disini untuk masuknya atau tiket masuk harganya untuk hari senin sampai jum’at Rp 22.000 dan Rp 25.000 untuk hari sabtu dan minggu, kalau rombongan biasanya dapat diskon dengan minimal 20 pax, kalau anak-anak sekolah juga mendapatkan potongan ya kemarin liburan sekolah anak saya kesini dapat potongan ya lumayan lah”⁸¹.

Berdasarkan hasil pemaparan dari beberapa informan di atas bahwasanya mengenai keunggulan biaya, Dira Kencong masih unggul dengan harga tiket masuk yang relative normal dibandingkan dengan harga tiket masuk yang diberikan perusahaan lainnya dalam bidang yang sama. Strategi keunggulan biaya yang dilakukan adalah memasarkan produk seefisien mungkin dan semurah mungkin daripada pesaing.

2) Diferensiasi

Dalam strategi diferensiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya pada berbagai dimensi yang secara umum dihargai oleh pembeli. Cara melakukan diferensiasi berbeda untuk setiap industri. Diferensiasi dapat didasaekan pada produk itu sendiri. Sistem penyerahan produk yang dipergunakan untuk menjualnya, pendekatan pemasaran, dan faktor lain. Perusahaan yang dapat mencapai dan mempertahankan diferensiasi akan menjadi perusahaan berkinerja tinggi dalam industrinya. Logika dari strategi

⁸¹ Yati, wawancara, Tiara *Waterpark* Jember pada tanggal 05 Agustus 2019.

diferensiasi mengharuskan perusahaan memilih atribut untuk media mendiferensiasikan diri secara berbeda dengan atribut pesaingnya.

Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) yang menyampaikan sebagai berikut:

“Kalau untuk strategi diferensiasi di Dira Kencong bisa dilihat ya dari pembangunan Dira Kencong didukung oleh *design* yang *high casual* yang membuat pengunjung tertarik dan merasa nyaman. Tentunya dari manajemen berupaya untuk membuat Dira Kencong ini berbeda dengan yang lain dan membuat mereka kalau ke kencong ingat akan Dira Kencong ini. Di samping itu kita juga sebagai karyawan disini berusaha memberikan pelayanan yang sebaik mungkin agar mereka senang dan merasa puas”.⁸²

Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion juga menyampaikan sebagai berikut:

“Selain itu untuk wahana-wahana di Dira Kencong meliputi kolam renang *indoor* dan *outdoor*, wahana sepeda air, kolam ombak, *colombus*, rumah balon, *flayer* atau komidi putar mini train dan masih banyak lagi yang *design*-nya keren dan juga *instagramable* cocok untuk yang suka foto juga.”⁸³

Selanjutnya Ibu Putri Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion juga menyampaikan sebagai berikut:

“Ada wahana baru di Dira kencong yang menjadi spot favorit para pengunjung atau wisatawan yaitu wahana wisata rumah pohon dan taman bunga dengan *background* latar belakang miniatur rumah belanda. Di wahana satu ini akan merasakan sensasi yang berbeda seperti di negara kincir angin, atau juga di DFN yang *design*-nya seperti bangunan ala Eropa”.⁸⁴

Ibu Jelita sebagai penjung Niagara *Waterpark* Ambulu menyampaikan sebagai berikut:

⁸² Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

⁸³ Bella Riska A., wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

⁸⁴ Putri Dewi Ramadhani, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

“Untuk wahana Niagara *Waterpark* Ambulu kolam renang yang sangat luas dan di bagi menjadi 3 ya ada kolam untuk anak-anak, remaja, dan dewasa, kemudian ada sungai buatan, water boom, dan lain-lain. Karena Niagara ini berada di perbukitan jadi dapat memberikan suasana yang sejuk ya karena dikelilingi oleh pohon jati yang sangat banyak, selain itu ada cafe yang terbuka dan juga terdapat kolam renang yang yang bagus dengan ornamen pelengkap kolam renang, hiasan, meja, kursi, patung binatang, dan banyak lagi. Yang unik juga disini yaitu gazebonya ya yang berada di kaki bukit yang ditumbuhi pohon yang rindang. Menurut saya disini memang sangat cocok untuk liburan dengan keluarga yang suka dengan pemandangan alam”.⁸⁵

Ibu Yati sebagai penjung *Tiara Waterpark* Jember menyampaikan sebagai berikut:

“Menurut saya *Tiara Waterpark* Jember memiliki konsep yang mempesona karena memiliki sumber air yang jernih, kolam renang yang sangat luas, wahana permainan yang lengkap seperti kendaraan ATV, bianglala, *flying fox*, dan wahana mandi busa serta area hijau yang begitu luas yang cocok untuk berfoto-foto. Meskipun dari harga tiketnya lumayan mahal ya tapi ya bisa dibilang sepadan lah dengan menikmati semua yang ada disini”.⁸⁶

Berdasarkan hasil pemaparan dari beberapa informan di atas bahwasanya Dira Kencong memberikan sesuatu yang berbeda dan berharga bagi pengunjung atau wisatawan Dira Kencong. Tujuan diferensiasinya adalah untuk menghindarkan Dira Kencong dari persaingan harga yang murah karena keunikan dan nilai-nilai yang telah dimiliki. Pendekatan pemasaran dan pendekatan terhadap pengunjung atau wisatawan dilakukan dengan berusaha menciptakan suasana yang sangat nyaman untuk wisata keluarga dan dengan didukung oleh *design* yang *high casual* dan *instagramable* serta

⁸⁵ Jelita, wawancara, Niagara *Waterpark* Ambulu pada tanggal 05 Agustus 2019.

⁸⁶ Yati, wawancara, *Tiara Waterpark* Jember pada tanggal 05 Agustus 2019.

beberapa bangunan unik ala Eropa menjadikan Dira Kencong berbeda dengan perusahaan yang sejenis.

3) Fokus

Strategi fokus akan sangat efektif ketika konsumen mempunyai pilihan atau persyaratan tertentu yang dapat dipenuhi oleh perusahaan dan ketika perusahaan pesaing tidak berusaha untuk melakukan spesialisasi dalam segmen konsumen yang sama. Apabila perusahaan dapat mencapai keunggulan biaya yang dapat dipertahankan (fokus biaya) atau diferensiasi (fokus diferensiasi) dalam segmennya dan segmen tersebut menarik secara struktural, maka penganut strategi fokus akan menjadi perusahaan yang berkinerja tinggi di dalam industrinya.

Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian) yang menyampaikan sebagai berikut:

“Pasar sasaran Dira Kencong kalau dari *Owner*-nya sendiri sih targetnya kalangan menengah kebawah ya, mengapa harus menengah kebawah jadi dengan kita ngumpulin orang-orang mohon maaf dari segi ekonominya rendah katakanlah mereka kesini mau renang atau mau ke wisata malamnya yang dengan harga tiket yang terjangkau tapi mereka bisa menikmati wahana-wahana yg ada disini. Salah satunya itu sih jadi memang kita sasarannya menengah kebawah dulu karena dengan estimasi dengan menyelaraskan kemampuan daya beli sekitar sini dulu”.⁸⁷

Selain itu Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion juga menambahkan sebagai berikut:

⁸⁷ Tommy Nurdansyah, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 28 Juli 2019.

“Target pengunjung atau wisatawan dari Dira Kencong ini semua kalangan ya baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin menikmati waktu senggang atau liburan dengan nyaman, tujuan utama yaitu agar semua kalangan yang bisa menikmati fasilitas wahana-wahana seru dan unik, pengunjung atau wisatawan yang datang di Dira Kencong dari segi usia merata ya mulai dari anak-anak sampai dengan orang dewasa”.⁸⁸

Selanjutnya Ibu Putri Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira

Fashion juga menyampaikan sebagai berikut:

“Meskipun Dira Kencong ini berada di Desa namun fasilitas yang kami berikan masih berkelas ya, jadi terutama bagi masyarakat sekitar yang penghasilannya ya katakanlah dari tani, dagang, mereka bisa menikmati wahana-wahana yang ada di Dira Kencong”.⁸⁹

Ibu Jelita sebagai penjung Niagara *Waterpark* Ambulu menyampaikan sebagai berikut:

“Kalau saya lihat Di Niagara *Waterpark* Ambulu pengunjungnya ya mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa ya. Untuk kolamnya pun kan udah dibedakan jadi ya menurut saya memang semua usia bisa sih menikmati disini”.⁹⁰

Ibu Yati sebagai penjung Tiara *Waterpark* Jember menyampaikan sebagai berikut:

“Menurut saya Tiara *Waterpark* Jember karena wahana-wahana yang seru untuk anak-anak jadi pengunjung yang paling banyak itu ya tetapi kalau remaja sama dewasa juga bisa apalagi beberapa waktu lalu juga ada bule disini ya mungkin karena disini tempatnya dekat kota ya”.⁹¹

Berdasarkan hasil pemaparan dari beberapa informan di atas bahwasanya kriteria pengunjung atau wisatawan Dira Kencong yaitu kalangan menengah kebawah mulai dari anak-anak sampai dengan

⁸⁸ Bella Riska A., wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

⁸⁹ Putri Dewi Ramadhani, wawancara, Dira Kencong pada tanggal 12 Agustus 2019.

⁹⁰ Jelita, wawancara, Niagara *Waterpark* Ambulu pada tanggal 05 Agustus 2019.

⁹¹ Yati, wawancara, Tiara *Waterpark* Jember pada tanggal 05 Agustus 2019.

orang dewasa, selain itu wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis peneliti dari data yang diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkenaan dengan strategi pengembangan Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember, maka hasil tersebut perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan berkaitan dengan topik penelitian ini, untuk itu pembahasan temuan ini akan disesuaikan dengan sub yang menjadi pokok pembahasan, guna mempermudah dalam menjawab pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian. Hasil temuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Dira Kencong di Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil penelitian dan yang telah peneliti temukan dilapangan. Strategi pengembangan Dira Kencong di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember terdapat dalam beberapa aspek pengembangan pariwisata sebagai berikut:

a. Wisatawan (Tourist)

Wisatawan yang berkunjung di Dira Kencong meliputi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Untuk kriteria pengunjung semua segala usia mulai dari anak-anak sampai dengan orang dewasa, dan jumlah pengunjung yang datang di Dira Kencong

paling banyak saat liburan sekolah dan di hari *weekend* (sabtu dan minggu).

b. Transportasi

Dira Kencong belum ada transportasi (darat, laut, udara, dan domestik) untuk wisatawan namun di Dira kencong menyediakan transportasi untuk beberapa karyawan misalnya karyawan di bagian admin semua divisi.

c. Atraksi/Obyek Wisata

Apa yang dapat dilihat (*something to see*), para pengunjung atau wisatawan dapat melihat bangunan-bangunan yang unik di Dira Cafe, DFN, dan dapat menikmati *life music* di hari *weekend*. Apa yang dilakukan (*something to do*), para pengunjung atau wisatawan dapat berenang, berbelanja, foto selfi, menikmati makanan dan minuman serta bermain di wahana-wahana yang ada di Dira Kencong. Apa yang dapat dibeli (*something to buy*), para pengunjung atau wisatawan dapat membeli sesuatu yang sudah tersedia di Dira *Shopping Center*, Dira *Cafe*, dan Dira *Market*.

d. Fasilitas Pelayanan

Fasilitas Pelayanan di Dira Kencong yaitu akomodasi, misalnya Dira *Cafe*, Dira *Shopping Center*, Dira *Hotel*, tempat hiburan (Dira *Hall* dengan *life music* di hari *weekend*), Pos Keamanan, Tempat Parkir, Mushola, dan sarana kebersihan (tempat sampah).

e. Informasi dan Promosi

Informasi dan Promosi menggunakan *banner* atau baliho di letakkan di perempatan-perempatan jalan di beberapa di kecamatan, menggunakan media sosial yaitu *Facebook*: Dira Kencong dan *Instagram*: @dirakencongshoppingcentre. Jadi kalau ada promo di Dira Kencong akan di *share* di media sosial Dira Kencong untuk mempermudah memberikan informasi kepada masyarakat serta melalui jumlah karyawan sebanyak 396 orang di seluruh divisi.

Hal ini sesuai dengan kajian teori yang telah disampaikan. Sebagaimana dalam bukunya Oka A. Yoeti “*Perencanaan dan Pembangunan Pariwisata*” menyebutkan bahwa pengembangan pariwisata ini ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu:⁹²

1) Wisatawan (*Tourist*)

Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.

2) Transportasi

Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata yang dituju.

⁹² Oka A. Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata* (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 1997), 2-3.

3) Atraksi/Obyek Wisata

Bagaimana obyek wisata dan atraksi yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat berikut, apa yang dapat dilihat, apa yang dilakukan dan apa yang dapat dibeli.

4) Fasilitas Pelayanan

Fasilitas apa saja yang tersedia, bagaimana akomodasi perhotelan yang ada restoran, pelayanan umum seperti *Bank/Money Changer*, Kantor Pos, telepon/teleks yang akan dikunjungi wisatawan.

5) Informasi dan Promosi

Diperlukan publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana leaflets/brosur disebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan.

2. Dira Kencong dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata di Kabupaten Jember

Sebagaimana dilihat dari hasil penelitian dan yang telah peneliti temukan dilapangan. Dira Kencong dalam mencapai keunggulan kompetitif di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember terdapat beberapa strategi sebagai berikut:

a. *Cost Leadership*

Dira Kencong bahwasanya mengenai keunggulan biaya, Dira Kencong masih unggul dengan harga tiket masuk yang relative normal dibandingkan dengan harga tiket masuk yang diberikan perusahaan lainnya dalam bidang yang sama. Strategi keunggulan

biaya yang dilakukan adalah memasarkan produk seefisien mungkin dan semurah mungkin daripada pesaing.

b. Diferensiasi

Dira Kencong memberikan sesuatu yang berbeda dan berharga bagi pengunjung atau wisatawan Dira Kencong. Tujuan diferensiasinya adalah untuk menghindarkan Dira Kencong dari persaingan harga yang murah karena keunikan dan nilai-nilai yang telah dimiliki. Pendekatan pemasaran dan pendekatan terhadap pengunjung atau wisatawan dilakukan dengan berusaha menciptakan suasana yang sangat nyaman untuk wisata keluarga dan dengan didukung oleh *design* yang *high casual* dan *instagramable* serta beberapa bangunan unik ala Eropa menjadikan Dira Kencong berbeda dengan perusahaan yang sejenis.

c. Fokus

Kriteria pengunjung atau wisatawan Dira Kencong yaitu kalangan menengah kebawah mulai dari anak-anak sampai dengan orang dewasa, selain itu wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Hal ini sesuai dengan kajian teori yang telah disampaikan. Sebagaimana dikutip Freddy Rangkuti “*Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*”. Yang mana telah dijelaskan bahwa Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar. Menurut

Porter, ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing, yaitu:

- a. *Cost Leadership*
- b. Diferensiasi
- c. Fokus

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah daripada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas/ produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia memanfaatkan skala ekonomi, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya. Perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan *brand image* yang lebih unggul. Selain itu, strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.⁹³

Jika dilihat dari jangkauan bersaing yaitu keluasan pasar sasaran unit bisnis atau perusahaan, Dira Kencong memiliki pasar sasaran yang sempit dengan target kalangan menengah kebawah

⁹³ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 6.

sehingga dengan jangkauan bersaing secara sempit dengan keunggulan kompetitif biaya rendah dan diferensiasi maka strategi yang digunakan Dira Kencong yaitu strategi fokus biaya dan strategi diferensiasi terfokus.

Hal ini sesuai dengan kajian teori yang telah disampaikan. Sebagaimana J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen “*Manajemen Strategis*”, menyebutkan bahwa:

Tabel 2.2
Strategi Bersaing Generik dari Porter
Keunggulan Kompetitif

		Biaya Rendah	Deferensiasi
		Jangkauan Bersaing	
Target Luas	Kepemimpinan Biaya	Deferensiasi	
Target Sempit	Fokus Biaya	Deferensiasi Terfokus	

Sumber: Dicitak dengan ijin ulang dari *The Free Press*, percetakan dalam Simon & Schuster, Dari *The Competitive Advantage of Nations*, oleh Michael E. Porter, hal 39. Hak cipta ©1990 oleh Michael E. Porter.

Kombinasi dari dua jenis pasar sasaran dan dua strategi bersaing menghasilkan empat variasi strategi generik seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.2. Apabila strategi biaya rendah dan diferensiasi memenuhi pasar sasaran luas, maka strateginya dikenal dengan

kepemimpinan biaya (*cost leadership*) dan diferensiasi. Apabila pasar sasarannya sempit, maka dikenal dengan strategi fokus biaya dan diferensiasi terfokus.⁹⁴



⁹⁴ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, 246-250.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah memberikan pengantar dan gambaran secara terpadu dan menganalisis beberapa permasalahan yang diteliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Dira Kencong di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember dalam beberapa aspek yaitu Wisatawan (*Tourist*), wisatawan di Dira Kencong meliputi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Transportasi, Dira Kencong belum ada transportasi (darat, laut, udara, dan domestik) untuk wisatawan.

Atraksi/Obyek Wisata, para pengunjung atau wisatawan dapat melihat bangunan-bangunan yang unik dan dapat berenang, berbelanja, foto selfi, menikmati kuliner serta bermain di wahana-wahana yang ada di Dira Kencong serta membeli sesuatu yang sudah tersedia di Dira *Shopping Center*, Dira *Cafe*, dan Dira *Market*. Fasilitas Pelayanan, yaitu akomodasi, misalnya Dira *Cafe*, Dira *Shopping Center*, Dira *Hotel*, tempat hiburan (Dira *Hall* dengan *life music* di hari *weekend*), Pos Keamanan, Tempat Parkir, Mushola, dan sarana kebersihan (tempat sampah). Informasi dan Promosi, menggunakan *banner* atau baliho, media sosial yaitu *Facebook*: Dira Kencong dan *Instagram*:

@dirakencongshoppingcentre serta melalui jumlah karyawan sebanyak 396 orang di seluruh divisi.

2. Dira Kencong dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember yaitu menggunakan strategi Diferensiasi. Strategi Dira Kencong memberikan sesuatu yang berbeda dan unik dengan menciptakan suasana yang sangat nyaman untuk wisata keluarga dan dengan didukung oleh *design* yang *high casual* dan *instagramable* serta beberapa bangunan unik ala Eropa menjadikan Dira Kencong berbeda dengan perusahaan yang sejenis.

B. Saran-saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Kepada Pemilik/*owner* Dira Kencong agar memperhatikan ancaman yang akan datang dari luar. Hal ini bertujuan menjadikan Dira Kencong mampu untuk tetap bersaing.
2. Dira Kencong tetap mempertahankan konsep bisnis dengan strategi *Cost Leadership*, Diferensiasi, dan Fokus sehingga Dira Kencong tetap berinovasi dan berkembang sesuai dengan tuntutan zaman, khususnya di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember.
3. Dira Kencong tetap mempertahankan pelayanannya dan selalu mengantisipasi pada saat liburan yang pengunjungnya datang berkali lipat seperti di Dira *Cafe* agar pelanggan tetap terlayani pesannya sehingga datang di Dira Kencong lebih nyaman dan senang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto. 2018. *Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso*. Skripsi: IAIN Jember.
- Agus, Suryono. 2004. *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Amir, Taufiq. 2011. *Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Wakli Pers.
- Amirul Hadi dan Hariyono. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arifah, Siti. 2017. *Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Tanjung*. Skripsi: IAIN Jember.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azrima, Nur. 2016. *Strategi Peningkatan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Tambak Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar*. Skripsi: (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dewi Aulia dan Andri Ikhwana. 2012. *Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra Dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus Di Pabrik Sutra Tiga Putra)*. Jurnal: Sekolah Tinggi Teknologi Garut , Vol.10 No.1.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Hafsah, Muhammad Jafar. 2000. *Kemitraan Usaha*. Jakarta: Sinar Harapan.
- J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.

- James dan Akrasana. 1993 *Aspek-Aspek Financial Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: LP3ES.
- Jannah, Wardatul. 2017. *Pengembangan Usaha Sangkar Burung (Korongan) Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember*. Skripsi: IAIN Jember.
- Jeane neltje saly, *Usaha Kecil, Penanaman Modal Asing Dalam Perspektif Pandangan Internasional* (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2001), hal 35.
- Laksono, Shodikin Wahyudi. 2017. *Analisis Strategi Pengembangan Pasar Pada Usaha Kecil, Zabdhan Handicraft Di Desa Bagon Kecamatan Puger Kabupaten Jember*. Skripsi: IAIN Jember.
- Lexy J. Moleong. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- M. Djamal. 2015. *Paradigma Peneltian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Munir, Ahmad Misbakhul. 2017. *Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerh (PAD) Kabupaten Jember*. Skripsi: IAIN Jember.
- Nasrulloh. 2018. *Strategi Pengusaha Batu Padas Di Desa Banyuputih Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso*. Skripsi: IAIN Jember.
- Novy Anjar Muslikah, Andi Tri Haryono, dan Cicik Harini. *Pengaruh Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Dengan Kinerja Usaha (Pengusaha) Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada UKM Mebel di Desa Kembang Kab. Jepara)*. Jurnal: Universitas Pandanaran Semarang).
- Pua, Ibrahim. 2018. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Persaingan Bisnis Penitipan Sepeda Motor (Studi Kasus Di Desa Makamhaji, Kecamatan Kartasura, Kabupaten. Sukoharjo, Jawa Tengah)*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Putriyanti, Sintiya. 2018. *Strategi Pengembangan Wisata Sarang Tawon Dalam Mengembangkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Sanenrejo Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember*. Skripsi: IAIN Jember.
- Putu Pratama Adiputra dan Kastawan Mandala. 2017. *Pengaruh Kompetensi Dan Kapabilitas Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan*. Jurnal: Universitas Udayana (Unud), Bali Vol. 6, No. 11.

- Rahmania, Azizati. 2016. *Pengembangan Wisata Alun-alun Kota Malang Prespektif Masalah Mursalah*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulan Malik Ibrahim Malang Tahun.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Richardus Eko Indrajit, Richardus Djokopranoto. *Proses Bisnis Outsourcing*. Jakarta: Gerasindo.
- Sholihah, Anis. 2015. *Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Di Home Industri Kelompok Usaha Bersama Kucai Jaya Kalibeber Wonosobo*. Skripsi: UIN Walisongo.
- Sitohang, Widodo. 2014. *Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Samosir (Studi Pada Dinas Pariwisata, Seni, Dan Budaya Kabupaten Samosir*. Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Subeki Ridhotulloh dan Mohammad Jauhar. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prestasi Pustakarya.
- Sujana. 2012. Asep ST, *Manajemen Minimarket*.
- Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, dan Doug Wilson. 2008 *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tim Penyusun. 2015. *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tim Revisi IAIN Jember. 2017. *Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yoeti, Oka, A., 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradaya Pratama.
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV ANDI OFSET.
- <http://www.jemberkab.go.id/#>

https://id.wikipedia.org/wiki/Kencong,_Jember diakses pada tanggal 03 oktober2019

<https://suaraindonesia-news.com/dira-waterpark-kencong-jadi-pilihan-liburan-akhir-tahun/>, di akses pada tanggal 04 April 2019.



Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pengembangan Dira Kencong Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata Di Kabupaten Jember	<ol style="list-style-type: none"> Strategi Pengembangan Keunggulan Kompetitif 	<ol style="list-style-type: none"> Definisi Strategi Pengembangan Pariwisata Jenis-Jenis Strategi Pengembangan pariwisata Aspek-Aspek Pengembangan Pariwisata: <ol style="list-style-type: none"> Wisatawan (<i>Tourist</i>) Transportasi Atraksi/Obyek Wisata Fasilitas Pelayanan Informasi dan Promosi Strategi Bersaing: <ol style="list-style-type: none"> <i>Cost Leadership</i> Diferensiasi Fokus 	<ol style="list-style-type: none"> Informan: <ol style="list-style-type: none"> Manajer Dira Kencong Asisten Manajer Dira Kencong Operasional Karyawan Dira Kencong Pelanggan Dira Kencong Kepustakaan Internet 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan Dan Jenis Penelitian: <ol style="list-style-type: none"> Metode Penelitian Kualitatif Jenis Penelitian <i>Descriptive Research</i> (Penelitian Deskriptif) Lokasi Penelitian Pada Dira Kencong Di Jalan Krakatau Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember Subyek Penelitian: <i>Purposive</i> Teknik Pengumpulan Data: <ol style="list-style-type: none"> Observasi Wawancara Dokumentasi Analisis Data: <ol style="list-style-type: none"> Reduksi Data Penyajian Data Penarikan Kesimpulan Dan Verifikasi Keabsahan Data: Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana Strategi Pengembangan Pada Dira Kencong Di Kabupaten Jember? Bagaimana Dira Kencong Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Pariwisata Di Kabupaten Jember?

PEDOMAN WAWANCARA

Profil perusahaan:

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya Dira Kencong?
2. Berapa luas wilayah yang dikelola Dira Kencong?
3. Apa motto Dira Kencong?
4. Sebutkan visi dan misi Dira Kencong?
5. Bagaimana struktur organisasi Dira Kencong?
6. Bagaimana denah lokasi Dira Kencong?

Pertanyaan wawancara untuk perusahaan:

1. Siapakah yang menjadi pengunjung atau wisatawan di Dira Kencong?
2. Adakah transportasi di Dira Kencong?
3. Apa sajakah obyek wisata ditawarkan Dira Kencong?
4. Seperti apa fasilitas pelayanan yang di Dira Kencong?
5. Bentuk promosi seperti apa yang telah dilakukan Dira Kencong dalam mengembangkan pasarnya?
6. Berapa jumlah karyawan Dira Kencong?
7. Melihat kondisi saat ini dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang meningkat, maupun perkembangan teknologi yang semakin canggih. Bagaimana cara Dira Kencong menghadapinya?
8. Siapakah pesaing utama perusahaan?
9. Menurut anda bagaimana lokasi usaha Dira Kencong?
10. Siapa sajakah pasar sasaran pada bisnis ini?

11. Bagaimana strategi *cost leadership* di Dira Kencong ini?

12. Bagaimana strategi diferensiasi di Dira Kencong ini?

13. Bagaimana strategi fokus di Dira Kencong ini?

Pertanyaan wawancara untuk pelanggan:

1. Apa sajakah yang anda ketahui produk (barang dan jasa) yang dijual di Dira Kencong?

2. Menurut anda bagaimana produk (barang dan jasa) yang dijual di Dira Kencong?

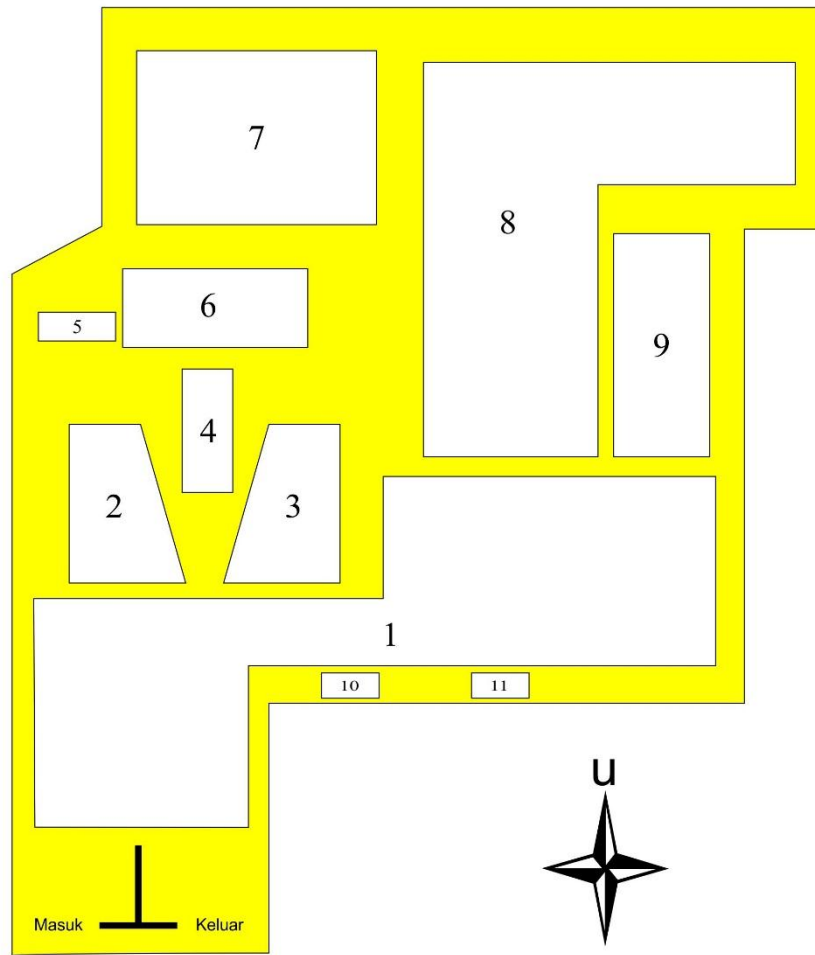
3. Menurut anda bagaimana harga produk (barang dan jasa) yang dijual di Dira Kencong?

4. Menurut anda bagaimana tempat atau fasilitas yang ada di Dira Kencong?

5. Darimanakah anda mendapat informasi seperti promo-promo atau yang lain tentang Dira Kencong?

IAIN JEMBER

DENAH LOKASI DIRA KENCONG



Keterangan:

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Parkir | 7. Dira <i>Waterpark</i> |
| 2. Dira <i>Shopping & Center</i> | 8. Dira <i>Fantastic Night</i> |
| 3. Dira <i>Market</i> | 9. Dira <i>Hotel</i> |
| 4. Dira <i>Cafe</i> | 10. Mushola |
| 5. Toilet | 11. Toilet |
| 6. Dira Gedung Serbaguna | |

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamau'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Yang bertandatangan dibawah ini:


Nama : Arik Krisdianti
NIM : E20152136
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Strategi Pengembangan Dira Kencong dalam mencapai Keunggulan Kompetitif di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember*" adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi ataupun karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan telah disebut dalam footnote dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Jember, 21 November 2019


ARIK KRISDIANTI
NIM. E20152136



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B.155/In.20/7.a/PP.00.9/07/2019
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian Skripsi**

Kepada Yth.
Manager Dira Park Kencong
Di

TEMPAT

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Arik Krisdianti
NIM : E20152136
Semester : VIII
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Alamat : Dusun Kebonsari Desa Tanjungsari
: Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember
No TLP : 085735454261
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Dira Park Kencong Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Di Desa Kencong Kecamatan Kencong Kabupaten Jember**

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 22 Februari 2019

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
Pengembangan Lembaga



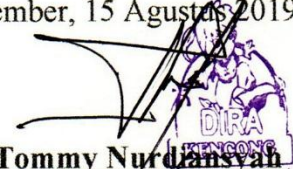
Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

NIP. 30830 199903 1 002

JURNAL PENELITIAN

NO.	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1	21 Juli 2019	Menyerahkan surat penelitian	
2	28 Juli 2019	Wawancara dengan Bapak Tommy Nurdiansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian)	
3	01 Agustus 2019	Observasi untuk denah lokasi	
4	04 Agustus 2019	Wawancara dengan Ibu Mega dan Bapak Fijay (pelanggan Dira Kencong)	
5	12 Agustus 2019	Wawancara dengan Ibu Putri Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion	
		Wawancara dengan Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion	
6	15 Agustus 2019	Meminta surat selesai penelitian	

Jember, 15 Agustus 2019



Tommy Nurdiansyah
Asisten Manajer 1 (Kepegawaian)

DIRA KENCONG shopping center and waterpark



**CV. DIRA KENCONG SHOPPING CENTER
AND WATERPARK**

SURAT KETERANGAN

Nomor : 002/DKSC/HRD/VIII/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Tommy Nurdansyah**

Jabatan : HRD

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan dibawah ini :

Nama : Arik Krisdianti

Alamat : Dusun Kebonsari RT 02 RW 03 Tanjungsari, Umbulsari

Benar adalah mahasiswa IAIN Jember yang telah melakukan penelitian di Dira Kencong Shopping Centre and Waterpark guna menyelesaikan Tugas Akhir / Skripsi.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 Agustus 2019

CV. Dira Kencong Shopping Center
And Waterpark

Tommy Nurdansyah

HRD

DOKUMENTASI



Dira Shopping Center dan Dira Market



Dira Cafe dan Dira hall (Gedung Serbaguna)



Dira Waterpark



DFN (*Dira Funtastic Night*)



Dira Hotel



Tempat Parkir Sepeda Motor



Bapak Tommy Nurdansyah selaku Asisten Manajer 1 (Kepegawaian)



Ibu Bella Riska A. selaku Admin Dira Fashion



Dewi Ramadhani selaku Koordinator Dira Fashion



Bapak Fijay dan Ibu Mega pelanggan Dira Kencong

BIODATA PENULIS



Nama : Arik Krisdianti
NIM : E20152136
Tempat Tanggal Lahir : Jember, 17 Juni 1997
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat : Dusun Kebonsari RT.002/RW.003 Desa Tanjungsari
Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember

RIWAYAT PENDIDIKAN:

SDN Tanjungsari 1 (2003 - 2009)
SMPN 1 Umbulsari (2009 - 2012)
SMKN 6 Jember (2012 - 2015)
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember (2015 – 2019)