

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Manggarai merupakan sebuah Kabupaten yang berada di pulau Flores, Provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia (Wikipedia, 2018). Ibu kota Kabupaten Manggarai terletak di Kecamatan Ruteng. Luas wilayahnya adalah 7.136,4 km², dengan jumlah penduduk pada tahun 2021 sebanyak 325.530 jiwa. Secara topografis, Kabupaten Manggarai merupakan daerah dataran tinggi yang didominasi oleh bentuk permukaan daratan yang bergelombang dengan kemiringan lahan $\geq 40\%$ (pegunungan) yaitu seluas 38,36% dan kemiringan lahan antara 15%-40% yakni seluas 55,41% dari luas wilayah di Kabupaten Manggarai. Sisanya seluas 6,23% merupakan dataran rendah dengan tingkat kemiringan lahan antara 8%-15%. Kabupaten manggarai memiliki potensi yang perlu di kembangkan di bidang pariwisata salah satunya *lodok lingko*.

Lodok lingko yaitu istilah dalam bahasa Manggarai yang artinya adalah sistem pembagian sawah atau kebun (lahan). Istilah *lodok lingko*, terdapat di daerah di Kampung Cancar, Kecamatan Ruteng, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur yang pembagian lahannya berbentuk jaring laba-laba. Model sistem ini akan kita temui hanya di daerah Manggarai (Wikipedia, 2022). *Lodok lingko* merupakan semua tanah yang dimiliki satu *wa'u* (kumpulan beberapa keluarga) di dalam satu kampung (Floresa, 2017). Karena itu *lodok lingko* bukan milik pribadi, tetapi milik *wa'u* yang tinggal di satu kampung saja. Dalam sistem *lodok lingko*, yang bertanggung jawab dalam membagi

lingko adalah *tu'a teno* (Pemimpin adat bagian lahan pertanian), yang dipilih dari *tu'a panga* yang paling tua dalam satu kampung. *Tu'a teno* akan mengadakan perjanjian awal yang di sebut *reke lodok*, yang mengagendakan waktu pembagian *lingko*. Hamparan sawah yang terdapat di *Lodok lingko* yang berbentuk jaring laba-laba membuat *lodok lingko* menjadi sebuah daya tarik wisata karena keunikannya.

Menurut UU No 10 tahun 2009 Daya tarik wisata 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 wisatawan. Dalam era globalisasi sekarang ini, bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini dicanangkan selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup handal, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan sektor ini. Namun, daya tarik wisata *lodok lingko* tidak mampu meningkatkan wisatawan yang ada karena kurangnya fasilitas seperti wc, tempat parkir, pemandu wisata yang masih minim dan view yang hanya memfokuskan pada *lodok lingko* itu sendiri. Hal ini dilihat dari data kunjungan wisatawan dari tahun 2018 sampai tahun 2021 seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Lodok Lingko Pertahun

Tahun	2018	2019	2020	2021	Jumlah
Manca Negara	932	586	455	523	2.496
Lokal	1.200	1.188	1.091	1.123	4.602

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan tidak mengalami kenaikan signifikan. Hal tersebut diperlukan suatu strategi yang bisa meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di setiap tahunnya. Strategi ini merupakan bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata dengan menggunakan strategi yang sesuai dengan pengembangan wisata *lodok lingko*. Hal ini meyakinkan penulis sebagai generasi muda di bidang pertanian untuk melakukan penelitian guna mengembangkan potensi wisata pertanian dengan judul Strategi Pengembangan Sistem Pertanian *Lodok Lingko* Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Meler Kecamatan Ruteng Kabupaten Manggarai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka diperoleh rumusan masalah yaitu:

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan sistem pertanian *lodok lingko*?
2. Bagaimana strategi pengembangan sistem pertanian *lodok lingko* di desa Meler kecamatan Ruteng?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dalam pengembangan sistem pertanian *lodok lingko*.
2. Untuk menganalisis strategi pengembangan sistem pertanian *lodok lingko* di desa Meler kecamatan Ruteng.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Manfaat secara teoritis dapat di bedakan menjadi 3 bagian yaitu :

1. Penelitian ini menambah pengetahuan tentang sistem pertanian di manggarai.
2. Penelitian ini mampu meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai sosial budaya.
3. Penelitian ini dapat menambah wawasan dunia wisata.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Manfaat secara Praktis dapat dibedakan menjadi tiga (3) bagian yaitu:

1. Manfaat bagi Penulis, yaitu dapat memahami lebih dalam tentang sistem pertanian di Kabupaten Manggarai Nusa Tenggara Timur.
2. Manfaat bagi masyarakat, yaitu meningkatkan dalam hal ekonomi dengan dikenalnya persawahan *lodok lingko* yang ada tanpa merusak lahan pertanian masyarakat setempat.
3. Manfaat bagi Institute, yaitu dimana dengan diadakan penelitian ini nantinya akan menambah kelengkapan bagi kepustakaan di Fakultas Pertanian Dan Bisnis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Strategi

Menurut Irfan Fahmi, (2015) manajemen strategi didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategis ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang atau berkelanjutan termasuk dari segi keuntungan yang stabil. Secara umum ruang lingkup kajian manajemen strategi sangat luas baik dari segi internal dan eksternal. Namun secara umum ruang lingkup kajian manajemen bergerak atas dasar pemahaman dibawah ini, yaitu:

1. Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategi kepada internal perusahaan khususnya perbaikan yang bersifat *sustainable* (berkelanjutan).
2. Menempatkan konstruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan keuntungan dan ekspansi perusahaan. Artinya fokus kerja dalam pencapaian kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksi manajemen strategis.
3. Menjadikan ilmu manajemen strategi sebagai *base thinking* dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana produksi, pemasaran, personal, dan keuangan.

2.1.1 Konsep Manajemen Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang yang mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisi, pengembangan produk, potensi pasar, pengurangan bisnis, diinvestasi likuidasi dan joint venture (David, 2004). Strategi ini adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dengan jumlah yang besar. Salah satu tujuan manajemen dalam suatu organisasi yaitu tercapai secara efektif dan efisien. Efektif berarti mengerjakan pekerjaan yang benar (*doing the right things*), sedangkan efisien adalah mengerjakan pekerjaan dengan benar (*doing things right*) (Yunus, 2016).

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang dirumuskan berdasarkan pertimbangan lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang. Tujuan organisasi dalam jangka panjang tersebut menyangkut keunggulan-keunggulan *kompetitif*, agar dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat. Manajemen strategi pada dasarnya berbeda dengan manajemen pada umumnya. Manajemen strategi secara spesifik diarahkan untuk menyikapi perubahan lingkungan yang dinamis dan atau menyikapi tuntutan peningkatan kinerja organisasi. Manajemen strategi memiliki karakteristik diantaranya:

1. Bersifat jangka panjang
2. Bersifat dinamis
3. Perlu dimotori oleh unsur-unsur pada manajemen tingkat puncak
4. Berorientasi masa depan

5. Senantiasa harus didorong dan didukung dalam pelaksanaannya oleh semua sumber daya ekonomi yang tersedia (Novianto, 2019).

2.1.2 Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategis haruslah dimaknai sebagai seperangkat komitmen, keputusan dan tindakan organisasi untuk mencapai persaingan strategis dan memperoleh keuntungan di atas rata-rata. Menurut (Hery, 2018) manajemen strategis, sebagai sebuah proses yang berkelanjutan, terdiri atas sembilan tahap berikut:

1. Mengembangkan visi yang jelas, lalu menerjemahkannya ke dalam pernyataan misi yang penuh makna.
2. Menilai kekuatan serta kelemahan perusahaan.
3. Mengamati lingkungan sekitar untuk mengetahui peluang serta ancaman yang kemungkinan dihadapi perusahaan.
4. Mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan kunci perusahaan.
5. Menganalisis persaingan.
6. Menyusun sasaran dan tujuan perusahaan.
7. Merumuskan berbagai alternatif strategi dan memilih strategi yang tepat.
8. Menerjemahkan rencana strategis kedalam rencana tindakan.
9. Menentukan pengendalian yang tepat.

Kesembilan langkah di atas merupakan proses perencanaan untuk mengembangkan hingga mengendalikan strategi bisnis.

2.1.3 Manfaat Manajemen Strategi

Menurut (Novianto, 2019) secara umum ada tiga manfaat penerapan manajemen strategis bagi organisasi yaitu:

1. Visi strategi yang lebih jelas
2. Fokus yang lebih tajam atas faktor yang penting secara strategis
3. Meningkatkan pemahaman mengenai perubahan lingkungan yang sangat cepat

2.2 Pengembangan

Parturusi (2001) mendefinisikan bahwa pengembangan adalah suatu strategi yang digunakan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan kondisi suatu objek wisata dan daya tarik sehingga dapat dikunjungi oleh para wisatawan dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar ataupun pemerintah. Dengan adanya pengembangan objek wisata tersebut, diharapkan taraf hidup masyarakat meningkat. Pengembangan suatu tempat wisata melalui penyediaan fasilitas infrastruktur hendaknya memperhatikan berbagai aspek seperti aspek budaya, sejarah dan ekonomi daerah objek wisata. Sedangkan menurut Yoeti (2008), pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah sebuah kegiatan dalam rangka menata dan memajukan suatu objek wisata untuk dikembangkan menjadi lebih baik dan lebih layak. Pengembangan objek wisata alam sangat erat kaitannya dengan peningkatan sumber daya alam dalam konteks pembangunan ekonomi, sehingga sering melibatkan aspek kawasan hutan, pemerintah daerah, aspek masyarakat, dan pihak swasta di dalam suatu sistem tata ruang wilayah. Pengembangan sebuah pariwisata sebaiknya memperhatikan prinsip dasar pengembangan. Idealnya

pengembangan suatu pariwisata berlandaskan pada 4 prinsip dasar sebagai berikut (Yoeti, 2006)

1. Keberlangsungan ekologi, yaitu sebuah pengembangan pariwisata harus mampu menjamin adanya pemeliharaan dan proteksi sumber-sumber.
2. Keberlangsungan kehidupan dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui nilai-nilai yang telah diciptakan dan dianut bersama sebagai identitas dan kemandirian.
3. Keberlangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin adanya kesempatan bagi semua pihak untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi melalui suatu kompetisi yang ketat.
4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan kepariwisataan.

Dalam pengembangan objek wisata alam tentunya terdapat beberapa kendala, seringkali kendala pengembangan tersebut berkaitan erat dengan instrumen kebijakan dalam pemanfaatan dan pengembangan fungsi kawasan untuk mendukung potensi objek wisata alam, efektivitas fungsi dan peran objek wisata alam ditinjau dari aspek kerjasama instansi terkait, kapasitas institusi dan kemampuan SDM dalam pengelolaan objek wisata alam kawasan hutan, dan mekanisme peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata alam. Oleh sebab itu untuk mengatasi kendala tersebut diperlukan adanya beberapa elemen dalam proses pembangunan objek wisata.

2.3 Daya Tarik Wisata

Daya Tarik Wisata menurut Undang Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata 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 wisatawan. Menurut Yoeti (2006) secara garis besar terdapat empat kelompok yang menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mengunjungi suatu negara sebagai suatu daerah tujuan wisata yaitu :

1. *Natural attraction*, yang termasuk dalam kelompok ini adalah pemandangan alam, pantai, laut, danau, air terjun, kebun raya, agrowisata, gunung berapi serta flora dan fauna.
2. *Build attraction*, yaitu bangunan arsitektur yang menarik, seperti rumah adat, bangunan kuno dan bangunan modern.
3. *Cultural attraction*, peninggalan sejarah, diantaranya cerita rakyat, kesenian tradisional, museum, keagamaan, dan festival kesenian.
4. *Social attraction*, yaitu tata cara kehidupan suatu masyarakat, ragam bahasa, upacara perkawinan, dan kegamaan lainnya.

Pendit (2003), menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Menurut Leiper (2006), daya tarik wisata adalah keistimewaan atau karakteristik suatu tempat yang formasinya di fokuskan pada suatu kesenangan atau menarik perhatian wisatawan.

Cooper dan Wanhil (1995) menjelaskan bahwa daerah tujuan wisata harus didukung empat komponen utama yang dikenal dengan istilah 4A yaitu:

Atrraction atau atraksi adalah objek atau daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu lokasi. Atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga yaitu potensi alam, wisata budaya dan wisata buatan.

1. *Amenities* atau fasilitas merupakan fasilitas-fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata di daerah tujuan wisata seperti akomodasi atau usaha penginapan, restoran atau usaha makanan dan minuman serta fasilitas umum seperti toilet, toko oleh-oleh dan lainnya.
2. *Accessibility* atau aksesibilitas merupakan kemudahan untuk bergerak bagi wisatawan, mulai dari kemudahan jalan menuju objek wisata hingga kemudahan mencari objek wisata tersebut.
3. *Ancillary service* atau pelayanan tambahan merupakan pelayanan yang menunjang kegiatan pariwisata seperti adanya kelompok sadar wisata atau lembaga swasta untuk mengelola pengembangan wisata di suatu daerah tujuan wisata, adanya TIC (*Tourist Information Center*) yang memberikan informasi kepada wisatawan baik berupa brosur, buku, peta dan lain sebagainya serta adanya pemandu wisata yang kompeten di bidangnya.

2.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities dan threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor

internal dan eksternal yang mendukung dan tidak mencapai tujuan tersebut (Mariantha,2018).

Strength (kekuatan) dalam hal ini diartikan sebagai kekuatan atau hal positif yang menonjol dari perusahaan atau produk yang dapat dijadikan sebagai *competitive advantage* (kekuatan bersaing). *Weakness* (kelemahan) kebalikan dari *strength*, *weakness* merupakan kekurangan atau hal-hal yang tidak/belum dimiliki perusahaan untuk bersaing di pasar. *Opportunity* (peluang) dianggap sebagai bagian dari lingkungan eksternal perusahaan yang dapat menjadi potensi untuk meningkatkan *profit*, *market share* atau pertumbuhan. *Threat* (tantangan) adalah kebalikan dari *opportunity*, yang merupakan halangan atau ancaman bagi perusahaan dalam memperluas pasar atau mendapatkan *profit*.

Analisis ini bersifat deskriptif dan terkadang akan sangat subjektif, karena bisa jadi dua orang yang menganalisis sebuah organisasi akan memandang berbeda keempat bagian tersebut. Hal ini wajar terjadi, karena analisis SWOT adalah sebuah analisis yang akan memberikan output berupa arahan dan tidak memberikan solusi “ajaib” dalam sebuah permasalahan (Mariantha, 2018).

Menurut (Rangkuti, 2008) mengatakan analisis SWOT merupakan identifikasi faktor-faktor secara sistematis yang merumuskan strategi organisasi bisnis. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

2.4.1 Aspek-aspek Analisis SWOT

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/ kapabilitas/ sumber daya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani dan ancaman.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi dimana kompetensi/ kapabilitas/ sumber daya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan/ dipersulit/ terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.

2.4.2 Tujuan Analisis SWOT

Konsep dasar pendekatan SWOT tampak sederhana sebagaimana yang telah dikemukakan oleh (Tzu, 2004) Bahwa “apabila kita telah

mengenai kekuatan dan kelemahan diri sendiri dan mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran”. Dalam perkembangannya saat ini, analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak diterapkan dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis (*Strategic Business Planning*) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan, berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.

2.4.3 Manfaat Analisis SWOT

Metode analisis SWOT merupakan metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 sisi yang berbeda. Hasil dari analisis biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan dari sisi peluang yang ada, sambil mengurangi dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Analisis SWOT merupakan instrument yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis SWOT berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi (Mariantha, 2018).

2.5 Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan kombinasi antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman sehingga akan membentuk empat alternatif strategi dari kombinasi keduanya yakni strategi S-O (*Strenght Opportunities*), ST (*Strength Threats*), WO (*Weakness Opportunities*), dan WT (*Weakness Threats*) (Rangkuti 2001).

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) adalah identifikasi faktor internal diperlukan untuk mengetahui kekuatan yang dapat digunakan dalam mengatasi kelemahan yang ada diperusahaan dengan cara melakukan proses identifikasi terhadap berbagai faktor yang ada dalam area fungsional perusahaan seperti sumberdaya manusia, lokasi, produksi, pemasaran, keuangan, dan manajemen (David,2010).

Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) identifikasi faktor eksternal diperlukan untuk mengembangkan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman yang kemungkinan akan datang. Faktor eksternal ini terbagi atas dua lingkungan yaitu, lingkungan makro (meliputi faktor demografi, faktor ekonomi, faktor alam, dan faktor politik) dan lingkungan mikro (meliputi kondisi perusahaan, konsumen, pesaing, dan produk substitusi), (David, 2010).

2.6 Sistem Pertanian *Lodok Lingko*

Lodok lingko merupakan istilah dalam bahasa Manggarai yang artinya adalah sistem pembagian sawah atau kebun (wikipedia,2022). Petani padi sawah dapat dijumpai di 8 kabupaten yang ada di pulau Flores. Salah satunya adalah terdapat di daerah di Kampung Cancar, Kecamatan Ruteng, Kabupaten

Manggarai, Nusa Tenggara Timur. Namun bukan saja hasil sawahnya yang diperhatikan, sistem pembagian lahan yang berbentuk jaring laba-laba membuat sebuah daya tarik wisata baru. Model sistem seperti ini akan kita temui hanya di daerah Manggarai, dengan demikian layak dikategorikan sebagai pesawahan unik di Asia Pasifik. Adapun atraksi yang dilakukan adalah Tarian caci.

Tarian *Caci* adalah tari perang sekaligus permainan rakyat antara sepasang penari laki-laki yang bertarung dengan cambuk dan perisai di Flores, Nusa Tenggara Timur. Penari yang bersenjata cambuk bertindak sebagai penyerang dan seorang lainnya bertahan dengan menggunakan perisai

2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka berpikir merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Strategi pengembangan disusun atas dasar analisa lingkungan serta visi, misi, dan tujuan organisasi/perusahaan, dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai. Daya tarik wisata yang akan dianalisa pada penelitian ini adalah daya tarik wisata Lodok lingko di Desa Meler Kabupaten Manggarai. Untuk lebih memperjelas kerangka pikir ini, penulis akan sajikan dalam bentuk gambar di bawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama dan Tahun	Metode	Judul	Perbedaan	Persamaan	Hasil
Ismawati (2018)	Metode Analisis SWOT	Potensi Dan Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Park Pekalongan Dengan Analisis Swot Di Kelurahan Kandang Panjang, Kecamatan Pekalongan Utara, Kota Pekalongan Jawa Tengah	Peneliti terdahulu lebih ke kawasan ekowisata <i>mangrove</i> sedangkan sekarang lebih ke wisata alam persawahan	Menganalisis strategi pengembangan.	Hasil penelitian ini adalah kawasan ekowisata <i>mangrove</i> park pekalongan menyuguhkan pemandangan yang menarik, antara lain hamparan hutan <i>mangrove</i> dengan berbagai macam jenis, keanekaragaman fauna, kegiatan budidaya perikanan, sarana <i>tracking</i> , lorong <i>mangrove</i> gardu pandang, serta edukasi tata cara pembibitan <i>mangrove</i> . Penentuan strategi pengembangan ekowisata <i>mangrove</i> park pekalongan diantaranya yaitu: mengembangkan seluruh potensi yang ada sebagai alternatif wisata berbasis lingkungan untuk masyarakat kota pekalongan.
	Metode penelitian yang di	Konsep Pembagian Lodok Sebagai	Peneliti terdahulu lebih mengedepa	Membahas tentang Kebudayaan Manggarai	Hasil darai penelitian ini adalah Dengan adanya sistem

Sudhiarsa, dkk (2017)	gunakan adalah menggu nakan model peneliti an Etnogra fi	Bentuk Keadilan Dalam Kebudayaan Manggarai Flores (Tinjauan Antropologi s-Filosofis)	nkan Konsep Pembagian Lodok Sebagai Bentuk Keadilan Dalam Kebudayaan Manggarai Flores sedangkan peneliti sekarang lebih strategi pengemban gan lodok lingko sebagai tempat wisata.	Flores mengenai sistem pembagian sawah lodok lingko menjadi simbol keadilan, kesatuan, persatuan dan keunikan lingko yang menyerupai jaring laba- laba	pembagian semacam ini, nilai- nilai hidup sebagaimana yang didambakan dan dikehendaki manusia dapat tercapai. Semua manusia yang sedang berkelana dalam dunia menghendaki adanya keadilan dalam hidupnya. Sebab, dengan adanya keadilan atau kesamarataan mengenai hak dan kepemilikan, maka manusia mengalami perubahan hidup yakni kebahagiaan. Kebahagiaan digapai oleh manusia apabila ada keadilan di dalamnya.
Diarta dan Sarjana (2018)	Metode Analisi s SWOT	Strategi pengemban gan subak padanggala k sebagai daya tarikWisata di kota denpasar bali.	perbedaan a adalah subak dikembangk an berbasis budaya Bali dan Lodok lingko di kembangk n karna keunikan persawahan yang menyerupai jaring laba- laba dan menonjolka n budaya Manggarai,	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah Sebagai lanskap pertanian dan mempunyai potensi daya tarik wisata berupa lanskap persawahan	Pengembangan subak sebagai daya tarik wisata (DTW) akan sejalan dengan pembangunan pariwisata budaya Bali, mengingat keduanya di kembangkan berbasis budaya Bali. Hal ini menjadi upaya untuk menjaga keberlanjutan subak sambil mengendalikan konversi lahan sawah dan

			Nusa Tenggara Timur.		mendukung kelestarian lingkungan.
Andriani (2019)	Metode penelitian kualitatif, dengan pengambaran sampel menggunakan purposive sampling	Strategi pengembangan pantai mantau berbasis Ekowisata di desa Nanga Wera Kecamatan Wera Kabupaten Bima	perbedaan ya adalah peneliti sekarang memfokuskan ke pengembangan wisata alam persawahan dan peneliti terdahulu tentang pengembangan wisata pantai.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah memanfaatkan keindahan wisata alam dalam strategi pengembangan wisata pantai mantau dengan pemandangan gunung disekitarnya sedangkan penelitian sekarang membahas tentang strategi pengembangan wisata alam dengan keindahan dan keunikan sistem pembagian persawahan di flores kabupaten Manggarai.	Dari penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pembuatan taman disekitar Pantai Mantau (2) Meningkatkan daya tarik wisatawan dengan cara informasi dan promosi baik lewat internet maupun media cetak untuk meningkatkan kunjungan wisata (3) Memberikan pelatihan pada masyarakat setempat serta meningkatkan pembangunan sarana dan prasarana yang ada di Pantai Mantau tepatnya di Desa Nanga Wera Kecamatan Wera Kabupaten Bima.

Ginting
(2020)

Metode Analisis SWOT	Strategi Pengembangan Eco-edu Wisata Tukad Bindu	perbedaan dalam penelitian ini adalah lanskap alam di gunakan berbeda.	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah mengalih dan membahas mengenai strategi pengembangan	Hasil interaksi IFAS-EFAS menunjukkan bahwa yang menghasilkan alternatif strategi dengan bobot tertinggi adalah strategi (S-O), dalam hal ini mempertahankan tradisi dengan selalu menghadirkan jajanan tradisional di wisata tukad bindu adalah strategi pertama yang harus di lakukan. Kemudian alternatif kedua adalah strategi (S-T), yaitu selalu mengadakan pertunjukan menarik agar ada perbedaan dengan wisata lain. Strategi ketiga adalah (W-O), yaitu melakukan pelatihan dan workshop kepada pengurus dalam meningkatkan keterampilan. Strategi keempat yaitu (W-T), yaitu dengan pelatihan tentang pemasaran kepada pengurus.
----------------------	--	--	---	--

