

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Peran

Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia, peran adalah sesuatu yang menjadi bagian atau memegang pimpinan terutama dalam terjadinya suatu hal atau peristiwa. Menurut *Soejono Soekanto* dalam buku yang berjudul ‘sosiologi suatu pengantar,’ menjelaskan pengertian peranan merupakan aspek dinamis kedudukan. Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Sebagaimana dengan kedudukan, peranan juga mempunyai dua arti. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya.

Peran adalah suatu rangkaian perilaku yang teratur, yang ditimbulkan karena suatu jabatan tertentu, atau karena adanya suatu kantor yang mudah dikenal. Kepribadian seseorang barangkali juga amat mempengaruhi bagaimana peranan harus dijalankan. Peranan timbul karena seseorang memahami bahwa ia bekerja tidak sendirian. Mempunyai lingkungan, yang setiap saat diperlukan untuk berinteraksi. Lingkungan itu luas dan beraneka macam, dan masing-masing akan mempunyai lingkungan yang berlainan. Tetapi peranan yang harus dimainkan pada hakekatnya tidak ada perbedaan

Menurut (Siswanto & Thoha, 2012) ada tiga peran yang dilakukan pemimpin dalam organisasi yaitu:

- 1) Peran Antar Pribadi (*Interpersonal Role*), dalam peranan antar pribadi, atasan harus bertindak sebagai tokoh, sebagai pemimpin dan sebagai penghubung agar organisasi yang dikelolanya berjalan dengan lancar. Menurut (Siswanto & Thoha, 2012) dibagi atas tiga peranan yang merupakan perincian lebih

lanjut dari peranan antarpribadi ini. Tiga peranan ini dijelaskan sebagai berikut:

- a) Peranan sebagai tokoh (*Figurehead*), yakni suatu peranan yang dilakukan untuk mewakili organisasi yang dipimpinnya didalam setiap kesempatan dan persoalan yang timbul secara formal.
 - b) Peranan sebagai pemimpin (*Leader*), dalam peranan ini atasan bertindak sebagai pemimpin. Ia melakukan hubungan interpersonal dengan yang dipimpin, dengan melakukan fungsi-fungsi pokoknya diantaranya pemimpin, memotifasi, mengembangkan, dan mengendalikan.
 - c) Peranan sebagai pejabat perantara (*Liaison Manager*), disini atasan melakukan peranan yang berinteraksi dengan teman sejawat, staf, 13 dan orang-orang yang berada diluar organisasinya, untuk mendapatkan informasinya.
- 2) Peranan Yang Berhubungan Dengan Informasi (*Informational Role*), peranan interpersonal diatas meletakkan atasan pada posisi yang unik dalam hal mendapatkan informasi. Peranan *interpersonal* diatas Mintzberg merancang peranan kedua yakni yang berhubungan dengan informasi ini.
- 3) Peranan Pengambil Keputusan (*Decisional Role*), dalam peranan ini atasan harus terlibat dalam suatu proses pembuatan strategi di dalam organisasi yang di pimpinnya. (Siswanto & Thoha, 2012) berkesimpulan bahwa pembagian besar tugas atasan pada hakikatnya digunakan secara penuh untuk memikirkan sisitem pembuatan strategi organisasinya. Keterlibatan ini disebabkan karena:
- a) Secara otoritas formal adalah satu-satunya yang diperbolehkan terlibat untuk memikirkan tindakan-tindakan yang penting atau yang baru dalam organisasinya.
 - b) Sebagai pusat informasi, atasan dapat memberikan jaminan atas keputusan yang terbaik, yang mencerminkan pengetahuan yang terbaru dan nilai-nilai organisasi.

- c) Keputusan-keputusan yang strategis akan lebih mudah diambil secara terpadu dengan adanya satu orang yang dapat melakukan kontrol atas semuanya.

Ada empat peranan atasan/manajer yang di kelompokkan kedalam pembuatan keputusan:

- 1) Peranan sebagai *entrepreneur*, dalam peranan ini Mintzberg mengemukakan peranan entrepreneur dimulai dari aktifitas melihat atau memahami secara teliti persoalan-persoalan organisasi yang mungkin bisa digarap.
- 2) Peranan sebagai penghalau gangguan (*disturbance handler*), peranan ini membawa atasan untuk bertanggung jawab terhadap organisasi ketika organisasinya terancam bahaya, misalnya: akan bubar, terkena gosip, isu-isu kurang baik, dan sebagainya.
- 3) Peranan sebagai pembagi sumber (*resource allocator*), membagi sumber dana adalah suatu proses pembuatan keputusan. Di sini seorang atasan mengambil peranan dalam mengambil keputusan kemana sumber dana yang akan didistribusikan ke bagian-bagian dari organisasinya. Sumber dana ini meliputi sumber yang berupa uang, waktu, perbekalan tenaga kerja dan reputasi.
- 4) Peranan sebagai negosiator, peranan ini meminta kepada atasan untuk aktif berpartisipasi dalam arena negosiasi.

Menurut *David Berry (2003:105)*, mendefenisikan peranan sebagai harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu. Harapan-harapan tersebut merupakan imbalan dari norma-norma sosial dan oleh karena itu dapat dikatakan bahwa peranan itu ditentukan oleh norma-norma didalam masyarakat. Dalam peranan itu terdapat dua harapan yaitu harapan yang dimiliki oleh si pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang yang menjalankan peranannya atau (*Siswanto & Thoha, 2012*). kewajiban-kewajibannya. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa peran adalah perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang karena kewajibannya dari jabatan atau pekerjaannya.

Menurut (*Veritzal, 2004*), peranan diartikan sebagai perilaku yang diatur dan diharapkan seseorang dalam posisi tertentu. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa

semakin tinggi kedudukan seseorang dalam suatu hierarki organisasi, semakin sedikit keterampilan teknis yang diperlukan. Sebaliknya, semakin rendah kedudukan seseorang dalam suatu hierarki organisasi, semakin penting keterampilan teknis yang diperlukan,

Menurut (Soekanto & Soejono, 2012) peranan mencakup dalam tiga hal yaitu:

- 1) Peranan meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan. Norma-norma tersebut secara sosial di kenal ada empat meliputi :
 - a) Cara (*Usage*) ; lebih menonjol di dalam hubungan antarindividu dalam masyarakat. Suatu penyimpangan terhadapnya tak akan mengakibatkan hukuman yang berat, akan tetapi hanya sekedar celaan dari individu yang dihubunginya.
 - b) Kebiasaan (*folkways*), sebagai perbuatan yang berulang-ulang dalam bentuk yang sama merupakan bukti bahwa orang banyak menyukai perbuatan tersebut.
 - c) Tata kelakuan (*mores*), merupakan cerminan sifat-sifat yang hidup dari kelompok manusia yang dilaksanakan sebagai alat pengawas, secara sadar maupun tidak sadar, oleh masyarakat terhadap anggota-anggotanya.
 - d) Adat istiadat (*custom*), merupakan tata kelakuan yang kekal serta kuat integrasinya dengan pola-pola perilaku masyarakat dapat meningkatkan kekuatan mengikatnya menjadi custom atau adat istiadat.
- 2) Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- 3) Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Perilaku individu adalah aktivitas seorang atasan dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian dan pengendalian untuk mengambil keputusan tentang kecocokan antar individu, tugas pekerjaan dan efektivitas.

Keputusan tersebut dipengaruhi oleh ciri atasan dan bawahan yang dipengaruhi oleh perilaku individu.

Ada 4 ciri utama individu, yaitu:

- a) Persepsi (*perception*) adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu.
- b) Sikap (*attitude*) adalah kesiapsiagaan mental yang diorganisasikan melalui pengalaman yang memiliki pengaruh tertentu terhadap tanggapan seseorang terhadap orang, obyek, dan situasi yang berhubungan dengannya.
- c) Kepribadian adalah serangkaian ciri yang relatif mantap, kecenderungan dan perangai yang sebagian besar dibentuk oleh faktor keturunan dan oleh faktor-faktor sosial, kebudayaan dan lingkungan.
- d) Belajar adalah proses terjadinya perubahan yang relatif tetap dalam perilaku sebagai akibat dari praktek.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peranan adalah suatu kompleks penghargaan seseorang terhadap cara menentukan sikap dan perbuatan dalam situasi tertentu berdasarkan atas kedudukan sosial tertentu.

2.1.2 Konsep Stakeholder

Stakeholder, menurut definisi dari (kusumedi, 2010), merujuk kepada pihak-pihak yang memiliki potensi untuk mempengaruhi atau menerima dampak dari keputusan yang dibuat, atau mereka yang memiliki perhatian dan kemampuan untuk memengaruhi hasil dari suatu kegiatan. Dalam konteks pengelolaan perusahaan, peran stakeholder, seperti yang dinyatakan oleh (analisis stakeholder dalam pengembangan program diklat di balai iklat aparaturnya kementerian kelautan dan perikanan) menjadi krusial karena mereka bisa individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat, atau dipengaruhi secara langsung oleh program atau kegiatan pembangunan.

Dalam konteks pariwisata, stakeholder yang terlibat meliputi pemerintah, swasta, dan masyarakat, seperti yang dijelaskan oleh Suwantoro (2021). Masing-masing memiliki peran unik: pemerintah bertanggung jawab atas kebijakan dan infrastruktur pendukung, swasta menyediakan sarana pendukung seperti akomodasi dan transportasi, sedangkan masyarakat lokal berperan sebagai pemilik dan

pengelola objek wisata, memberikan nilai tambah melalui kearifan lokal dan budaya sehari-hari.

Stakeholder dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu stakeholder primer dan sekunder, seperti yang diuraikan oleh (Hetifah, 2021). Stakeholder primer memiliki kepentingan langsung dalam pengambilan keputusan, sementara stakeholder sekunder memiliki kepentingan tidak langsung atau berkaitan dengan sebagian aspek pengelolaan objek wisata.

Dalam konteks manajemen stakeholder, penting untuk mengakui dan mengelola kepentingan serta interaksi yang kompleks antara berbagai pihak yang terlibat. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen stakeholder yang dijelaskan oleh (Grimble & K. Wellard., 2021) yang menekankan pentingnya komunikasi terbuka, pengakuan terhadap saling ketergantungan, serta kerja sama untuk mengelola risiko dan konflik yang mungkin timbul.

Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang stakeholder dan peran mereka sangat penting untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing. Komunikasi dan kolaborasi yang efektif antara stakeholder dapat menghasilkan pengelolaan yang lebih baik atas sumber daya alam dan budaya, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi masyarakat setempat dan pihak terkait lainnya.

2.1.3 Konsep Peran Stakeholder

Aspek sosial memainkan peran penting dalam mendukung kinerja sektor ekowisata ini tidak hanya mencakup identifikasi stakeholder tetapi juga organisasi mereka untuk menghasilkan manfaat optimal bagi semua pihak terlibat. Stakeholder termasuk penduduk lokal, pemerintah, kelompok masyarakat, sektor swasta, dan pihak lain yang terlibat dalam pengelolaan objek wisata. Peran mereka sangat penting dalam pengelolaan objek wisata, potensial meningkatkan pendapatan daerah jika dikelola dengan baik.

Pariwisata merupakan aspek vital dalam pengembangan wilayah. Dengan pengelolaan yang baik dan tepat, dapat menjadi sumber potensial untuk meningkatkan pendapatan daerah. Oleh karena itu, peran pemerintah sangat diperlukan dalam pengembangan pariwisata yang terencana secara menyeluruh,

untuk memastikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang optimal bagi masyarakat. Menurut (Nugroho, Analisis Peran Stakeholder Desa Wisata Carangsari, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, 2019) peran stakeholder dalam pengelolaan objek wisata meliputi:

1) Pemerintah

Sebagai fasilitator dalam pengembangan pariwisata, pemerintah bertanggung jawab untuk menyediakan dan memfasilitasi infrastruktur pariwisata, seperti jaringan telekomunikasi dan akomodasi. Kesiapan infrastruktur ini menjadi kunci keberhasilan pengelolaan industri pariwisata.

2) Penduduk Lokal/ Masyarakat

Peran aktif masyarakat dalam pengelolaan objek wisata sangat penting. Melalui peningkatan kemampuan lokal dan partisipasi aktif dalam pembangunan pariwisata, masyarakat dapat merasakan manfaat langsung berupa lapangan kerja dan peluang usaha, yang pada gilirannya mendukung kesejahteraan mereka.

3) Sektor Swasta

Sebagai pengelola bisnis pariwisata, sektor swasta menyediakan fasilitas seperti akomodasi, informasi, dan produk wisata. Partisipasi mereka dalam mematuhi standar mutu pengelolaan dan layanan penting untuk memastikan pengalaman wisatawan yang memuaskan.

4) Media Massa

Sebagai sumber informasi yang penting, media massa membantu dalam pembentukan sikap dan perilaku terhadap pariwisata, serta menyebarkan informasi tentang tujuan dan kebijakan pariwisata.

5) Perencana dan Peneliti

Institusi ini memberikan bahan referensi dan saran kepada pemerintah dalam merumuskan kebijakan pariwisata. Hasil penelitian mereka berkontribusi pada pengembangan wilayah ekowisata dengan memberikan wawasan yang mendalam.

6) Pengunjung atau Wisatawan

Sebagai konsumen utama pariwisata, wisatawan memainkan peran kunci dalam keberhasilan industri pariwisata. Dengan meningkatkan pengalaman

mereka, wisatawan dapat memberikan insentif untuk pengelolaan lingkungan yang lebih baik.

2.1.4 Konsep Pengelolaan

Kata “Pengelolaan” dapat disamakan dengan manajemen, yang berarti pula pengaturan atau pengurusan (Suharsimi & Arikunto, 1993). Banyak orang yang mengartikan manajemen sebagai pengaturan, pengelolaan, dan pengadministrasian, dan memang itulah pengertian yang populer saat ini. Pengelolaan diartikan sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu. (Ricky, 1990) mendefinisikan manajemen sebagai berikut:

“Management is the process of planning and decision making, organizing, leading and controlling and organization human, financial, physical and information resources to achieve organizational goals in an efficient and effective manner”

Dikatakan manajemen adalah suatu proses perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, memimpin dan pengendalian organisasi manusia, keuangan, fisik dan informasi sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi secara efisiensi dan efektif. (Nanang, 2004) berpendapat bahwa dalam proses manajemen terlibat fungsi-fungsi pokok yang ditampilkan oleh seorang manajer atau pimpinan, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organising*), pemimpin (*leading*), dan pengawasan (*controlling*). Oleh karena itu, manajemen diartikan sebagai proses merencanakan, mengorganising, memimpin, dan mengendalikan upaya organisasi dengan segala aspeknya agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien. Pengertian manajemen telah banyak dibahas para ahli yang antara satu dengan yang lain saling melengkapi. Oleh karena itu, apabila dalam sistem dan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, penganggaran, dan sistem pengawasan tidak baik, proses manajemen secara keseluruhan tidak lancar sehingga proses pencapaian tujuan akan terganggu atau mengalami kegagalan (Qalyubi & Syihabuddin, 2007).

Bedasarkan manajemen secara garis besar tahap-tahap dalam melakukan manajemen meliputi melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan merupakan proses dasar dari suatu kegiatan pengelolaan dan merupakan syarat mutlak dalam suatu kegiatan pengelolaan. Kemudian

pengorganisasian berkaitan dengan pelaksanaan perencanaan yang telah ditetapkan. Sementara itu pengarahan diperlukan agar menghasilkan sesuatu yang diharapkan dan pengawasan yang dekat. Dengan evaluasi, dapat menjadi proses monitoring aktivitas untuk menentukan apakah individu atau kelompok memperoleh dan mempergunakan sumber-sumbernya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan.

Konsep pengelolaan daya tarik wisata melibatkan pendekatan menyeluruh untuk memastikan bahwa suatu destinasi atau objek wisata dapat menarik, mempertahankan, dan memuaskan pengunjung. Berikut adalah beberapa komponen kunci dalam konsep ini:

- 1) Perencanaan Strategis: Mengidentifikasi tujuan jangka panjang dan pendek dari destinasi, serta merumuskan strategi untuk mencapainya. Ini mencakup analisis pasar, penetapan sasaran, dan perencanaan pengembangan.
- 2) Pengorganisasian: Membentuk struktur organisasi yang efisien dan menetapkan tanggung jawab serta tugas untuk pengelolaan daya tarik wisata. Ini mencakup pembagian tugas antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal.
- 3) Pelaksanaan: Implementasi rencana yang telah disusun, termasuk pengelolaan operasional sehari-hari, pemeliharaan fasilitas, dan pelaksanaan program-program promosi.
- 4) Pengawasan: Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan rencana untuk memastikan bahwa semuanya berjalan sesuai rencana. Ini mencakup pengumpulan umpan balik dari pengunjung dan penilaian kinerja fasilitas.
- 5) Pengendalian Kualitas: Menjaga dan meningkatkan standar kualitas pelayanan, fasilitas, dan keselamatan di destinasi. Ini termasuk pemeliharaan berkelanjutan dan perbaikan berdasarkan umpan balik dan evaluasi.
- 6) Pemasaran dan Promosi: Mengembangkan strategi pemasaran untuk menarik wisatawan, termasuk penggunaan media, iklan, dan promosi acara.
- 7) Keterlibatan Masyarakat Lokal: Melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi untuk memastikan bahwa manfaat dari pariwisata dirasakan oleh komunitas dan untuk melindungi budaya lokal.

2.1.5 Konsep Daya Tarik Wisata

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Sedangkan menurut (Zaenuri, Daya Tarik Wisata: Konsep dan Penerapannya, 2012), Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata. (Suwartono, 2004), mengatakan bahwa daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Hal-hal yang dimiliki oleh daya tarik wisata mencakup suatu unsur yang utama dalam menarik wisatawan untuk datang dan menikmati unsur tersebut. Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang dapat mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata untuk menikmati keunikan yang berada didalamnya.

Daya tarik wisata dibagi menjadi dua, yaitu objek wisata dan atraksi wisata. Objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan tangible (Zaenuri, Objek Wisata: Konsep, Pengelolaan, dan Pengembangan, 2020), serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya (Yoeti, 2020). Sedangkan atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya (Zaenuri, Objek Wisata: Konsep, Pengelolaan, dan Pengembangan, 2020). Secara garis besar terdapat empat kelompok daya tarik wisata yang menarik wisatawan datang ke daerah tujuan wisata (Yoeti, 2020), yaitu:

- 1) *Natural Attraction*. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah pemandangan laut, pantai, danau, air terjun, kebun raya, agro wisata, gunung merapi, termasuk pula dalam kelompok ini adalah flora dan fauna.
- 2) *Build Attraction*. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah bangunan dengan arsitek yang menarik, seperti rumah adat dan yang termasuk bangunan kuno dan modern.

- 3) *Cultural Attraction*. Dalam kelompok ini yang termasuk di dalamnya adalah peninggalan sejarah, cerita-cerita rakyat, kesenian tradisional, museum, upacara keagamaan, festival kesenian dan sebagainya.
- 4) *Social Attraction*. Tata cara hidup suatu masyarakat, ragam bahasa, upacara perkawinan, potong gigi, khitanan atau turun mandi dan kegiatan sosial lainnya

2.1.6 Konsep Pengelolaan Daya Tarik Wisata

Konsep pengelolaan daya tarik wisata mencakup berbagai aspek penting yang diperlukan untuk memastikan bahwa suatu destinasi atau objek wisata dapat menarik, mempertahankan, dan memuaskan pengunjung. Pengelolaan yang efektif melibatkan perencanaan strategis, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan berbagai elemen yang mempengaruhi daya tarik wisata. Hal ini termasuk pemeliharaan fasilitas, pengembangan produk wisata, pemasaran, serta keterlibatan masyarakat lokal (Yoeti, 2020).

Menurut (Sunaryo & Bambang, 2019), pengelolaan pariwisata melibatkan perumusan kebijakan dan pencapaian tujuan dengan melibatkan stakeholder terkait seperti penyedia fasilitas, pendidikan dan pelatihan kepariwisataan, serta pengelolaan objek wisata. Pengelolaan pariwisata harus mengikuti prinsip-prinsip kerlestarian lingkungan, kebudayaan, dan sosial untuk memastikan bahwa kegiatan pariwisata memberikan manfaat positif bagi masyarakat lokal dan lingkungan. (Pitana, 2019), menyarankan agar pengembangan pariwisata didasarkan pada kerarifan lokal dan keunikan budaya serta lingkungan setempat. Secara keseluruhan, manajemen dan pengelolaan pariwisata merupakan proses kompleks yang melibatkan perencanaan, organisasi, pengendalian, dan pengembangan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan efektif dan berkelanjutan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengkaji Peran Stakeholder dalam Pengelolaan Objek Wisata Batu Kuda Gunung Manglayang Kabupaten Bandung dengan fokus pada kontribusi berbagai pihak terkait dalam menjaga dan mengembangkan daya tarik

pariwisata yang unik di daerah tersebut. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul	Hasil Pembahasan
1	Fanny Soselissa , 2019, Peran stakeholders dalam pengelolaan objek wisata alam Siwang Paradise di Desa Siwang Kota Ambon	Hasil penelitian menunjukkan bahwa stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan objek Siwang Paradise adalah pemilik kawasan dan masyarakat sekitar sebagai aktor kunci. Kendala utama dalam pengelolaan adalah kurangnya kepercayaan dari pemilik kawasan untuk melibatkan stakeholders pendukung seperti swasta, LSM, dan akademisi. Akibatnya, pengembangan berbagai produk daya tarik wisata menjadi lambat dan tidak optimal. Dampak dari pengelolaan ini mencakup peningkatan ekonomi melalui pendapatan keluarga, dampak sosial seperti pengurangan pengangguran dan perbaikan akses transportasi ojek, serta dampak ekologis dengan perhatian terhadap kebersihan lingkungan dan pemeliharaan daya dukung kawasan objek.
2	Rizky Dwi Gustina, 2020, peran stakeholder dalam pengelolaan Wisata pantai di kelurahan air manis, Kecamatan Padang Selatan	Hasil penelitian menunjukkan dua kategori stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan wisata: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas PU, dan Dishub sebagai stakeholder kunci, serta masyarakat lokal sebagai stakeholder primer. Stakeholder kunci bertanggung jawab sebagai koordinator dan fasilitator untuk mengelola atraksi, akomodasi, aksesibilitas, dan promosi wisata. Sementara itu, stakeholder primer berperan sebagai pelaksana dalam mengelola atraksi, akomodasi, dan aksesibilitas wisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih memiliki kapasitas rendah dalam pengelolaan wisata, sehingga pengelolaan wisata lebih banyak ditangani oleh masyarakat, yang mengakibatkan kondisi atraksi dan fasilitas wisata kurang terawat.
3	Feronica Simanjorang, 2021, Peran stakeholder dalam pembangunan pariwisata di Pulau Samosir	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pariwisata di Pulau Samosir terutama berkaitan dengan budaya suku Batak, sehingga masyarakat lokal memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan atraksi tersebut. Kerja sama yang kuat antara pemerintah, masyarakat lokal, dan swasta dalam membangun pariwisata Pulau Samosir belum terwujud. Masyarakat lokal cenderung mengelola sumber daya pariwisata, khususnya situs budaya, secara independen. Di sektor pariwisata, aktivitas bisnis masih belum terorganisir dengan baik, dan pengawasan yang kurang dari pemerintah daerah menyebabkan penurunan kualitas penyedia jasa terkait atraksi, amenities, dan aksesibilitas.
4	Reski Amalyah, 2022, Peran stakeholder pariwisata dalam	Hasil pembahasan menunjukan bahwa keterlibatan aktif stakeholder, seperti pemerintah daerah, masyarakat lokal, pelaku usaha pariwisata, dan wisatawan, sangat penting. Pemerintah menyediakan infrastruktur dan regulasi,

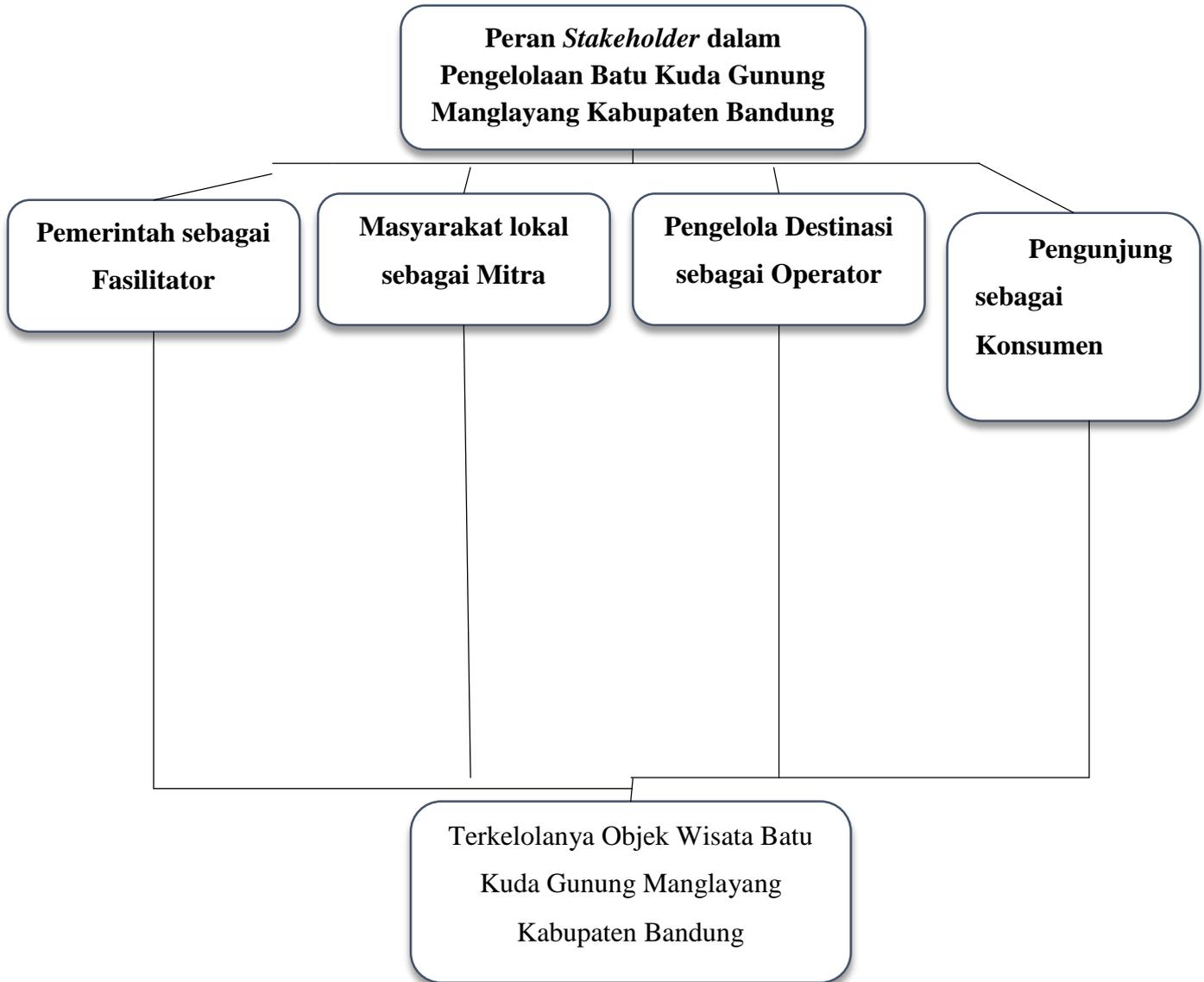
No	Nama, Tahun, Judul	Hasil Pembahasan
	pengembangan Pulau Samalona sebagai destinasi wisata bahari	masyarakat lokal menjaga kelestarian lingkungan dan budaya, sementara pelaku usaha berinvestasi dan mempromosikan pariwisata. Kolaborasi yang baik dapat menciptakan destinasi berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal, dan melestarikan alam serta budaya Pulau Samalona. Namun, tantangan seperti masalah lingkungan, kurangnya koordinasi, dan distribusi manfaat ekonomi yang tidak merata tetap ada.
5	Lespika Endang Sari, 2019, Peran stakeholder dalam menjaga kebersihan objek wisata Pantai Tiku Kecamatan Tanjung Mutiara Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat	Hasil pembahasan menunjukkan bahwa keterlibatan stakeholder, termasuk pemerintah daerah, masyarakat setempat, pengelola wisata, dan pengunjung, sangat penting dalam upaya menjaga kebersihan pantai. Pemerintah daerah berperan dalam menyediakan fasilitas kebersihan dan regulasi, sementara masyarakat setempat dan pengelola wisata aktif dalam pelaksanaan program kebersihan serta edukasi kepada pengunjung. Kolaborasi dan partisipasi aktif semua pihak terbukti efektif dalam menciptakan lingkungan wisata yang bersih dan nyaman, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik wisata Pantai Tiku.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti sebagai dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang menjadi latar belakang dari penelitian ini. Didalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar penelitian lebih terarah, Menurut (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu dibutuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian.

Adapun kerangka berpikir pada penelitian ini tentang “Peran Stakeholder Dalam Pengelolaan Objek Wisata Batu Kuda Gunung Manglayang Kabupaten Bandung” disajikan pada gambar berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



Sumber : (Peneliti, 2024)

Kerangka Berpikir ini di kmparasikan dengan teori *Community Based Tourism* (Jamal & Getz, 1995). Teori *Community Based Tourism* ini memiliki konsep yang menekankan pentingnya partisipasi aktif dan kolaborasi antara masyarakat lokal dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata.