

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

### **2.1 Komoditas Teh**

Istilah komoditas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti sebagai produk dagangan utama atau benda niaga yang biasanya berupa produk mentah yang bisa digolongkan berdasarkan mutu. Teh merupakan salah satu komoditas hasil perkebunan yang memiliki peran cukup penting dalam aktivitas perekonomian di Indonesia. Selain itu teh juga sebagai salah satu komoditas ekspor Indonesia selain minyak dan gas yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap devisa negara. Teh (*Camellia sinensis*) merupakan komoditas tanaman perkebunan yang tersebar hampir di seluruh dunia termasuk di Indonesia (Basorudin, dkk, 2019).

Teh sebagai komoditas ikut berkontribusi terhadap sumber pendapatan petani, bahan baku industri, membuka lapangan kerja bagi masyarakat, pengembangan agroindustri wilayah, dan pelestarian lingkungan berupa konservasi tanah, air, keanekaragaman hayati, dan potensi wisata pegunungan. Pengusahaan teh di Indonesia terbagi menjadi tiga, yaitu Perkebunan Besar Negara (PBN) atau PT-PN (Perkebunan Nusantara), Perkebunan Besar Swasta (PBS), dan Perkebunan Rakyat (PR) (Maxiselly, dkk, 2023).

Perkebunan teh secara sederhana adalah tempat atau lahan, dimana di lahan tersebut tanaman teh ditanam dan diproduksi. Tanaman teh, yang memiliki nama ilmiah *Camellia sinensis*, menghasilkan bahan baku teh kering terutama dari pucuk daun mudanya. Supaya bisa memperoleh perkebunan teh yang baik maka diperlukan adanya manajemen dalam pengaturan perkebunan teh untuk menghasilkan teh berkualitas secara berkelanjutan dengan tetap memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Manajemen perkebunan teh merupakan suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan berbagai kegiatan yang terkait dengan produksi teh. Sumber daya manusia, alam, teknologi, dan informasi menjadi kunci utama dalam mengelola perkebunan teh secara efisien dan berkelanjutan (Lukman, dkk, 2017).

Sumber daya manusia, pengetahuan dan keterampilan petani teh dalam merawat tanaman, mengendalikan hama dan penyakit, serta melakukan pemetikan yang tepat waktu sangat penting. Pelatihan dan pendidikan mengenai praktik-

praktik terbaru dalam budidaya teh juga dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil. Selain itu, manajemen tenaga kerja yang baik juga menjadi faktor kunci untuk memastikan kelancaran operasional perkebunan. Kemudian sumber daya alam, termasuk lahan, iklim, dan air, memiliki dampak langsung terhadap kualitas dan kuantitas produksi teh. Pemilihan lokasi yang tepat, pemantauan kondisi tanah dan iklim, serta pengelolaan air yang efisien merupakan aspek-aspek penting dalam manajemen sumber daya alam perkebunan teh. Implementasi praktik-praktik pertanian berkelanjutan juga dapat membantu menjaga keseimbangan ekosistem di sekitar perkebunan.

Teknologi modern juga berperan besar dalam manajemen perkebunan teh. Penggunaan peralatan modern seperti mesin pemetik teh, sistem irigasi otomatis, dan pemantauan pertumbuhan tanaman menggunakan sensor dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Pengelolaan data menggunakan teknologi informasi juga dapat membantu dalam mengoptimalkan keputusan manajemen, termasuk perencanaan tanam, pemupukan, dan kontrol hama. Tidak kalah penting sumber daya informasi dari riset dan perkembangan ilmiah juga menjadi landasan penting dalam manajemen perkebunan teh. Penelitian tentang varietas unggul, teknik budidaya terbaru, dan cara pengelolaan yang ramah lingkungan dapat memberikan wawasan baru dan solusi untuk meningkatkan hasil produksi serta menjaga keberlanjutan perkebunan teh (Pratama dan Nadapdap, 2018).

## **2.2 Manajemen Strategi**

Manajemen berasal dari istilah *to manage* yang berarti melakukan pengelolaan. Pengelolaan ini dilaksanakan melalui serangkaian proses dan diatur berdasarkan urutan dan fungsi yang melekat pada konsep manajemen itu sendiri (Ahmad, 2020). Manajemen dapat dijelaskan sebagai suatu proses yang khas, terdiri dari serangkaian tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Tujuan dari proses ini adalah untuk menentukan dan mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan dengan memanfaatkan manusia serta sumber daya lainnya (Winardi, 2016). Sedangkan strategi dapat didefinisikan sebagai rencana, metode, atau serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, strategi adalah suatu perencanaan yang memuat serangkaian kegiatan yang direncanakan untuk

mencapai tujuan khusus. Strategi juga dapat diartikan sebagai pedoman umum untuk bertindak dengan tujuan mencapai sasaran yang telah ditetapkan (Ahmad, 2020).

Manajemen strategis adalah serangkaian kegiatan dalam pengambilan keputusan yang memiliki sifat fundamental dan komprehensif. Ini melibatkan penetapan metode pelaksanaan yang dibuat oleh pimpinan dan dijalankan oleh semua pihak terlibat di perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Manajemen strategis ini juga merupakan suatu sistem yang terintegrasi dengan berbagai komponen yang saling terkait dan saling memengaruhi, bergerak bersama-sama menuju arah yang sama (Yunus, 2016). Hal ini sejalan dengan definisi yang dikemukakan oleh Rachmat (2014) yang menjelaskan bahwa pada dasarnya, manajemen strategi adalah suatu proses yang melibatkan pengambilan keputusan dan tindakan, dengan tujuan mengembangkan strategi yang efektif atau membantu perusahaan mencapai tujuannya.

Salah satu turunan dari manajemen strategi adalah strategi pengembangan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sedangkan pengembangan merupakan proses, cara, perbuatan mengembangkan. Jadi strategi pengembangan merupakan rangkaian rencana atau tindakan yang dilakukan oleh suatu kelompok baik itu perusahaan, institusi, ataupun bisnis untuk meningkatkan fasilitas, kinerja, ataupun untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya. Tujuan dari penyusunan strategi pengembangan yaitu untuk mencapai target suatu kelompok dalam mengembangkan dan menerapkan rencana strategi yang sudah disusun melalui proses manajemen strategi yang bisa bermanfaat dalam jangka waktu yang panjang (Rachmat, 2014).

Strategi pengembangan adalah suatu tindakan untuk meningkatkan pemahaman yang dapat segera digunakan atau bermanfaat di masa yang akan datang. Ini melibatkan upaya untuk memperbaiki cara pekerjaan yang dilakukan saat ini maupun di masa depan, dengan memberikan informasi yang memengaruhi sikap dan meningkatkan keterampilan (Mangkuprawira, 2014). Strategi pengembangan adalah suatu inisiatif yang direncanakan oleh organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan para pegawai. Fokus

utama dari pengembangan ini adalah peningkatan pengetahuan agar pegawai dapat melakukan pekerjaan di masa depan. Pendekatan ini terintegrasi dengan berbagai kegiatan lainnya untuk mengubah perilaku kerja (Amenda, 2013).

### **2.3 Desa Wisata**

Desa Wisata telah menjadi bagian dari tren pengembangan pariwisata di Indonesia yang merespon motivasi baru dalam gaya berwisata, terutama dari masyarakat Eropa. Tren ini menandai pergeseran dari wisata berkelompok menuju preferensi kelompok kecil atau perjalanan individual. Minat wisatawan sekarang lebih terfokus pada kehidupan sehari-hari, keunikan, dan pengalaman baru yang berbeda. Kenyamanan akomodasi tidak lagi menjadi prioritas utama, yang penting bagi wisatawan adalah dapat menginap di desa atau kampung. Desa wisata adalah perpaduan antara keindahan alam, budaya, dan kreativitas masyarakat setempat yang didukung oleh akomodasi dan fasilitas lainnya yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Yacob, dkk, 2021).

Adapun pendekatan dalam pengembangan Desa Wisata, antara lain pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism*), pariwisata berbasis (*Eco-Tourism*) dan pariwisata berbasis komunitas (*Community-Based*). Pendekatan lainnya wisata berbasis budaya (*Culture-Based*), wisata berbasis *Good Tourism Governance*, pariwisata berbasis kesesuaian *supply and demand* dan pengembangan wilayah (*Regional Development*) (Yacob, dkk, 2021).

Desa wisata adalah area pedesaan yang menawarkan atmosfer yang sepenuhnya mencerminkan keaslian kehidupan di desa, mencakup aspek-aspek seperti kehidupan sosial ekonomi, budaya, adat istiadat, aktivitas sehari-hari, struktur bangunan, tata ruang desa, dan berbagai kegiatan ekonomi yang menarik. Tujuan pembentukan desa wisata adalah untuk memberdayakan masyarakat, memungkinkan masyarakat berperan langsung dalam usaha meningkatkan kesiapan dan kesadaran dalam mengoptimalkan potensi pariwisata atau daya tarik wisata di wilayah masing-masing desa. Desa memiliki ciri khas dan karakter yang unik, dan tidak ada desa yang sama baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya. Inovasi, potensi, dan tradisi budaya di desa memiliki daya tarik yang menarik bagi para wisatawan. Potensi yang dimiliki oleh desa dapat dijadikan

sebagai sumber daya untuk memantapkan kekuatan lokal guna meningkatkan perekonomian di desa tersebut (Fafurida, dkk, 2022).

#### **2.4 Analisis SWOT**

Analisis SWOT ialah suatu metode yang mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan juga faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam suatu perusahaan untuk mengevaluasi masing-masing faktor. Pendekatan ini berdasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*). Secara bersamaan pendekatan ini mengurangi kelemahan (*weaknesses*) dan mengatasi ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan dalam kebijakan strategis selalu terhubung dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencanaan strategis membutuhkan analisis faktor-faktor strategis perusahaan, yaitu kekuatan dan kelemahan, yang dilakukan dalam konteks kondisi saat ini. Pendekatan ini dikenal sebagai analisis situasi dan merupakan model yang paling umum digunakan dalam analisis SWOT (Rangkuti, 2016).

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis perusahaan secara sistematis. Menurut Nur'aini (2016), analisis SWOT membantu dalam pembuatan strategi perusahaan dengan menyaring dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keempat aspek SWOT. Hasil dari analisis ini menjadi dasar perencanaan strategi dengan mengevaluasi faktor-faktor strategis perusahaan. Sementara itu, dalam perspektif perancangan rencana strategis, Rangkuti (2016) menekankan bahwa tahapan ini memerlukan evaluasi menyeluruh, terutama dalam jangka panjang. Pendekatan analisis yang diterapkan melibatkan analisis pada tingkat bisnis dan perusahaan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa strategi yang dihasilkan selaras dengan prinsip-prinsip dan kebijakan perusahaan, serta menjadi faktor kunci dalam perancangan strategi yang optimal.

#### **2.5 Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)**

QSPM merupakan alat analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi prioritas dengan mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal, serta

alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT. Dalam penggunaannya, QSPM memanfaatkan input dari analisis tahap pertama, seperti matriks IFAS dan EFAS, serta input dari tahap kedua, seperti matriks IE (diagram SWOT) atau matriks SWOT, untuk secara objektif menentukan alternatif strategi. Secara konseptual, QSPM menilai daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal dapat dimanfaatkan atau diperbaiki.

Keunggulan QSPM antara lain meliputi kemampuannya untuk mengevaluasi strategi secara bertahap atau bersama-sama, tanpa batasan pada jumlah strategi yang dapat dievaluasi. Proses ini memerlukan penyusunan strategi untuk mengintegrasikan faktor internal dan eksternal yang relevan ke dalam proses pengambilan keputusan. Fleksibilitas QSPM memungkinkannya dapat diadaptasikan untuk digunakan oleh organisasi kecil, besar, berorientasi laba, atau nirlaba, serta dapat diterapkan pada hampir semua jenis organisasi (David, 2016).

Sejalan dengan pendapat David menurut Gupta, dkk, (2015). QSPM merupakan instrumen yang sangat sesuai untuk menetapkan prioritas informasi internal, eksternal, dan kompetitif yang penting dalam merancang rencana strategis yang efektif. Ketika kita memiliki dua atau lebih strategi dan harus memutuskan mana yang terbaik, maka analisis QSPM merupakan alat yang paling tepat dalam mengambil keputusan. Analisis QSPM meningkatkan probabilitas bahwa keputusan strategi final akan menjadi yang terbaik bagi Perusahaan.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

N0	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Pengembangan Ekowisata Kebun Teh Wonosari, Malang (Ismail dkk. 2022)	Pengembangan destinasi, pemasaran, industri, dan pengembangan kelembagaan.	Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, objek yang diteliti sama-sama kebun teh.	Teknik penentuan responden, teknik pengumpulan data.
2.	Strategi Pengembangan Ekowisata Pantai Tirta Samudra Jepara (Sakti dan Lilik Kartika Sari 2022)	Mempromosikan Pantai Bandengan melalui sosial media, objek wisata yang inovatif, kolaborasi bersama perusahaan pariwisata.	Alat analisis yang sama yaitu matriks SWOT	Objek penelitian, metode yang digunakan yaitu metode survey, teknik pengumpulan data
3.	Strategi pengembangan Ekowisata Di Desa Kinarium Kabupaten Tabalong (Hidayat 2016)	Melengkapi infrastruktur pendukung kegiatan wisata seperti jalan, jembatan, sarana kebersihan, promosi yang intensif, membuat kebijakan yang khusus dalam pengembangan.	Teknik pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan sekunder, alat analisis menggunakan matriks SWOT.	Metode penelitian menggunakan kombinasi kualitatif dan kuantitatif.
4.	Strategi Pengembangan Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism (CBT) Dan Manfaat Sosial Dan Ekonomi Bagi Masyarakat Di Desa Wisata Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul (Jamalina dan Wardani 2017)	Mengatasi factor hambatan yang ada, seperti SDM yang tidak mampu berbahasa Inggris dan wisatawan yang kurang konservatif, optimalisasi hasil olahan kuliner kurang, Wisata berbasis alam sangat dipengaruhi cuaca, Ketersediaan lahan parkir sangat minim, serta akses jalan terlalu sempit	Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder	Konsep Pengembangan ekowisata dengan konsep <i>Community Based Tourism</i> (CBT), teknik pengumpulan data menggunakan studi literatur.
5.	Strategi Pengembangan Hutan Pinus Grenden Berbasis Di Magelang (Susanto dan Kiswanto 2019)	Membuat spot-spot foto yang instagramable dan menunjukkan ciri khas Hutan Pinus Grenden, (2) bekerja sama dengan Balai Besar Taman Nasional Gunung Merbabu (3) pembuatan produk wisata khas Grenden, seperti makanan dan cinderamata.	Metode Penelitian, jenis data, Data yang terkumpul kemudian Dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT.	Objek penelitian. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan sampel sebanyak 100 orang di Hutan Pinus Grenden. Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan FGD.

## 2.7 Pendekatan Masalah

Desa Taraju pada tahun 2023 telah mendapatkan penghargaan sebagai salah satu desa wisata terbaik dalam kategori digital dan kreatif dalam *event* Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) pada tingkat nasional. Penghargaan itu diberikan karena Desa Taraju memiliki berbagai potensi wisata yang bagus, SDM yang sudah ada yang diperkuat dengan sudah terbentuknya pokdarwis dan memiliki kelembagaan yang aktif dalam mengelola Desa Wisata Taraju. Beberapa penawaran destinasi wisata yang disuguhkan oleh Desa Taraju yaitu wisata Ikon Taraju, wisata *handy craft*, wisata budaya, wisata kebun pinus dan wisata kuliner.

Fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti meliputi Wisata Ikon Taraju, wisata *handy craft* dan wisata budaya. Wisata Ikon Taraju merupakan wisata yang menawarkan perkebunan teh sebagai salah satu objek wisata yang bisa dikunjungi, luas lahan wisata Ikon Taraju kurang lebih mencapai 14 hektare dan lokasinya sekitar 1 KM dari jalan raya. Selain itu ada juga wisata *handy craft* atau kerajinan tangan yang merupakan sebuah karya seni yang diciptakan untuk mengolah limbah menjadi sebuah produk seni pakai yang bernilai. Contohnya seperti pembuatan *paving block*, tas, tikar, ukiran, dan lain sebagainya. Wisatawan bisa melihat bahkan ikut mencoba dalam proses pengolahan limbah rumah tangga yang dapat diolah menjadi barang-barang kreatif, menarik, dan ramah lingkungan. Ada juga wisata budaya, wisatawan yang berkunjung bisa menyaksikan penampilan budaya-budaya tradisional seperti penampilan seni kuda lumping, gamelan, qosidah dan yang lainnya.

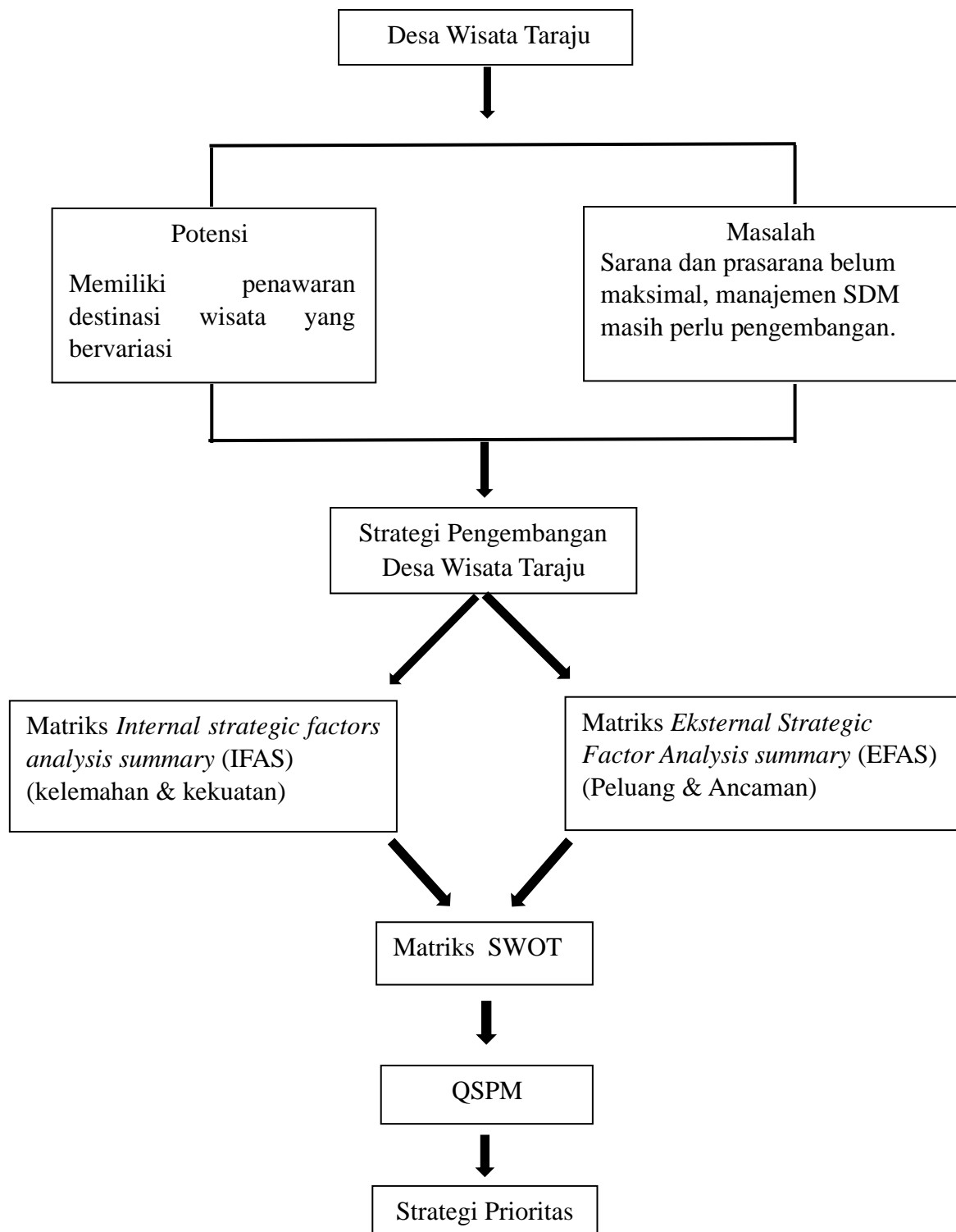
Potensi yang dimiliki Desa Wisata Taraju tidak akan berjalan dengan maksimal dan tidak akan berkembang dengan baik bahkan tidak akan dikenal oleh masyarakat luas ketika tidak dikelola dengan baik, sehingga perlu adanya rencana atau langkah-langkah perbaikan dalam beberapa faktor sebagai bentuk perhatian terhadap Desa Wisata Taraju dengan tujuan untuk memaksimalkan pelayanan terhadap wisatawan. Salah satu langkah perbaikan yang bisa dilakukan yaitu dengan strategi pengembangan Desa Wisata Taraju. Diharapkan dengan perbaikan tersebut akan mencapai kondisi desa wisata yang baik. Penyusunan strategi pengembangan akan dimulai dengan mengidentifikasi berbagai faktor internal



(kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada di Desa Wisata Taraju.

Kekuatan adalah faktor yang berasal dari dalam desa wisata yang menjadi keunggulan dari Desa Taraju. Kelemahan juga merupakan faktor dari dalam desa wisata yang merupakan kekurangan atau keterbatasan Desa Taraju. Peluang sendiri merupakan faktor dari luar desa wisata tetapi memberikan keuntungan bagi Desa Wisata Taraju. Ancaman ialah faktor dari luar dan dapat menghambat kelangsungan Desa Wisata Taraju.

Setelah melakukan identifikasi kemudian dilanjutkan dengan membuat Matriks SWOT untuk membandingkan antara faktor internal dan eksternal dan juga dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis dan perencanaan bisnis dengan menggambarkan faktor-faktor kunci yang perlu dipertimbangkan. Setelah itu dilanjutkan dengan membuat matriks QSPM yang bertujuan untuk menentukan strategi prioritas atau strategi terbaik sebagai rekomendasi dalam tahap pengembangan Desa Wisata Taraju. Lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Alur Pendekatan Masalah