

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA
DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa
Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Ilmu Dan Bisnis Islam

**Oleh:
SUNAINI
NPM: 1951040436**

Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
2023 M / 1445 H**

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA
DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT
DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
(Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa
Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Ilmu Dan Bisnis Islam

Oleh:
SUNAINI
NPM: 1951040436

Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah

Pembimbing I : A. Zuliyansah, S.Si., M.M
Pembimbing II : Dimas Pratomo, M.E

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
2023 M / 1445 H**

ABSTRAK

Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga merupakan pemandian alam yang berada di Desa Banjarmasin, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan. Pemandian Alami Way Penaga adalah pemandian alami yang berasal langsung dari sumber mata air pegunungan. Latar belakang penulis meneliti masalah ini adalah pemandian ini belum berkembang, belum dikenal masyarakat luas sehingga belum banyak orang yang mengenal pemandian ini khususnya diluar kabupaten lampung selatan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana obyek wisata pemandian alami way penaga di desa banjarmasin berdasarkan analisis swot dan bagaimana strategi pengembangan obyek wisata pemandian alami way penaga dengan menggunakan analisis swot dalam perspektif bisnis islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis obyek wisata pemandian alami way penaga di desa banjarmasin berdasarkan analisis swot dan untuk menyusun strategi pengembangan obyek wisata pemandian alami way penaga dengan menggunakan analisis swot dalam perspektif bisnis islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksplorer, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada pemilik, pengurus/pengelola, masyarakat dan pengunjung wisata pemandian alami Way Penaga. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Analisis SWOT dan menemukan empat strategi dalam pengembangan objek wisata yaitu: Strategi SO, Strategi W-O, Strategi S-T, Strategi W-T.

Ada beberapa strategi yang diterapkan untuk pengembangan objek wisata yaitu meningkatkan daya tarik wisata alam yang diciptakan Allah SWT dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan, memanfaatkan tenaga kerja yang ada didaerah sekitar objek wisata dan meningkatkan kenyamanan suasana objek wisata dengan memanfaatkan destinasi yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip bisnis islam.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Obyek Wisata, Analisis SWOT

ABSTRACT

This The Way Penaga Natural Bathing Tourism Object is a natural bath located in Banjarmasin Village, Penengahan District, South Lampung Regency. Way Penaga Natural Baths are natural fresh and comes directly from mountain springs. The author's background in researching this problem is based on the problems that exist in the Way Penaga Natural Baths tourist attraction, namely these baths are not yet developed, not yet known by the wider community so not many people are familiar with these baths

The formulation of the problem in this study is how the tourist attraction of Way Penaga Natural Bath in Banjarmasin Village is based on SWOT analysis and how the strategy for developing the Way Penaga Natural Bath tourism object uses SWOT analysis in an Islamic business perspective. The purpose of this research is to analyze the Way Penaga Natural Bath tourism object in Banjarmasin Village based on SWOT analysis and to develop a strategy for developing the Way Penaga Natural Bath tourism object using SWOT analysis in an Islamic business perspective.

This study used a qualitative exploratory approach, data collection was carried out by distributing questionnaires to owners, administrators/managers, the public and visitors to the Way Penaga natural bathing tour. In this study the authors used SWOT analysis and found four strategies in developing tourism objects, namely: SO Strategy, W-O Strategy, S-T Strategy, W-T Strategy.

There are several strategies implemented for the development of tourist objects, namely increasing the natural tourist attraction created by Allah SWT by utilizing technological and information developments to develop new tourist objects, utilizing the existing workforce in the area around tourist objects so that they can trigger the achievement of community welfare by relying on food products..

Keywords: *Strategy, Development, Tourist Attractions, SWOT Analysis.*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sunaini
NPM : 1951040436
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan)” Adalah Benar-Benar Merupakan Hasil Karya Penyusun Sendiri, Bukan Duplikasi Ataupun Plagiat Dari Karya Orang Lain Kecuali Pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka penyusun akan bertanggung jawab sepenuhnya. Demikian surat pernyataan ini ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, September 2023
Penulis



Sunaini
NPM. 1951040436



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131, Telp: (0721) 704030

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan)**

Nama : Sunaini
NPM : 1951040436
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan Dipertahankan Dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

A. Zuliansyah, M.M
NIP. 198302222009003

Pembimbing II

Dimas Pratomo, M.E
NIP. 199305282018011003

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Ahmad Habibi, S.E

NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131, Telp: (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: " Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan)" disusun oleh Sunaini, NPM: 1951040436, program studi Manajemen Bisnis Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Selasa, 11 Juli 2023

TIM MUNAQASYAH

Ketua : Dr. Asriani, S.H., M.H

Sekretaris : Adhe Risky Mayasari, M.Pd

Penguji I : Citra Etika, M.Si

Penguji II : Dimas Pratomo, M.E


.....

.....

.....

.....

Mengetahui,
Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Suryanto, S.E., MM.Akt
009262008011008

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ

النُّشُورُ ١٥

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dijelajahi. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (QS. Al-Mulk: 15)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah memberikan kesabaran dan kesehatan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir sebagai mahasiswa. Yang diharapkan hasil skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi segala pihak yang memerlukan. Dengan lafadz Bismillah dan rasa syukur serta rendah hati, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan terkasih, yang selalu menyayangi dan selalu memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya. Saya persembahkan terutama kepada Bapak saya Turmin dan Ibu saya Nuridah yang telah mengantarkan dan menemani anakmu sampai saat ini. Kedua orang tua ku yang selalu memotivasi dan memberikan semangat serta dukungan dalam segala hal. Kalian adalah motivasi terbesar saya dalam menggapai apapun termasuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala untaian doa-doa yang selalu ibu dan bapak panjatkan untuk saya. Sebanyak apapun yang bisa saya berikan di kemudian hari tidak akan pernah cukup untuk membayar segala cinta kasih, pengorbanan dan kerja keras yang telah kalian berikan kepada saya sampai dengan saat ini.
2. Kepada kakak dan adik saya yang amat saya sayangi, Nurlaili dan Abdul Rohman tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal ini selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan. Terimakasih selalu memberikan dukungan, memberikan motivasi dan memberikan inspirasi agar menjadi seseorang yang baik, tekun dan rendah hati.
3. Selanjutnya skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, Sunaini yang telah berhasil menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas kerja keras yang telah dilakukan, yang sudah bertahan dan kuat dalam menjalani lika-liku serta tantangan di semester akhir ini.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selalu kubanggakan untuk menjadi tempat menimba ilmu pengetahuan serta agama yang baik.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Sunaini, lahir di Sukabaru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan pada tanggal 22 Juni 2000. Merupakan anak Kedua dari tiga bersaudara dari Bapak Turmin dan Ibu Nuridah. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar di SDN 2 Sukabaru Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan selama 6 tahun dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP N 1 Penengahan Kabupaten Lampung Selatan selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2015. Kemudian menempuh pendidikan di SMK N 1 Kalianda Kabupaten Lampung Selatan selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya atas izin Allah SWT dan kesempatan yang telah diberikan-Nya, pada tahun 2019 penulis dapat melanjutkan pendidikan kejenjang Perguruan Tinggi dalam Program Sarjana Setara Satu di UIN Raden Intan Lampung, dengan mengambil program studi di Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Bandar Lampung, 07 Mei 2023

Penulis

Sunaini

NPM: 1951040436

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya berupa kesehatan, ilmu pengetahuan, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan)” dapat menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada suri tauladan kita nabi Muhammad SAW, sahabat serta keluarganya yang taat pada ajaran agama-Nya yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman terang benderang. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Tidak bisa dipungkiri juga penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungannya dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat melalui halangan dan rintangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan anugerah-Nya serta kekuatan, kesempatan dan kelancaran yang diberikan dalam segala hal selama ini.
2. Prof. Dr. Tulus Suyanto, M.M, Akt, C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Dr. Ahmad Habibi, S.E, M.E selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
4. Ahmad Zuliansyah, S.Si., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan dan memotivasi penulis

sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

5. Bapak Dimas Pratomo, M.E selaku Dosen Pembimbing Akademik II yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan dan memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pengajar selama berkuliah, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, mendidik dan membentuk karakter dengan penuh keikhlasan.
7. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, Bapak Turmin dan Ibu Nuridah yang selalu mendo'akan dan mencurahkan cinta, kasih dan sayangnya selama ini.
8. Kepada kaka dan adik saya yang sangat saya sayangi Nurlaili dan Abdul Rohman yang selalu ada dan menemani serta memberikan semangat selama ini.
9. Para Staf Administrasi, Akademik dan Kemahasiswaan yang telah memberikan informasi dan pelayanan yang baik kepada penulis serta membantu kelancaran administrasi kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan MBS F angkatan 2019 yang telah menami dalam menjalani lika-liku perkuliahan.
11. seluruh pihak yang telah membantu dalam membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak dan Ibu, Dosen, sahabat, teman-teman serta seluruh pihak yang terlibat, yang akan dibalas kebaikannya berlipat ganda oleh-Nya. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dalam penulisan skripsi ini. Namun,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 07 Mei 2023

Penulis

Sunaini

NPM. 1951040436

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
H. Metode Penelitian	14
I. Sistematika Pembahasan	34
J. Kerangka Berfikir	36
BAB II LANDASAN TEORI.....	39
A. Manajemen Strategi	39
1. Pengertian Strategi.....	39
2. Tujuan Strategi	42
3. Langkah-langkah Perumusan Strategi	42
4. Pembuatan Startegi	43
5. Pengertian Pengembangan.....	44
6. Startegi Pengembangan Pariwisata	45
7. Indikator-Indikator Pengembangan Pariwisata	46
8. Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata.....	48
B. Obyek Wisata.....	50
1. Pengertian Obyek Wisata	50
2. Komponen-Komponen Wisata	53
3. Dampak Positif dan Negatif Obyek Wisata	54
4. Perbedaan Jenis Pariwisata Berdasarkan Motif Wisatawan	55

5. Manfaat Pembangunan Pariwisata Nasional	57
C. Analisis SWOT	58
1. Pengertian Analisis SWOT	58
2. Tahapan-Tahapan Analisis SWOT	62
D. Pariwisata Dalam Perspektif Bisnis Islam	64
1. Pengertian Wisata Dalam Islam	64
2. Hukum-Hukum Wisata Dalam Islam	68
3. Etika Berpakaian di Tempat Wisata Dalam Islam	70
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	73
A. Gambaran Umum Objek	73
1. Profil Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga	73
2. Struktur Organisasi	75
3. Lokasi Obyek Wisata.....	77
4. Fasilitas/Sarana Prasarana	78
5. Analisis SWOT.....	81
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	87
1. Sejarah Wisata Pemandian Alami Way Penaga	87
2. Potensi Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga	88
3. Proses Pengembangan Wisata Pemandian Alami Way Penaga.....	93
BAB IV ANALISIS PENELITIAN.....	95
A. Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga Berdasarkan Analisis SWOT	95
B. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga Dalam Perspektif Bisnis Islam.....	136
BAB V PENUTUP.....	145
A. Simpulan	145
B. Rekomendasi.....	145

DAFTAR RUJUKAN
LAMPURAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini, untuk menghindari salah penafsiran dan kerancuan mengenai judul skripsi dan memudahkan pembaca mengkaji isinya, serta beberapa istilah yang terkandung di dalam judul penelitian ini. Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah **“STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM”** (Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan).

Adapun beberapa istilah di dalam judul proposal skripsi yang perlu diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi dapat diartikan sebagai pola perilaku karena definisi strategi tidak cukup hanya dikatakan sebagai rencana, tetapi membutuhkan definisi yang mencakup hasil dari pola perilaku. Rumusan strategi yang baik akan memberikan gambaran pola tindakan utama dan pola keputusan yang dipilih untuk mewujudkan tujuan perusahaan.¹

2. Pengembangan

Pengembangan merupakan suatu cara, proses atau langkah-langkah aktifitas yang digunakan melakukan, pengembangan, serta cara meningkatkan perubahan dengan pemikiran konseptual dengan memajukan yang telah ada supaya menjadi menarik dan mempunyai nilai lebih.²

¹ Zaenal Afandi, “Strategi Pendidikan Entrepreneurship Di Pesantren Al-Mawaddah Kudus,” *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, no. 1 (2019): 55–68.

² Rendi Renadli, Aan Anwar Sihabudin, and Regi Refian Garis, “Pengembangan Objek Wisata Curug Grigis Oleh Kelompok Masyarakat Desa Kedungwuluh Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangadaran” (2022).

3. Obyek Wisata

Obyek wisata adalah ciri khas suatu daerah yang ditunjang oleh keadaan alam dan budaya suatu daerah.³

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis.⁴

5. Perspektif

Perspektif adalah cara pandang yang muncul akibat kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang akan menambah wawasan atau pengetahuan seseorang agar dapat melihat segala sesuatu yang terjadi dengan pandangan yang luas.⁵

6. Bisnis Islam

Bisnis Islam adalah seluruh aktivitas yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang didasarkan kepada nilai-nilai Islam. Tujuan bisnis dalam Islam adalah untuk mendapatkan ridha dari Allah SWT, memperoleh profit yang optimal serta mendapatkan keberkahan dalam bisnis.⁶

Berdasarkan penjelasan istilah-istilah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Pengembangan Obyek Wisata menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Ekonomi Islam merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di suatu kawasan, dengan menggunakan teknik atau metode SWOT yang meliputi perencanaan strategi yang bertujuan untuk mengevaluasi

³ Edi Suarto, "Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot," *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi* 3, no. 1 (2017).

⁴ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT* (Anak Hebat Indonesia, 2016).

⁵ Sukarno Wibowo and Dedi Supriadi, "Ekonomi Mikro Islam," *Bandung: Pustaka Setia* (2013).

⁶ Muhammad Turmudi, "Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* (2017): 37–56.

kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun nonfisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berpedoman penuh pada Al-Qur'an dan As-Sunnah yang memiliki tujuan utama untuk kesejahteraan umat.

B. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah sebuah negara yang kaya akan adat istiadat dan budaya yang masih kental. Menyimpan sejuta nilai kearifan lokal serta menyimpan begitu banyak sumber daya alam yang terdiri dari lautan, matahari, pantai, sungai, daratan serta gunung yang jika dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan besar bagi negara.⁷ Indonesia juga merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi kekayaan alam, seperti kesuburan tanah, bahan tambang, keadaan iklim, curah hujan, serta keadaan pemandangan alamnya yang dapat dijadikan tempat-tempat rekreasi dan objek wisata, yang dapat digunakan sebagai daya tarik pariwisata dan sumber pendapatan daerah masing-masing.

Peranan sektor pariwisata nasional sangat penting sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk membangun ekonomi berkelanjutan di masa mendatang. Sektor pariwisata memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara.⁸ Adanya kehadiran wisatawan disebuah kawasan wisata menjadi salah satu sumber ekonomi terutama pendapatan daerah serta meningkatkan proses pembangunan dalam bidang ekonomi.⁹ Menurut Irhamna (2018) perkembangan industri pariwisata juga mendorong dan

⁷ Lailatul Azizah, "Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism," *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 4, no. 2 (2021): 18–36.

⁸ Irma Dwina, "Melemahnya Ekonomi Indonesia Pada Sektor Pariwisata, Akibat Dampak Dari Pandemi Covid-19" (2020).

⁹ Nanda Rahmi, "Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Banda Aceh," *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 1 (2017): 577–589.

mempercepat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Pariwisata juga bermanfaat dalam meningkatkan lapangan kerja, taraf hidup dan pendapatan masyarakat.¹⁰

Pengembangan kawasan wisata merupakan salah satu strategi yang dimiliki oleh pemerintah untuk meningkatkan pendapatan daerah. Strategi ini umumnya diterapkan oleh daerah-daerah yang memiliki sumber daya alam yang dapat dijadikan daya tarik wisata.¹¹ Pembangunan kepariwisataan harus didasarkan pada kriteria berkelanjutan yang artinya bahwa pembangunan dapat didukung secara ekologis dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi yang tidak melanggar norma-norma hukum dan ketentuan Allah SWT. Dalam mengelola dan memanfaatkan alam sebagai salah satu fasilitas yang disediakan oleh Allah SWT, Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Q.S Al-A'raaf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik”.

Menurut Tafsir Kemenag, ayat tersebut menjelaskan bahwa selain untuk bibradah kepada Allah, manusia juga diciptakan sebagai khalifah di muka bumi. Sebagai khalifah memiliki tugas untuk memanfaatkan, mengelola, dan

¹⁰ Sani Alim Irhamna, “Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Objek Wisata Di Dieng Kabupaten Wonosobo,” *Economics Development Analysis Journal* 6, no. 3 (2017): 320–327.

¹¹ Risna Resnawaty, “Strategi Community Practice Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat,” *Share: Social Work Journal* 6, no. 1 (2016).

memilihara alam semesta. Allah telah menciptakan alam semesta untuk kepentingan dan kesejahteraan semua makhluk nya khusus nya manusia. Bahwa segala sesuatu yang diciptakan oleh Allah dimuka bumi ini hendaknya dikelola dengan baik semata-mata demi kesejahteraan masyarakat.

Provinsi Lampung adalah sebuah provinsi paling selatan di Pulau Sumatera Indonesia yang memiliki beraneka ragam obyek wisata baik jenis, bentuk, maupun ciri keunikan tradisional daerah. Berbagai jenis wisata seperti wisata pantai, wisata alam, budaya, agrowisata maupun wisata sejarah yang dapat dijumpai dengan mudah. Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi potensial untuk bisa mengembangkan potensi pariwisatanya. Provinsi lampung juga merupakan pintu gerbang pulau sumatera. Berbatas wilayah di sebelah Utara dengan Provinsi Bengkulu dan Sumatera Selatan, Dengan posisi demikian, Provinsi lampung memiliki banyak tempat wisata alam yang terdiri dari berbagai kabupaten dan kota yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan daerah.

Tabel 1.1

Jumlah wisatawan yang yang berkunjung ke Provinsi Lampung

Tahun	Jumlah wisatawan yang berkunjung ke provinsi Lampung.
2016	3.467.715
2017	4.422.716
2018	5.645.710
2019	7.536.827
2020	11.641.199

Sumber : *Dinas Pariwisata Lampung dalam angka, 2020*

Di Provinsi Lampung terdapat banyak obyek wisata salah satunya di Kabupaten Lampung Selatan. Kabupaten Lampung Selatan memiliki potensi obyek wisata yang cukup beragam dan memiliki sejumlah aset wisata yang lengkap, diantaranya wisata alam, bahari, kuliner, budaya maupun wisata buatan yang khusus diperuntukkan untuk obyek wisata.

Salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Lampung

Selatan Khususnya daerah Kalianda adalah Pemandian Alami Way Penaga yang terletak di Desa Banjarmasin. Desa Banjarmasin merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan. Desa yang berada di kabupaten Lampung Selatan ini memiliki potensi wisata yang unik yaitu Pemandian Alami Way Penaga. Pemandian Alami Way Penaga adalah pemandian alam yang alami, airnya sangat bersih, jernih, segar dan berasal langsung dari sumber mata air pegunungan. Way Penaga diambil dari bahasa lampung yakni “Way” yang artinya air dan “Penaga” yang artinya penadah atau penampung yang besar. Sehingga bisa diartikan Way Penaga merupakan Pemandian yang menampung air yang banyak.

Menurut yohanes suliyadi, untuk mengetahui perkembangan suatu wisata dapat diukur dengan indikator seperti perubahan struktur pariwisata itu sendiri dan faktor internal, perubahan faktor eksternal yang mempengaruhi pariwisata dan dampak yang disebabkan oleh pariwisata.¹² Wisata way penaga sudah cukup mengalami pengembangan struktur terutama pada pembangunan fasilitas wisata dan akses jalan menuju lokasi wisata. Dengan adanya wisata way penaga ini tentunya berdampak positif terhadap pendapatan masyarakat sekitar, seperti terbentuknya UMKM kecil dan penyedia lapangan pekerjaan disekitar wisata Way Penaga tersebut. hal ini disebabkan karena dengan banyaknya pengunjung yang datang, menjadi stimulus bagi masyarakat untuk memulai usaha dan menambah pendapatan.

Berdasarkan hasil wawancara, Bapak Jahidin sebagai pemilik lahan berpikir untuk menjadikan mata air tersebut menjadi sebuah objek wisata pemandian, dengan bekerja sama bersama masyarakat sekitar melalui sistem kerja swadaya masyarakat. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar, terutama sebagai penyedia lapangan pekerjaan dan penstimulus terbentuknya

¹² Yohanes Sulistyadi, Fauziah Eddyono, and Derinta Entas, *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan* (Anugrah Utama Raharja, 2019), h. 9.

UMKM yang dapat menambah pendapatan masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, obyek wisata Way Penaga belum memiliki infrastruktur sarana dan prasarana yang mendukung. Pemandian Way Penaga ini masih tampak alami tanpa pembangunan fisik seperti obyek wisata yang lain. Belum banyak orang yang mengenal pemandian ini karena memang belum begitu diketahui banyak orang khususnya diluar Kabupaten Lampung Selatan. Padahal jika obyek wisata ini dioptimalkan, dimaksimalkan dan dikembangkan secara tepat, besar peluang untuk menambah pendapatan asli daerah serta meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik yang melibatkan semua pihak, mulai dari pengelola wisata, pemerintah, dan masyarakat setempat akan menimbulkan permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Maka sangat perlu adanya strategi yang tepat guna dalam pengelolaan, pengembangan dan pemeliharaan objek wisata pemandian alami Way Penaga.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti terkait Strategi Pengembangan Obyek Wisata yaitu penelitian Lailatul Azizah dan Fitria Delita. Dalam penelitian Lailatul Azizah menyatakan obyek wisata Tengger dipandang memiliki daya kompetitif yang rendah untuk menghadapi ancaman dari destinasi wisata lainnya oleh karena itu strategi yang bisa diterapkan adalah melakukan strategi defensif yang memfokuskan pada pasar wisata.¹³ Sedangkan penelitian Fitria Delita menyatakan bahwa strategi pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata.¹⁴ Berdasarkan

¹³ Azizah, "Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism."

¹⁴ Fitria Delita, Elfa Yetti, and Tumiar Sidauruk, "Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang

beberapa hasil penelitian tersebut terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini tidak hanya terfokus pada strategi sarana dan prasarananya saja, tetapi lebih difokuskan pada strategi pengembangan obyek wisata yang dapat dilihat dari segi daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, keramah-tamahan, dukungan pemerintah dan promosi pariwisata sehingga penelitian ini berupaya untuk lebih memberikan daya tarik dalam kawasan obyek wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka peneliti mengambil penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Bisnis Islam”**.

C. Fokus Penelitian dan Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang tertuang dalam latar belakang masalah diatas, maka fokus penelitian yang diteliti adalah Strategi Pengembangan Obyek Wisata. Sedangkan sub fokus dalam penelitian ini adalah mengimplementasikan Analisis SWOT sebagai salah satu strategi yang bisa membantu mengembangkan dalam upaya mengoptimalkan kekuatan dan peluang pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau bisnis. Analisis SWOT sudah teruji kelebihannya dalam penentuan bidang perencanaan strategis dan pengambilan keputusan. Untuk itu perlu dilakukan kajian mendalam untuk mengetahui kekuatan (strenght), kelemahan (weakness), peluang (oppurtunities) dan ancaman (threat) atau analisis SWOT sebagai rumusan strategi pengembangan obyek wisata Pemandian Way Penaga di Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, Provisnsi Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Berdasarkan Analisis SWOT?
2. Bagaimana Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga Dalam Perspektif Bisnis Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di kemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Menganalisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Berdasarkan Analisis SWOT?
2. Untuk Menyusun Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga Dalam Perspektif Bisnis Islam.

F. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Teoritis
Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan serta kontribusi bagi ilmu pengetahuan sehingga dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Praktis
 - a. Bagi peneliti
Dengan kajian yang akan dilakukan dalam penelitian ini diharapkan peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini sudah dipelajari, kemudian dapat mengetahui secara langsung permasalahan perilaku konsumen dalam ruang lingkup manajemen bisnis syariah khususnya manajemen pemasaran.

- b. Bagi masyarakat atau perusahaan
Dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat dengan studi kasus yang dekat dengan masyarakat. Bagi perusahaan tentang informasi untuk pihak internal atau eksternal perusahaan yang terkait dengan peran Search Engine Optimization (SEO) dalam meningkatkan Brand Awareness. Bagi pihak perusahaan penelitian ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengkaji ulang dan mengambil tindakan dalam mengoptimisasikan website di perusahaan yang menggunakan Search engine marketing.
- c. Akademisi
Hasil Penelitian diharapkan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan tema serupa yaitu peran penggunaan *search engine optimization* dan media sosial sebagai media promosi dalam meningkatkan *brand awareness* baik secara konvensional maupun secara syariah.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi perbandingan dan acuan yang memberikan gambaran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu. Dari banyaknya literatur yang menjadi sumber referensi, terdapat beberapa jurnal yang topiknya sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya. Untuk itu pada bagian ini akan diberikan beberapa penjelasan pada penelitian terdahulu yang berkaitan dengan rencana penelitian ini. Dan hal ini dapat kita lihat dari penjelasan di bawah ini:

1. Fitra Delita, Elfayetti, Tumiari Sidauruk/ 2021 dengan judul penelitian “Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun” Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data dikumpulkan melalui studi kepustakaan, observasi serta wawancara

dengan stakeholder seperti Dinas Pariwisata, Bappeda, camat, kepala desa, tokoh masyarakat, masyarakat dan pengunjung. Data dianalisis secara deskriptif kemudian untuk menentukan strategi pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata dilakukan dengan analisis SWOT. Hasil penelitian ini yaitu strategi pengembangan objek wisata alam Pemandian Mual Mata antara lain membangun sarana prasarana seperti akses jalan, alat angkut dan sarana akomodasi, membuat atraksi wisata dan promosi obyek wisata, mengembangkan produk wisata, serta melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata.¹⁵

2. Rizki Adityaji / 2018, dengan judul penelitian “Formulasi strategi pengembangan destinasi pariwisata dengan menggunakan metode analisis swot: studi kasus kawasan pecinan kapasasurabaya”. Pada penelitian ini, penulis memakai pendekatan kualitatif melalui pemilihan metode deskriptif. Dari hasil analisis ini diperoleh gambaran bahwa kawasan pecinan Kapasan dipandang memiliki daya kompetitif yang rendah untuk menghadapi ancaman dari destinasi wisata lainnya. Langkah-langkah yang perlu diambil diantaranya adalah lebih meningkatkan informasi dan promosi tentang kawasan pecinan Kapasan sebagai kawasan wisata heritage; mengusulkan kawasan pecinan agar dimasukkan dalam agenda program wisata tahunan pemerintah kota Surabaya.¹⁶
3. Nada Zahrani, Adil Mubarak/ 20 22, dengan judul penelitian “Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Objek Wisata Geopark Silokek Di Nagari Silokek Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Sijunjung”. Pada penelitian ini, penulis memakai pendekatan kualitatif melalui pemilihan metode deskriptif. Data yang dipakai berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan lewat observasi,

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Rizki Adityaji, “Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya,” *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32.

wawancara, dan dokumentasi yang dilaksanakan bersama Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga, Pokdarwis, Masyarakat, dan Pengunjung. Namun untuk data sekunder didapatkan lewat Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Berdasarkan dari hasil penelitian maka bisa diambil kesimpulan strategi dalam mengembangkan objek wisata geopark silokek yakni mengoptimalkan program-program dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki geopark silokek, memanfaatkan teknologi komunikasi dan telokomunikasi dalam upaya memaksimalkan promosi, meningkatkan pengelolaan daya tarik wisata sehingga investor tertarik untuk menanamkan sahamnya pada objek wisata geopark silokek di nagari silokek.¹⁷

4. Lailatul Azizah / 2021, dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism (Studi Pada Destinasi Bromo Tengger Tosari Pasuruan)”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan Mixed Method (kuantitatif dan kualitatif). jenis data penelitian adalah data primer dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner, survei lapangan dan wawancara yang dilakukan selama 2 bulan mulai tanggal 28 Desember 2019 sampai tanggal 29 februari 2020. Dari hasil analisis IFAS (Internal Factors Analysis Summary) dan EFAS (External Factors Analysis Summary) diperoleh gambaran bahwa “ Destinasi Bromo Tengger dipandang memiliki daya kompetitif yang rendah untuk menghadapi ancaman dari destinasi wisata lainnya. Oleh karena itu strategi yang bisa diterapkan adalah melakukan strategi defensif yang memfokuskan pada pasar wisata. Langkah yang perlu diambil diantaranya adalah lebih meningkatkan promosi dan informasi tentang

¹⁷ Nada Zahrani and Adil Mubarak, “ANALISIS SWOT UNTUK STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA GEOPARK SILOKEK DI NAGARI SILOKEK OLEH DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLARHAGA KABUPATEN SIJUNJUNG,” *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development* 5, no. 1 (2022): 387–393.

kawasan Bromo Tengger sebagai kawasan destinasi 10 pengembang prioritas (Tourism Branding Wonderful Indonesian). dan mengusulkan dalam agenda program wisata tahunan , memperbaiki sarana dan prasarana infrastuktur (assesibilitas) dan transportasi (amenitas) , serta mengenalkan atraksi budaya.¹⁸

5. Selvia Maryam / 2021, dengan judul penelitian “Pendekatan Swot Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal”. Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yaitu dari data primer dan data sekunder. Metode sampel yang digunakan adalah accidental sampling yang ditujukan bagi siapa saja pengunjung yang kebetulan sedang berwisata dan ditambah pengelola objek wisata sebagai key person. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari Analisis SWOT, yang menggunakan Matriks EFE, IFE, SWOT, dan Matriks IE, Djowo Sekatul memiliki posisi yang kuat terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada. Posisi ini menunjukkan bahwa objek wisata ini dapat menonjolkan kekuatan atau potensi yang dimiliki dan dapat menutupi atau meminimalkan kelemahan yang ada. Objek wisata ini cukup mampu dalam memanfaatkan peluang-peluang yang ada sekaligus dalam mengatasi ancaman-ancaman yang dihadapi.¹⁹
6. Taufit, Dewi Mulyati², Chairul Amni / 2022, dengan judul penelitian “Strategi Pengembangan Industri Pariwisata Di Kota Banda Aceh (Studi Analisis SWOT Pada Wisata Pantai)”. Analisis data menggunakan analisis SWOT. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan pembagian kuesioner. Responden yang dijadikan informan terdiri dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pedagang di sekitar objek wisata pantai serta wisatawan.

¹⁸ Azizah, “Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism.”

¹⁹ Selvia Maryam and Waridin WARIDIN, “Pendekatan SWOT Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal” (Universitas Diponegoro, 2011).

Data penelitian terkait analisis SWOT diperoleh dari hasil wawancara tertutup menggunakan kuesioner dengan pihak internal terdiri dari Pimpinan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, kepala bagian pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, bagian pemasaran dan promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh. Sedangkan aspek eksternal pedagang di kawasan wisata pantai dan wisatawan, maka penulis dapat mengidentifikasi apa saja yang termasuk dalam faktor internal dan faktor eksternal.²⁰

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk Persamaannya terletak pada jenis penelitian, sumber data, serta metode yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan analisis SWOT dalam penentuan strategi. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel, obyek dan tempat penelitian.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “*metode*” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “*logos*” yang artinya ilmu atau pengetahuan, jadi metodologi adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, sampai menyusun laporannya. Dari batasan-batasan di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa metodologi penelitian merupakan suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan/mempersoalkan mengenai cara-cara melaksanakan penelitian (yaitu meliputi kegiatan-kegiatan mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis, sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta-fakta gejala ilmiah.²¹

²⁰ Taufit Taufit, Dewi Mulyati, and Chairul Amni, “Strategi Pengembangan Industri Pariwisata Di Kota Banda Aceh (Studi Analisis SWOT Pada Wisata Pantai),” *Karya Ilmiah Fakultas Teknik (KIFT)* 2, no. 1 (2022): 8–15.

²¹ Cholid Narbuko and Abu Achmadi, “Metodologi Penelitian: Jakarta: Bumi Aksara” (2018).

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjalankan fenomena melalui pengeumpulan data sedalamdalamnya.²² Penelitian kualitatif tidak selalu bertujuan untuk mencari sebab akibat terjadinya sesuatu, tetapi lebih berupaya memahami situasi tertentu untuk sampai pada suatu kesimpulan objektif, penelitian kualitatif berupaya mendalami dan menerobos gejalanya dengan menginterpretasikan masalah atau menyimpulkan kombinasi dari berbagai arti permasalahan sebagaimana disajikan oleh situasinya.²³ Dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research). Field research adalah dimana peneliti harus terjun langsung ke lapangan guna memperoleh data.²⁴ Data diperoleh dari lapangan secara langsung dari sumbernya sehingga sumber data dari penelitian lapangan ini adalah sumber data primer.²⁵ Tujuan Penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit social, lembaga atau masyarakat, kelompok dan individu.²⁶ Penelitian field research dikerjakan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian yang berkenaan dengan strategi pengembangan obyek wisata pada

²² Rachmat Kriyantono, "Riset Komunikasi," *Jakarta: kencana prenatal media group* (2006): h. 56.

²³ Lexy J Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif" (Bandung: remaja rosdakarya, 2007), h. 5.

²⁴ R Semiawan Conny, "Metode Penelitian Kualitatif," *Jakarta: Grasindo* (2010).

²⁵ P D Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D," *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung* 225 (2017): h. 14.

²⁶ Cholid Narbuko and Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian: Memberikan Bekal Teoretis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Seta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Yang Benar* (Bumi Aksara, 2013).

wisata pemandian alami Way Penaga yang terletak di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan. Selain menggunakan field Research peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (library Research). Penelitian kepustakaan adalah pengumpulan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam materi yang terdapat dalam ruang lingkup kepustakaan.²⁷

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian yang bersifat deskriptif menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.²⁸ Penelitian deskriptif bertujuan untuk pemecahan masalah secara sistematis dan faktual mengenai sifat-sifat populasi dan fakta-fakta.²⁹ Penelitian deskriptif eksploratif bertujuan untuk menggambarkan keadaan suatu fenomena. Dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu hanya menggambarkan apa adanya suatu variabel, gejala atau keadaan.³⁰ Di sini peneliti akan menggambarkan tentang keadaan lapangan dengan tujuan untuk menemukan formulasi strategi pengembangan Obyek Wisata Way Penaga dengan menggunakan analisis SWOT yang meliputi strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang) dan threat (ancaman).

²⁷ Hadi Sutrisno, "Metode Research," *UGM: Yogyakarta* (2002): h. 142.

²⁸ Husein Umar, "Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis" (2013): h.22.

²⁹ Narbuko and Achmadi, *Metodologi Penelitian: Memberikan Bekal Teoretis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Seta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Yang Benar*, h. 44.

³⁰ Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Edisi Revisi V," *Jakarta: PT Rineka Cipta* (2002): h. 243.

2. Sumber Data

Menurut Moleong, menyatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³¹ Setiap penelitian pasti memerlukan data, baik untuk bahan deskripsi maupun untuk menambah informasi dalam pengambilan kesimpulan, data merupakan komponen penting dalam sebuah penelitian. Sumber data penelitian merupakan asal data yang didapati oleh peneliti untuk diolah dan dijadikan bahan untuk dibahas dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono data penelitian dibagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder, yaitu:³²

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang akan diteliti.³³ Data primer merupakan data asli yang dapat memberikan data secara langsung dari pihak pertama baik berupa dokumen atau lainnya. Data ini diperoleh dengan teknik wawancara yang digunakan untuk menambah dan menjelaskan permasalahan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari kuesioner, observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi secara langsung dengan pemilik atau pengurus wisata pemandian alami way penaga di desa banjarmasin Lampung Selatan serta masyarakat dan pengujung.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui sumber-sumber yang telah ada ada baik secara

³¹ Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif,," *PT Remaja Rosdakarya* (2021).

³² Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D." (n.d.).

³³ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018). h. 255

internal maupun eksternal yang dikumpulkan oleh peneliti sebelumnya.³⁴ artinya data dapat diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen, rapat, dll), foto-foto dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer.³⁵ Dalam penelitian ini sumber data sekunder berasal dari literatur bacaan jurnal penelitian buku yang berhubungan dengan judul penelitian yang diambil oleh peneliti. Selanjutnya untuk menentukan strategi pengembangan objek wisata dilakukan analisis SWOT (Strengths/ kekuatan, Weakness/ kelemahan, Opportunities/ peluang, dan Threats/Ancaman).

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dengan karakteristik dan kualitas khusus yang ditunjuk oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya³⁶. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik, pengelola, pengunjung serta masyarakat Desa banjarmasin Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan yang berjumlah 1 pemilik, 7 pengelola 5 orang masyarakat serta pengunjung 20 orang Sehingga total dari populasi berjumlah 33 populasi.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik populasi. jika populasinya besar dan

³⁴ M Iqbal Hasan, "Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya" (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).

³⁵ Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015). h. 28

³⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D," hal. 80.

peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi, misalnya karena kendala keuangan, tenaga, dan waktu. Peneliti kemudian dapat menggunakan sampel dari populasi ini. Teknik pengambilan ini dengan menggunakan simple random sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi ini³⁷. Sampel ini merupakan cerminan dari populasi yang sifat-sifatnya akan diukur dan mewakili populasi yang ada. Dengan adanya sampel ini maka proses penelitian akan lebih mudah dan sederhana. Jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan data populasi yang ada Sampel yang akan di ambil dari penelitian ini yaitu sebesar 10%. Dari total populasinya 36x10% yaitu 36 sampel yang akan diteliti.

4. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian itu dilakukan serta tempat dimana peneliti dapat mengungkapkan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti tersebut sehingga peneliti akan mendapatkan banyak sumber data yang dibutuhkan di dalam penelitian ini. Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah di wisata Pemandian Alami Way Penaga yang terletak di Jl. Margadantaran desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan. Alasan utama peneliti memilih Way Penaga sebagai tempat penelitian karena Way Penaga merupakan salah satu bentuk wisata desa yang jika dikembangkan lebih lanjut akan membantu perekonomian desa serta menciptakan peluang lapangan kerja bagi penduduk

³⁷ Ibid., hal. 81.

sekitar. Lokasi ini dipilih oleh penulis sebagai tempat penelitian karena didasarkan pada pertimbangan penulis yaitu ingin mengetahui apakah strategi pengembangan obyek wisata dengan menggunakan analisis SWOT dapat meningkatkan pengembangan obyek wisata.

5. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam tiga kegiatan yakni: proses memasuki lokasi penelitian (getting in), berada di lokasi penelitian (getting along) dan proses pengumpulan data (logging the data). Adapun teknik pengumpulan data yang dapat digunakan di dalam penelitian ini yang selanjutnya dijelaskan oleh Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner

Pengertian Kuesioner juga sering dikenal sebagai angket. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionisasikan ke dalam bentuk item atau pertanyaan. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh orang yang akan diukur (responden). Dengan kuesioner Kita dapat mengetahui keadaan atau data pribadi seseorang, pengalaman atau pengetahuan dan lain-lain yang dimilikinya. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variablevariabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesiner dapat didefinisikan sebagai daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh periset untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan

pertanyaan.³⁸ Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan bobot dan rating dalam analisis SWOT, dimana pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden untuk diisi sesuai dengan desain pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Desain pertanyaan kuesioner disesuaikan dengan tujuan penelitian melalui bentuk pertanyaan tertutup (close ended questions) dengan menerapkan skala Dikotomis.³⁹

b. Observasi

Observasi adalah teknik dimana peneliti melakukan pengamatan terhadap objek dan subjek penelitian sehingga peneliti dapat mempelajari perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologi dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam.⁴⁰ Observasi didalam sebuah penelitian diartikan sebagai pemusatan perhatian dalam sebuah objek dengan melibatkan semua indra untuk dapat mengumpulkan data.⁴¹ Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Observasi Partisipasi. Observasi Partisipasi adalah jenis pengamatan yang dilakukan dengan aktif terlibat langsung dalam berbagai hal yang sedang diobservasi. Dalam penelitian ini Peneliti terjun langsung untuk

³⁸ Alvis Muryo Dewanto and Siti Nurhayati, "Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Sikap Etis Dan Prestasi Mahasiswa Akuntansi (Studi Pada Perguruan Tinggi Di Kota Pekalongan)," *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi* 23, no. 1 (2015).

³⁹ Johannes Supranto, "Analisis Multivariat: Arti & Interpretasi" (2010): h. 24.

⁴⁰ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h.203

⁴¹ Siyoto and Sodik, *Dasar Metodelogi Penelitian*. h. 81

melakukan proses observasi dan mengamati langsung sehingga mendapat gambaran yang jelas mengenai apa yang diamati pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga. Metode ini sangat penting karena metode ini merupakan suatu strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan tergantung pada teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan.

c. Wawancara

Wawancara (interview) adalah satu kaidah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian sosial. Kaidah ini digunakan ketika subjek kajian (responden) dan peneliti berada langsung dalam proses mendapatkan informasi bagi keperluan data primer. Wawancara adalah Suatu proses komunikasi relasional dengan tujuan yang serius dan ditetapkan lebih dulu yang dirancang untuk mempertukarkan perilaku dan melibatkan tanya jawab.⁴²

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, perasaan, keinginan dan sebagainya yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian.⁴³

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang mengombinasikan wawancara bebas dengan wawancara terpimpin, yang dalam pelaksanaannya pewawancara sudah membawa pedoman tentang apa-

⁴²Marheni Eka Saputri, “*Wawancara*” (Tanjungpinang, 2020).

⁴³Anggraini Risa, “STRATEGI PEMBANGUNAN DESA WISATAGUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIANMASYARAKAT SEKITAR DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Wisata Perengan Anteng Desa Karang Anyar, Jati Agung, Lampung Selatan)” (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2022).

apa yang ditanyakan secara garis besar dimana pewawancara tetap menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan namun secara garis besarnya saja, kemudian peneliti mengajukan pertanyaan langsung kepada informan dan informan menjawab secara bebas, jawaban informan tersebut dicatat atau direkam. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang menyangkut karakteristik atau sifat permasalahan dari objek penelitian. Dalam wawancara ini yang menjadi informan adalah pemilik, pengurus atau pengelola, masyarakat sekitar dan pengunjung dari wisata Pemandian Alami Way Penaga.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pemberian atau pengumpulan bukti-bukti dan keterangan (seperti kutipan-kutipan dari surat kabar dan gambar-gambar).⁴⁴ Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumen dari seseorang.⁴⁵ Dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukandalam proses penelitian, dokumentasi dibutuhkan untuk menguak data-data historis atau sejarah. Metode dokumentasi berbeda dengan literatur yang mana literatur adalah bahan-bahan yang selalu diterbitkan secara berkala maupun rutin akan tetapi dokumentasi adalah kumpulan informasi yang disimpan dalam berbagai bentuk dokumentasi seperti cerita rakyat dan data yang tersimpan di website.⁴⁶ Alasan peneliti memilih teknik tersebut dikarenakan ingin memperkuat data. Peneliti memperoleh

⁴⁴Wilfridus Josephus Sabarija Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Balai pustaka, 1952).

⁴⁵Bungin Burhan, "Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya," *Jakarta: Prenada Media Group* (2007): h. 229.

⁴⁶Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2014): h. 177-181.

dokumen melalui teknik observasi dan teknik wawancara. Dokumen yang ada pada skripsi ini berupa dokumen pribadi, fotolokasi, tabel, gambar peta.

6. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif data yang berhasil di gali dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitan yang dimana penelitian harus diusahakan kebenarannya, oleh karena itu peneliti harus memilih dan menentukan caracara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang dieperoleh. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Untuk bisa menetapkan keabsahan data maka diperlukan teknik untuk pemeriksaan. Uji keabsahan dalam penelitian ini penulis menggunakan uji kredibilitas dan dependabilitas.⁴⁷

a. Uji kredibilitas

Dalam uji kredibilitas memiliki bermacam-macam cara untuk pengujian, namun dalam penelitian ini untuk menguji keabsahan data menggunakan teknik tringulasi. Tringulasi merupakan cara pengecekan data melalui berbagai sumber dengan berbagai cara, dan waktu. Tringulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data.⁴⁸ Tringulasi memiliki 2 macam yaitu:

1. Tringulasi sumber. Teknik ini untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. dengan cara membandingkan apa yang dikatakan oleh subjek dengan dikatakan informan dengan maksud agar data yang diperoleh dapat dipercaya

⁴⁷ Lexy J Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi," *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2014).

⁴⁸ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 373

karena tidak hanya diperoleh dari satu sumber saja yaitu subyek penelitian, tetapi data juga diperoleh dari beberapa sumber lain seperti tetangga atau teman subyek.

2. *Tringulasi teknik*. Teknik ini yaitu untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data dengan sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda kemudian membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Dalam hal ini peneliti berusaha mengecek kembali data yang diperoleh melalui wawancara.⁴⁹

b. Uji Dependabilitas

Istilah reliabilitas dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah dependabilitas. Konsep dependabilitas ini menjadi pertimbangan dalam menilai keilmiahannya suatu penelitian kualitatif. Pertanyaan mendasar berkaitan dengan isu reliabilitas adalah sejauh mana temuan penelitian kualitatif memperlihatkan konsistensi hasil temuan ketika dilakukan oleh peneliti yang berbeda, tetapi dilakukan dengan metodologi dan *interview script* yang sama.

Tingkat dependabilitas yang tinggi pada penelitian kualitatif dapat diperoleh dengan melakukan suatu analisis data yang terstruktur dan berupaya untuk menginterpretasikan hasil penelitian dengan baik sehingga peneliti lain akan dapat membuat kesimpulan yang sama dalam menggunakan perspektif, data mentah, dan dokumen analisis penelitian yang sedang dilakukan. Melalui konstruk dependabilitas, peneliti memperhitungkan perubahan-perubahan yang terjadi menyangkut fenomena yang diteliti, juga perubahan dalam desain sebagai hasil pemahaman yang lebih mendalam

⁴⁹ Ibid.

tentang setting yang diteliti.⁵⁰

Brink menyatakan ada tiga jenis uji atau tes yang dapat dilakukan untuk menilai reliabilitas atau dependabilitas dalam penelitian kualitatif yaitu : stabilitas, konsistensi, dan ekuivalensi. Stabilitas dapat dinilai atau diuji ketika menanyakan berbagai pertanyaan yang identik dari seorang partisipan pada waktu yang berbeda menghasilkan jawaban yang konsisten atau sama. Selanjutnya, konsistensi dapat dinilai jika interview script atau daftar wawancara atau pertanyaan yang digunakan peneliti untuk mewawancarai partisipannya dapat menghasilkan suatu jawaban partisipan yang terintegrasi dan sesuai dengan pertanyaan atau topik yang diberikan. Terakhir ekuivalensi dapat diuji dengan menggunakan bentuk-bentuk pertanyaan alternatif yang memiliki kesamaan arti dalam suatu wawancara tunggal dapat menghasilkan data yang sama atau dengan menilai kesepakatan hasil observasi dari dua orang peneliti.

7. Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan kemudian diolah dan dianalisis secara seksama sehingga dapat menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah diajukan dalam penelitian. Kemudian jika data telah diperoleh dari lokasi penelitian dan sudah terkumpul, maka selanjutnya adalah mengklafikasikan data-data tersebut. Setelah data sudah terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang telah diperoleh dan diolah sehingga mendapatkan sebuah kesimpulan. Langkah-langkah dalam

⁵⁰ Tatsuya Fukuda, Ken-ichi Baba, and Shinji Shimojo, "Network Design for Contention Avoidance in Optical Broadcast Network," in *2012 International Conference on Photonics in Switching (PS)* (IEEE, 2012), 1–3.

menganalisis data ialah sebagai berikut:⁵¹

a. Reduksi data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, 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 penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁵² Saat melakukan penelitian lapangan maka peneliti akan menemukan beragam macam data dan banyak, kompleks dan juga rumit, maka hal ini perlu dicatat secara teliti dan terperinci. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Data yang diperoleh dikumpulkan dan diseleksi, mana yang betul-betul dibutuhkan sebagai data utama dan data pelengkap. Lalu ditulis dalam bentuk uraian, difokuskan pada hal-hal yang penting secara sistematis sehingga lebih mudah dimengerti. Mereduksi data ialah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan terhadap hal yang penting, dicari tema dan polanya serta membuang hal yang tidak perlu. Dengan begitu dengan melakukan reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian data (*Data display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penyajian data, data akan terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Sehingga akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya

⁵¹ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 338-345

⁵² *Ibid.*, h. 247.

berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁵³ Penyajian data dilakukan untuk mempermudah penulis untuk dapat mendeskripsikan data sehingga akan lebih mudah dipahami mengenai Kesimpulan dan Verifikasi. Model data ini merupakan suatu kumpulan informasi yang tersusun dari pendeskripsian dan pengambilan tindakan. Bentuk dari model data lebih bersifat naratif dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun strategi pengembangan objek wisata. Matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki pariwisata. Melalui matriks SWOT dapat ditetapkan strategi pengembangan yang tepat. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternative strategis, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1.4
Matrik SWOT

	Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>)
Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber : Wasistiono, dkk (2007)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa SO adalah memanfaatkan seluruh kekuatan dengan memperhatikan peluang, WO memanfaatkan kelemahan dengan memperhatikan peluang, ST adalah memanfaatkan kekuatan dengan memperhatikan ancaman, dan WT memanfaatkan

⁵³ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D."

kelemahan dengan memperhatikan ancaman.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya ialah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Data yang telah ada kemudian dikelompokkan sesuai dengan tema-tema yang muncul, sehingga mempermudah dalam analisis. Kesimpulan yang dikemukakan diawal masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti yang valid dan mendukung pada pengumpulan data. Namun jika telah ditemukan bukti yang kuat maka kesimpulan yang telah dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Data yang diperoleh dicari maknanya dan diambil kesimpulan yang awalnya bersifat kabur dan diragukan. Namun jika sudah ditambah dengan kesimpulan, maka akan bersifat sempurna sehingga peneliti dapat memaparkan sesuai dengan fakta-fakta yang ada. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.⁵⁴ Pada penelitian ini, kesimpulan awal yang dikemukakan oleh peneliti akan didukung oleh data-data yang diperoleh peneliti di lapangan. Jawaban dari hasil penelitian akan memberikan penjelasan dan kesimpulan atas permasalahan penelitian yang diteliti dalam penelitian ini

8. Teknis Analisis SWOT

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif eksploratif, yang terdiri dari kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threaths*). Analisis ini

⁵⁴ Rangkuti Freddy, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis," Jakarta: Gramedia Pustaka Utama (2006): h. 252.

didasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threaths*). SWOT merupakan faktor-faktor strategis suatu perusahaan yang sangat penting untuk dianalisis.⁵⁵ Analisis SWOT ini akan dilakukan pada Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga lembaga pengelola wakaf untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga di Desa Banjarmasin.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Metode analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).⁵⁶ Analisis SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Dimana Analisis SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan dan kelemahan yang dimilikinya. Analisis SWOT ini akan diterapkan pada Obyek Wisata Way Penaga yang terletak di desa Banjarmasin. Hasil penelitian ini akan dianalisis menggunakan Mix Methode yang bersifat analisis deskriptif dimana penelitian ini diaplikasikan bila peneliti memiliki pertanyaan yang perlu diuji dari segi outcomes dan prosesnya, serta menyangkut kombinasi antara metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian. Mix Methpode berfokus pada mengumpulkan, menganalisa, dan pencampuran antara data kualitatif dan kuantitatif dilakukan dalam satu atau serangkaian

⁵⁵ Ibid., h. 20.

⁵⁶ Freddy Rangkuti, *SWOT–Balanced Scorecard* (Gramedia Pustaka Utama, 2013).

penelitian.⁵⁷ Dalam hal ini dengan cara memaparkan informasi-informasi akurat yang diperoleh Obyek Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin. Adapun tahapan dalam analisis SWOT yaitu menentukan bobot dan rating, analisis *IFAS* dan *EVAS*, matriks analisis SWOT dan Strategi.

Tahapan Analisis SWOT sebagai berikut:

c. Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks IFAS, berikut ini penjelasannya:⁵⁸

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- 2) Berilah bobot pada masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri tertentu. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2) kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4) Jadi, rating mengacu pada perusahaan sedangkan

⁵⁷ Masrizal Masrizal, "Mixed Method Research," *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas* 6, no. 2 (2012): 53–56.

⁵⁸ R Fred, "David. Manajemen Strategi: Konsep-Konsep" (Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006), h. 163.

bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating untuk mendapatkan skor.
- 5) Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 ini menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

d. Matriks *EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)*

Ada lima tahap penyusunan matriks faktor strategi eksternal yaitu:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- 5) Jumlahkan semua score untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini

menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matrix, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Analisis Internal Factors Analysis Summary (IFAS) Dan Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) merupakan analisis terhadap berbagai macam faktor yang ada pada lingkungan internal dan eksternal dengan cara memberikan bobot dan rating pada setiap faktor strategi tersebut. Faktor-faktor dominan (faktor strategis) dari apa yang menjadi kekuatan (*strength*) kelemahan (*weakness*) peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dapat memberikan manfaat analisis lingkungan internal dan eksternal sangat berguna untuk memonitor, mengevaluasi dan menyebarkan informasi masalah-masalah yang dapat mempengaruhi pariwisata di masa mendatang.⁵⁹

e. Matriks Eksternal-Internal

Matrik Eksternal-internal menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.⁶⁰

⁵⁹ Robert G Dyson, "Strategic Development and SWOT Analysis at the University of Warwick," *European journal of operational research* 152, no. 3 (2004): 631–640.

⁶⁰ Freddy, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis," h. 20.

f. Tahapan Analisis SWOT

1) Tahapan Pengumpulan Data

Tahap ini adalah kegiatan mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan faktor internal perusahaan, berupa pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia dan faktor eksternal berupa ekonomi, politik, dan sosial budaya.

2) Tahap Analisis

Nilai-nilai dari faktor eksternal dijabarkan dalam bentuk diagram SWOT dengan mengurangi nilai strength dengan nilai weakness, dan nilai opportunity dengan nilai ancaman, semua informasi disusun dalam bentuk matrik dan dianalisis untuk memperoleh strategi yang cocok dalam mengoptimalkan upaya untuk mencapai kinerja yang efektif, efisien, dan berkelanjutan.

3) Tahap Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini mengkaji ulang dari empat strategi yang telah dirumuskan dalam tahap analisis. Setelah itu diambil keputusan dalam menentukan strategi yang paling menguntungkan, efektif, dan efisien bagi organisasi berdasarkan Matriks SWOT dan disusun rencana strategis yang akan dijadikan pegangan dalam melakukan kegiatan selanjutnya.

I. Sisematika Pembahasan

Pembahasan dalam skripsi ini akan disajikan dalam lima bab yang berurutan sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

: Pada bab ini ini berisi gambaran umum mengenai isi penelitian yang terdiri dari penegasan judul tentang kata kunci terkait terminologi yang terdapat pada

judul skripsi serta menjelaskan maksud dari judul skripsi, latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, lalu kajian penelitian terdahulu yang relevan serta yang terakhir yaitu sistematika penulisan yang bertujuan agar memudahkan peneliti dalam menyusun skripsi. Pada bab ini ini berisi gambaran umum mengenai isi penelitian yang terdiri dari penegasan judul tentang kata kunci terkait terminologi yang terdapat pada judul skripsi serta menjelaskan maksud dari judul skripsi, latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, lalu kajian penelitian terdahulu yang relevan serta yang terakhir yaitu sistematika penulisan yang bertujuan agar memudahkan peneliti dalam menyusun skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

: Pada bab ini berisi landasan teori atau kerangka teori memuat uraian tentang kerangka teori yang relevan dan terkait dengan tema skripsi

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

: Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum lokasi objek penelitian meliputi menguraikan latar sosial, historis, budaya,

ekonomi, demografi, lingkungan sekitar, sebagai gambaran umum penelitian. Dan penyajian fakta dan data penelitian berisikan uraian tentang fakta-fakta temuan di lapangan yang didukung dengan data-data yang ditemukan di lapangan dan mendeskripsikan data sesuai dengan fokus penelitian pertanyaan yang diajukan.

BAB IV

ANALISIS PENELITIAN : Pada bab ini membahas tentang deskripsi hasil analisis data penelitian yang sudah terorganisasi dengan baik.

BAB V

PENUTUP

: Pada bab ini yaitu simpulan yang berisi pernyataan singkat peneliti tentang hasil penelitian berdasarkan pada analisa data dan temuan penelitian.

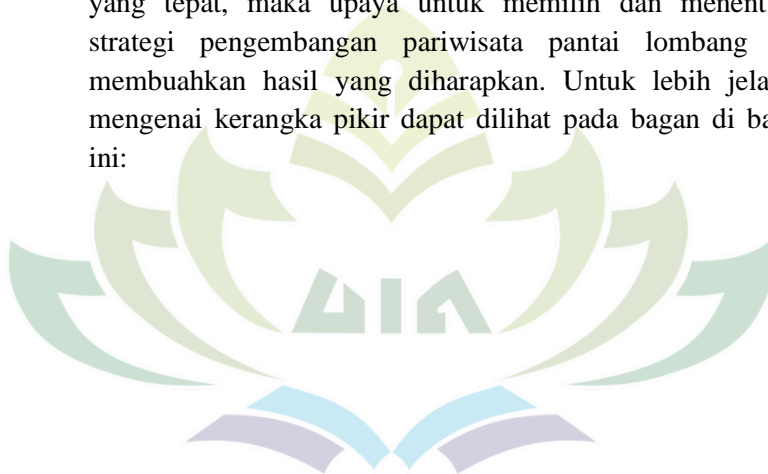
J. Kerangka Berfikir

Saat membuat sketsa pemikiran perlu diadakannya suatu kerangka untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang proses kegiatan suatu penelitian dari awal hingga akhir. Sketsa pemikiran terkait judul penelitian mengenai Strategi Pengembangan Obyek Wisata Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Kabupaten Lampung Selatan).

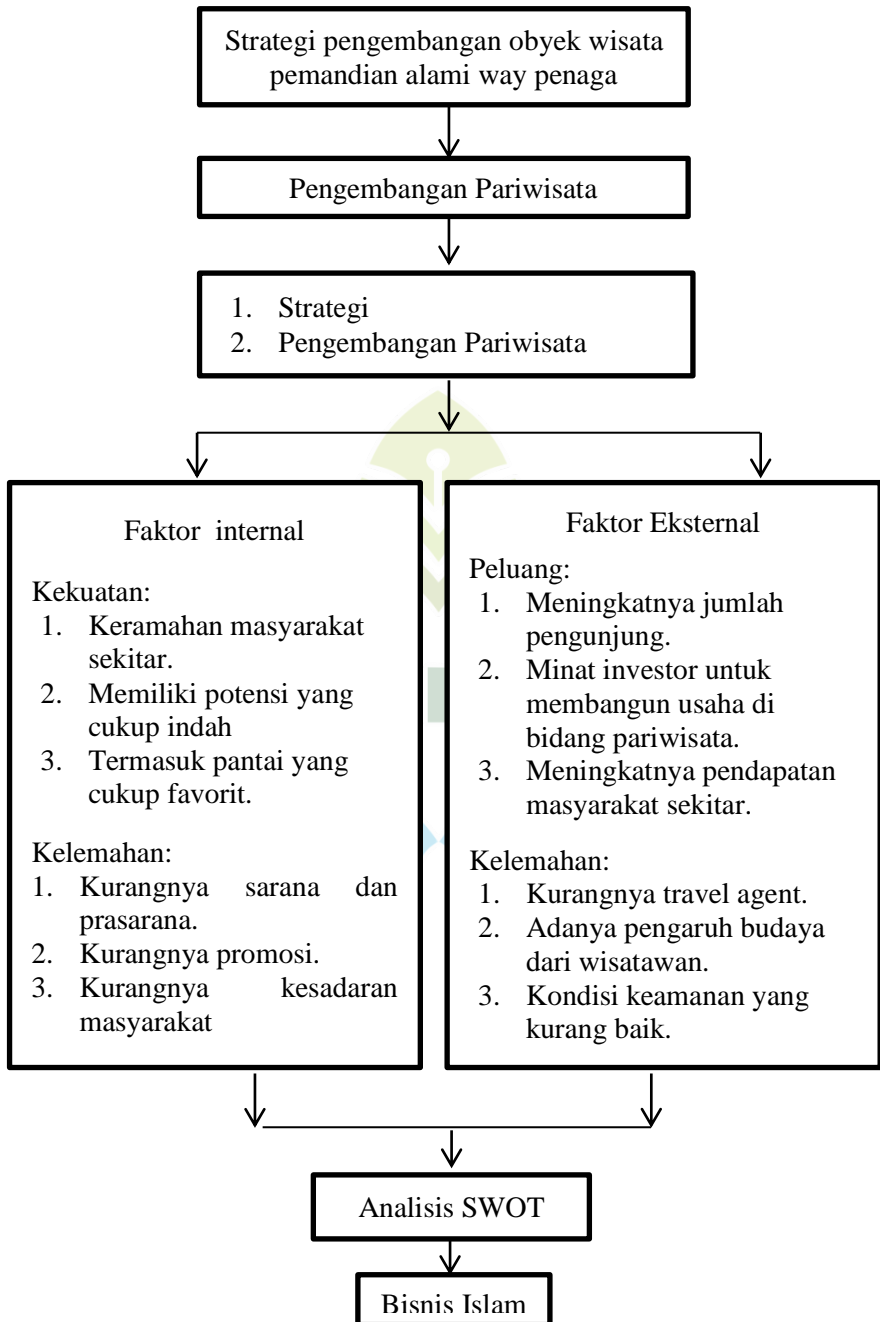
Kerangka pemikiran adalah rencana pemikiran yang di dasarkan pada kegiatan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini kerangka pemikiran tersebut bertujuan untuk

lebih memudahkan dalam penyediaan data dan mengarahkan teori dalam penelitian secara langsung.

Dalam merumuskan sebuah strategi yang tepat untuk pengembangan pariwisata pantai lombang, maka identifikasi ini meliputi analisis terhadap nilai-nilai strategis yang dimiliki oleh pantai lombang, analisis terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal. Faktor tersebut harus diidentifikasi dan diperhitungkan dengan melakukan analisis yang bersifat strategis yang kemudian menghasilkan isu-isu strategis. Kemudian dari isu-isu inilah akan dilihat faktor-faktor kunci strategis yang pada akhirnya akan dapat ditentukan suatu alternatif pilihan strategi yang diyakini merupakan keputusan yang tepat, maka upaya untuk memilih dan menentukan strategi pengembangan pariwisata pantai lombang agar membuahkan hasil yang diharapkan. Untuk lebih jelasnya mengenai kerangka pikir dapat dilihat pada bagan di bawah ini:



Gambar 1.6
Kerangka Pemikiran



BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Strategi

1. Pengertian Strategi

Pada awalnya konsep strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan (ways to achieve ends). Porter berpendapat bahwa tujuan utama pembuatan strategi oleh perusahaan adalah agar perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan dalam jangka panjang.⁶¹

Istilah strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategeia* (“*stratos*” yang berarti militer dan “*ag*” yang berarti memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.⁶² Strategi adalah suatu proses perencanaan yang akan dilaksanakan dan mencapai hasil yang maksimal. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning). Pada mulanya istilah strategi tersebut digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Dimana seseorang yang berperan dalam mengatur strategi untuk memenangkan peperangan, sebelum melakukan suatu tindakan ia akan menimbang bagaimana kekuatan pasukan yang dimilikinya, baik dilihat dari kuantitas maupun kualitas.⁶³

Terdapat beberapa pendapat lainnya dari para ahli dalam mendefinisikan strategi, diantaranya sebagai berikut:

a. Menurut *Stephanie K. Marrus*

Seperti yang dikutip oleh Suktriso, “Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan

⁶¹ Solihin Ismail, “Manajemen Strategik,” Jakarta: Erlangga (2012): h. 24-25.

⁶² Onny Fitriana Sitorus and Novelia Utami, “Strategi Promosi Pemasaran,” 2017, h. 4.

⁶³ Wina Sanjaya, “Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan” (2011): h. 124.

jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai.⁶⁴

b. Menurut *Quinn*

Mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.⁶⁵

c. Menurut A.Halim

Strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya.⁶⁶

Dari deskripsi konseptual strategi berdasarkan para pakar tersebut, maka sintesis strategi merupakan rencana jangka panjang yang disusun oleh suatu perusahaan dengan memaksimalkan sumber daya agar tercapainya tujuan akhir perusahaan. Suatu organisasi atau perusahaan perlu menyusun strategi untuk pengembangan perusahaannya agar mampu terus bertahan dan

⁶⁴ Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 31.

⁶⁵ Fitri Melati, "Analisis Starategi Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung Dalam Mengembangkan Obyek Wisata Di Pantai Sari Ringgung" (Universitas Lampung, 2018), H. 21.

⁶⁶ Hugo Itamar, Andi Samsu Alam, and Rahmatullah Rahmatullah, "Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toraja," *GOVERNMENT: Jurnal Ilmu Pemerintahan* (2014): h. 10.

berkembang dimasa yang akan datang.⁶⁷ Strategi merupakan rencana yang disusun secara sistematis dengan memanfaatkan segala sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang diinginkan (tujuan yang dimaksud bersifat jangka panjang dan berorientasi dalam meningkatkan kualitas maupun kuantitas). Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya atau strategi dalam pengembangan pariwisata dengan cara memanfaatkan kemampuan internal dan sumber daya yang ada.

Untuk melihat apakah strategi yang telah ditentukan tepat atau tidak, baik pada tingkat organisasi maupun bisnis yang ditangani, tidak hanya terletak pada akuratnya analisis strategik yang dilakukan dan tepatnya pilihan yang dijatuhkan pada satu alternatif yang diperkirakan akan mendukung keseluruhan upaya untuk mencapai tujuan dan berbagai sasaran serta mengembang misi yang telah ditentukan, melainkan terutama dan pada analisis terakhir terjadi pada waktu strategi tersebut diimplementasikan.⁶⁸

Menurut Suwarjono dalam bukunya karena strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan baik yaitu tujuan organisasi atau perusahaan, maka strategi memiliki beberapa sifat antara lain:

- 1) Menyatukan (unified); yaitu menyatukan seluruh bagian-bagian dalam organisasi atau perusahaan.
- 2) Menyeluruh (comprehensive); yaitu mencakup seluruh aspek dalam suatu organisasi atau perusahaan.
- 3) Integral (integrated); yaitu seluruh strategi akan cocok/sesuai dari seluruh tingkatan (corporate, business, and functional).

⁶⁷ Fitriana Sitorus and Utami, "Strategi Promosi Pemasaran," h. 6.

⁶⁸ Sondang P Siagian, "Manajemen Strategik, Bumi Aksara" (Jakarta, 2000), h. 198.

2. Tujuan Strategi

Tujuan dari strategi adalah untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pesaing. Tujuan dari sebuah strategi juga merupakan tujuan yang berdimensi jangka panjang yang merupakan hasil yang diharapkan tercapai pada beberapa periode (tahun) yang akan datang.⁶⁹

Jika sebuah perusahaan atau seorang manajer telah mencapai keunggulan dalam mengembangkan produk-produk yang dimiliki oleh perusahaannya, maka tujuan strategi sebuah perusahaan atau seorang manajer tersebut adalah untuk mempertahankan posisi keunggulan.

3. Langkah-langkah Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan. Dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perumusan strategi meliputi penentuan misi perusahaan, penentuan tujuan-tujuan yang hendak dicapai, pengembangan strategi dan pedoman. Perumusan strategi seringkali ditunjukkan sebagai perencanaan strategi jangka panjang. Seperti ditunjukkan dalam model manajemen strategi, proses perumusan berurusan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan.⁷⁰ Agar semua ini tercapai pembuat strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) pada situasi sekarang. Beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam merumuskan strategi, diantaranya:

⁶⁹ Muslich, *Bisnis Syari'ah: Perspektif Mu'amalah Dan Manajemen* (Unit Penerbit dan Percetakan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, Yayasan ..., 2007), h. 213.

⁷⁰ J David Hunger and Thomas L Wheelen, "Manajemen Strategi Edisi II" (Yogyakarta, 2003), h. 192.

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh organisasi/perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh organisasi/perusahaan dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan dari hasil analisis sebelumnya.
- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

4. Pembuatan Strategi

Para eksekutif perlu menjamin bahwa strategi yang mereka susun dapat berhasil dengan meyakinkan. Untuk itu, Hatten Hatten memberikan beberapa petunjuk bagaimana suatu strategi dibuat sehingga ia bisa sukses. Diantaranya sebagai berikut:⁷¹

- a. Strategi harus konsiten dengan lingkungan, strategi dibuat mengikuti arus perkembangan masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju
- b. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi, tergantung pada ruang lingkup kegiatannya apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain.

⁷¹ Nur Ahmad Giffari, "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Lombok Timur)" (University of Muhammadiyah Malang, 2017), h. 14.

Jangan bertentangan atau bertolak belakan, semua strategi senantiasa diserasikan satu dengan yang lain.

- c. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumberdaya dan tidak menceraiberaikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi seringkali mengklaim sumberdayanya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.
- d. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya. Selain itu hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.
- e. Sumber daya adalah sesuatu yang kritis. Mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, hendaknya dibuat sesuatu yang memang layak dapat dilaksanakan.
- f. Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang setiap strategi mengandung resiko, tetapi haruslah berhati-hati, sehingga tidak menjerumuskan organisasike lubang yang lebih besar. Oleh karena itu strategi hendaknya selalu dapat dikontrol.
- g. Strategi hendaknya disusun diatas landasan keberhasilan yang telah dicapai Tanda-tanda suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dari para eksekutif, dari semua pimpinan unit dalam organisasi.

5. Pengertian Pengembangan

Pengembangan adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutan pekerjaan atau jabatan

melalui pendidikan dan latihan. Selain itu, pengembangan dalam organisasi dengan mengintegrasikan keinginan bersama akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian tersebut. Pengembangan merupakan salah satu perilaku manajerial yang meliputi pelatihan yang digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan seseorang dan melakukan penyesuaian terhadap pekerjaannya dan kemajuan kerjanya.

Pengembangan dan pembaruan adalah dua hal yang sangat diperlukan. Rasulullah SAW, mendorong umatnya supaya selalu meningkatkan kualitas, cara kerja dan saraa hidup, serta memaksimalkan potensi sumber daya alam semaksimal mungkin. Karena Allah telah menciptakan alam semesta ini untuk memenuhi hajat hidup manusia.

6. Srategi Pengembangan Kepariwisataan

Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya keragaman budaya, seni, dan alam. Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara pengembangan produk pariwisata dan pengembangan pemasaran pariwisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata.

Stategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Langkah pokok strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a. Dalam jangka pendek dititik-beratkan pada optimasi, terutama untuk:
 - 1) Mempertahankan dan memantapkan citra kepariwisataan.
 - 2) Meningkatkan mutu tenaga kerja.
 - 3) Meningkatkan kemampuan pengelolaan.

- 4) Memanfaatkan produk yang ada.
 - 5) Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah mati
- b. Dalam jangka menengah dititik-beratkan pada konsolidasi, terutama dalam:
- 1) Memantapkan citra kepariwisataan Indonesia.
 - 2) Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan.
 - 3) Mengembangkan dan diversifikasi produk.
 - 4) Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja.
- c. Dalam jangka panjang dititik-beratkan pada pengembangan dan penyebaran dalam:
- 1) Pengembangan kemampuan pengelolaan.
 - 2) Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan.
 - 3) Pengembangan pasar pariwisata baru.
 - 4) Pengembangan mutu dan tenaga kerja.

7. Indikator-Indikator Pengembangan Pariwisata

a. Lokasi Pariwisata

Daerah pusat wisata adalah kawasan yang memiliki nilai pariwisata atau memiliki potensi untuk mengembangkan atraksi, akomodasi, aksesibilitas, kenyamanan dan kegiatan wisata. Lokasi pariwisata adalah lokasi yang telah ditetapkan sebagai zona dengan fungsi pembangan pariwisata dan memiliki kualitas serta atribut yang sesuai untuk dikembangkan sebagai kawasan dengan kawasan pariwisata.⁷²

b. Promosi Pariwisata

Menurut Muslichah promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

⁷² Lasmini Ambarwati, Amelia Kusuma Indriastuti, and Nindya Sari, *Pejalan Kaki: Riwayatmu Dulu Dan Kini* (Universitas Brawijaya Press, 2018), h. 102.

promosi merupakan aktivitas pemasaran memperkenalkan atau menginfokan barang supaya konsumen tertarik untuk melakukan kegiatan pembelian.³⁹ Sama halnya dengan bisnis pada umumnya, dalam industri pariwisata juga memerukaan adanya promosi, ini dilakukan untuk menarik masyarakat untuk berkunjung ke destinasi wisata tertentu.⁷³

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas wisata dalam hal ini adalah segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan pariwisata terkait. Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata atau destinasi tertentu, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda petunjuk arah menuju wisata dan perangkat terkait lainnya.⁷⁴

d. Sarana dan Prasarana

Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata merupakan sebuah cara untuk meningkatkan fasilitas bagi wisatawan yang berkunjung di sebuah objek wisata baik itu dari fasilitas penunjang wisata maupun fasilitas pokok pariwisata agar kebutuhan yang diperlukan wisatawan sesuai dengan yang mereka harapkan pada setiap promosi pariwisata. Sarana dan prasarana perlu dibenahi terlebih dahulu sebelum meruntut pada lain yang juga penting seperti misalnya promosi, pengembangan daya tarik, pelaksanaan event untuk menarik minat dan antusias masyarakat. Maka sarana dan prasarana yang menaungi itu semua harus dilakukan terlebih dahulu, hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Yoeti, yakni sebelum suatu daerah tujuanwisata melakukan promosi

⁷³ Fitriana Sitorus and Utami, "Strategi Promosi Pemasaran," h. 9.

⁷⁴ S E Bambang Supriadi and Nanny Roedjinandari, *Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata* (Universitas Negeri Malang, 2017), h. 53.

pariwisata, maka yang perlu dipersiapkan terlebih dahulu adalah sarana dan prasarana wisata yang memadai.⁷⁵

e. Akomodasi

Akomodasi merupakan penyediaan jasa dalam bentuk hotel dan penginapan serta menyajikan fasilitas lainnya yang bersifat komersil, seperti rumah makan dan lain sebagainya.⁷⁶

8. Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata

Menurut Yoeti pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah selalu akan diperhitungkan dan bermanfaat bagi masyarakat disekitarnya. Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga bermanfaat bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial dan juga budaya.⁷⁷ Atau lebih jelasnya pengembangan pariwisata adalah suatu usaha mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Sarana dan Prasarana dalam Pengembangan Pariwisata Sebelum orang lain melakukan perjalanan wisatanya, terlebih dahulu kita menyediakan sarana dan pra sarana Pariwisata seperti berikut: Fasilitas transportasi.

- a. Fasilitas akomodasi
- b. Fasilitas Catering Service

⁷⁵ EDAI Santosa, Choirul Shaleh, and Minto Hadi, "Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal," *Jurnal Administrasi Publik* 3, no. 1 (2015): h. 91.

⁷⁶ Fitria Carli Waseza, "Faktor-Faktor Yang Mendukung Pengembangan Obyek Wisata Bukit Khayangan Di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi," *Nur El-Islam* 4, no. 1 (2017): h. 102.

⁷⁷ Sefira Ryalita Primadany, "Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)" (Brawijaya University, 2013).

- c. Obyek dan atraksi wisata
- d. Aktivitas rekreasi
- e. Fasilitas pembelanjaan
- f. Tempat atau toko.⁷⁸

Semua ini merupakan prasarana dan sarana kepariwisataan yang harus diadakan sebelum kita mempromosikan suatu daerah tujuan wisata. Sedangkan mengenai prasarana (infrastruktur) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata di daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata. Sarana pariwisata terbagi menjadi tiga bagian penting, yaitu:⁷⁹

- a. Sarana Pokok Pariwisata (Main Tourism Superstructures) adalah: Hotel, Villa, Restoran.
- b. Sarana Pelengkap Pariwisata (Supplementing Tourism Superstructures) adalah: wisata budaya dan wisata alam.
- c. Sarana Penunjang Pariwisata (Supporting Tourism Superstructures) seperti pasar seni, kuliner, oleh-oleh dan cinderamata kerajinan khas daerah.

Dalam pengembangan pariwisata tentu harus diperhatikan hal-hal yang berpengaruh dalam pelaksanaannya. Yoeti mengatakan bahwa prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang, sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam. Prasarana tersebut antara lain:⁸⁰

⁷⁸ Febrianti Dwi Cahya Nurhadi and S P Rengu, "El." "Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah "(Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, Dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto)," *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 2, no. 2 (2014): 325–331.

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ Oka A Yoety, *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, Dan Aplikasi* (Penerbit Buku Kompas, 2008).

- a. Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut, terminal.
- b. Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih.
- c. Sistem telekomunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televisi, kantor pos, dan lain-lain.
- d. Pelayanan kesehatan, baik puskesmas atau rumah sakit.
- e. Pelayanan keamanan, baik pos satpam penjaga objek wisata maupun pos-pos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar objek wisata.
- f. Pelayanan wisatawan, baik berupa pusat informasi atau kantor pemandu wisata.
- g. Pom bensin,dll.

B. Obyek Wisata

1. Pengertian Obyek Wisata

Pariwisata adalah semua proses yang ditimbulkan oleh arus perjalanan lalu lintas orang-orang dari luar ke satu negara atau daerah dan segala suatu yang terkait dengan proses tersebut seperti makan/minum, transportasi, akomodasi dan objek atau hiburan.⁸¹

Menurut terminologi dapat disimpulkan bahwa pariwisata terbentuk apabila ada pelaku wisata (demand) yang mempunyai motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, ketersediaan infrastruktur pendukung, keberadaan objek wisata dan atraksi wisata yang didukung dengan sistem promosi dan pemasaran yang baik serta pelayanan terhadap para pelaku wisata (supply). Terkait dengan Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

⁸¹ Violetta Simatupang, *Pengaturan Hukum Kepariwisata Indonesia (-, 1919)*, h. 24.

Menurut Oka A Yoeti kata pariwisata berasal dari dua kata yaitu “pari” dan “wisata” dan merupakan sinonim dari kata “tour”. Kata “pari” mempunyai arti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Sedangkan kata “wisata” mempunyai arti perjalanan atau berpergian. Dengan demikian, kata pariwisata mempunyai arti perjalanan yang dilakukan berkali-kali.⁸²

Kata wisata memiliki arti darma wisata atau pariwisata. Sedangkan pendapat lainnya mengatakan bahwa makna dari wisata adalah suatu perjalanan mengunjungi suatu tempat yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan makna dari kata pariwisata adalah suatu kegiatan wisata yang dikelola oleh masyarakat, pemerintah, pengusaha yang didukung dengan memberikan berbagai fasilitas dan layanan kepada wisatawan.⁸³

Menurut Spilane pariwisata adalah perjalanan yang bersifat sementara yang dilakukan oleh perorangan ataupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan untuk mencari kebahagiaan melalui dimesi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Pariwisata menurut Fandeli bermakna perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain bukan untuk mencari nafkah namun untuk menciptakan kesegaran baik fisik maupun psikis.⁸⁴

Pengertian dari pariwisata juga dapat dilihat dari Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Pariwisata. Pariwisata adalah: Sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik seta

⁸² Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal Di Indonesia* (UIN-maliki Press, 2017).

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ M Zaky Mubarak Lubis, “Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis Ovop (One Village One Product),” *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2018): 31–47.

usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Menurut pengertian tersebut terdapat lima unsur dalam pariwisata, yaitu unsur manusia (wisatawan), unsur kegiatan (perjalanan), unsur motivasi (motivasi), unsur sasaran (obyek dan daya tarik wisata), dan unsur usaha.⁸⁵

Produk wisata sebagai salah satu objek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian:

- a. Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan.
- b. Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain.
- c. Kemudahan untuk mencapai tujuan wisata tersebut.

Sebuah destinasi akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Untuk dapat meningkatkan potensi pariwisatanya, yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan wisata agar lebih baik dari sebelumnya. Tiga prinsip utama dalam pariwisata berkelanjutan adalah:

- a. Ecology sustainability, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan proses ekologi, biologi, dan keragaman sumberdaya ekologi yang ada.
- b. Social and cultural sustainability, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat sekitar dan sesuai dengan kebudayaan serta nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat tertentu.
- c. Economic sustainability, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efisien secara ekonomi dan bahwa sumberdaya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang.⁸⁶

⁸⁵ I Ketut Setia Sapt, "Nengah Landra.(2018)," *Bisnis Pariwisata. Bali. Cv. Noah Aletheia* (n.d.).

⁸⁶ Marceilla Hidayat, "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek

2. Komponen-Komponen Wisata

Mason dan Poerwant membuat rumusahan tentang komponen-komponen wisata yaitu:

- a. Atraksi, yaitu daya tarik wisata baik dalam , budaya maupun buatan manusia seperti festival atau pentas seni.
- b. Aksebilitas, yaitu kemudahan dalam memperoleh atau mencari tujuan wisata seperti organisasi kepariwisataan (travel agen).
- c. Amenities yaitu fasilitas untuk memperoleh kesenangan. Dalam hal ini dapat berbentuk akomodasi, kebersihan dan keramahan.
- d. Networking , yaitu jaringan kerja sama yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan baik lokal, nasional maupun internasional.

Berdasarkan kedua pengertian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 (tiga) unsur yang membentuk suatu produk pariwisata, yaitu:

- a. Daya tarik dari desrtinasi meliputi atraksi wisata yang disajikan dengan kegiatan something to to, something to see dan something to buy.
- b. Fasilitas dari destinasi meliputi akomodasi, restoran dan lain-lain.
- c. Kemudahan dari destinasi yang digolongkan kedalam keberadaan sarana transpotasi, serta akses menuju ke daya tarik masyarakat.⁸⁷

Pariwisata merupakan suatu aspek yang diintegrasikan dengan pembangunan berkelanjutan, sehingga pariwisata juga dikelola berdasarkan tujuan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan pada prinsipnya adalah merupakan suatu proses perubahan

Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat),” *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal* 1, no. 1 (2011): 33–44.

⁸⁷ Ni Luh Henny Andayani, “Manajemen Pemasaran Pariwisata,” *Yogyakarta: Graha Ilmu* (2014): h. 3.

pokok pada masyarakat dari suatu keadaan nasional tertentu menuju keadaan nasional lainnya yang di anggap lebih bernilai.

Dalam pengertian yang agak mirip, Philip Roup mengartikan pembangunan sebagai proses perubahan dengan tanda-tanda dari sesuatu keadaan nasional tertentu yang di anggap kurang dikehendaki menuju ke sesuatu keadaan nasional tertentu yang dinilai lebih dikehendaki.

Dalam perjalanan sejarah pembangunan kepariwisataan, para pemikir dan perencana pembangunan kepariwisataan cukup aktif bergerak untuk mengetahui makna tujuan dan strategi untuk mencapai kondisi kepariwisataan yang dianggapnya lebih baik dan lebih bernilai tadil.⁸⁸

3. Dampak Positif dan Negatif Obyek Wisata

Menurut *Spillance* perkembangan pariwisata yang sangat pesat dapat menimbulkan berbagai dampak. Secara umum dampak yang ditimbulkan adalah dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari pengembangan pariwisata meliputi:

- a. Memperluas lapangan kerja
- b. Bertambahnya kesempatan kerja
- c. Meningkatkan pendapatan
- d. Terpeliharanya kebudayaan setempat
- e. Dikenalnya kebudayaan setempat oleh wisatawan.

Sedangkan dampak negatif dari pariwisata tersebut akan menyebabkan:

- a. Terjadinya tekanan tambahan penduduk akibat pendatang baru dari luar daerah.
- b. Timbulnya komersialisasi.
- c. Berkembangnya pola hidup konsumtif.
- d. Terganggunya lingkungan.
- e. Semakin terbatasnya lahan pertanian.

⁸⁸ Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia* (Gava Media, 2013), h. 129.

- f. Pencemaran budaya.
- g. Dan terdesaknya masyarakat setempat.⁸⁹

4. Perbedaan Jenis Pariwisata Berdasarkan motif wisatawan

Menurut Pendit, pariwisata memiliki tujuh jenis yang dibedakan menurut motif wisatawan dalam mengunjungi suatu tempat atau objek wisata, yaitu:

- a. Wisata budaya yaitu perjalanan wisata yang dilakukan untuk mengunjungi tempat-tempat yang berada di dalam maupun luar negeri untuk mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni yang ada di tempat tersebut.
- b. Wisata maritim atau bahari yaitu jenis wisata yang berkaitan dengan kegiatan olahraga air, seperti memancing, berlayar, menyelam, dll. Indonesia memiliki beberapa tempat yang memiliki potensi wisata maritim yang bagus misalnya Danau Toba, pantai di Pulau Bali taman laut di Kepulauan Maluku, dll.
- c. Wisata cagar alam (taman konservasi) yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh biro perjalanan yang objek wisatanya dikhususkan ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutanlindung, dll yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
- d. Wisata konvensi yaitu jenis wisata yang menyediakan fasilitas berupa bangunan yang digunakan untuk tempat bersidang para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi, atau pertemuan yang memiliki lingkup nasional maupun internasional. Contoh wisata konvensi, yaitu Pusat Kongres Internasional (International Convention Center) di

⁸⁹ Cory Cornelia, Ima Amaliah, and Aan Julia, "The Impacts of Aquatic Tourism Park (ATP) on the Economic and Social Activities of the Community in Pemenang District of North Lombok Regency," *Prosiding Ilmu Ekonomi* (2016): 45–52.

Berlin, PICC (Philippine international Convention Center) di Philipina, Balai Sidang Senayan di Indonesia, dll.)

- e. Wisata pertanian (agrowisata) yaitu perjalanan wisata yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan, dll yang ditujukan untuk wisatawan yang ingin melakukan peninjauan untuk studi maupun hanya untuk melihat-lihat dan menikmati segarnya tanaman yang terdapat di objek wisata yang dikunjungi.
- f. Wisata buru yaitu jenis wisata yang melakukan kegiatan berburu binatang-binatang yang diperbolehkan untuk diburu. Wisata ini dilakukan ditempat yang telah ditetapkan oleh pemerintah suatu negara, seperti menembak banteng dan babi hutan di daerah Baluran, Jawa Tmur.
- g. Wisata ziarah yaitu jenis wisata yang berkaitan dengan agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan maupun kelompok ke tempat-tempat yang diagungkan, seperti makam-makam pemimpin atau orang besar, tempat-tempat suci atau dikeramatkan, dll. Indonesia memiliki tempat-tempat suci atau keramat, misalnya Candi Borobudur, makam Wali Songo, makam Bung Karno, Gunung Kawi, dll.⁹⁰

⁹⁰ Sapta, "Nengah Landra.(2018)."

5. Manfaat Pembangunan Pariwisata Nasional

Manfaat pembangunan pariwisata nasional yaitu:

- a. Bidang Ideologi
Pembangunan pariwisata sebagai wahana efektif untuk memupuk dan menanamkan rasa cinta tanah air, semangat pembangunan yang didasari nilai-nilai perjuangan 1945.
- b. Pariwisata dalam negeri
Dengan kegiatan saling mengunjungi akan lebih mengenal daerah satu dengan yang lain sebagai sarana membina gan memupuk persatuan dan kesatuan bangsa. Sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara akan memupuk rasa cinta damai dan kerjasama antara negara-negara di dunia.
- c. Bidang ekonomi
 - 1) Meningkatkan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha meningkatkan devisa.
 - 2) Meningkatkan penerimaan devisa.
 - 3) Meningkatkan dan meratakan pendapatan rakyat.
 - 4) Meningkatkan ekspor.
 - 5) Menunjan pembangunan daerah.
- d. Bidang sosial budaya
Keanekaragaman kekayaan sosial budayaa indonesia merupakan modal dasar dari pengembangan pariwisata. Oleh itu pengembangan kepariwisataan harus mampu melestarikan dan mengembangkan budaya yang ada, memudarnya daya trik budaya kita pasti akan merugikan pengembangan pariwisata indonesia.
- e. Bidang Hankam Pengembangan pariwisata di daerah akan mengekang arus urbanisasi sementara kondisi pertahanan daerah-daerah yang akan di kunjungi para wisata harus terjamin.
- f. Bidang Lingkungan Hidup Pada dasarnya pengembangan pariwisata memanfaatkan kondisi lingkungan yang menarik. Dalam pengembangan

wisata alam dan lingkungan senantiasa menghindari dampak kerusakan lingkungan hidup, yaitu dengan perencanaan yang teratur dan terarah.⁹¹

Pembangunan pariwisata berkelanjutan tidak hanya pada ekologi dan ekonomi, tetapi juga berkelanjutan pada kebudayaan juga menjadi sumber penting dalam pembangunan berkelanjutan. Suatu kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

- a. Pembangunan pariwisata tidak menimbulkan efek negatif terhadap ekosistem setempat.
- b. Mengacu kepada kemampuan penduduk lokal untuk menyerap usaha pariwisata (industri dan wisatawan) tanpa konflik sosial.
- c. Masyarakat lokal mampu beradaptasi dengan budaya wisatawan yang cukup berbeda
- d. Menguntungkan dari segi ekonomi, yaitu keuntungan yang didapati dari kegiatan pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

C. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah dalam suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang. Analisis SWOT in merupakan salah satu dari proses perencanaan. Hal yang ditekankan bahwa dalam suatu proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran untuk kedepannya yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan. Jadi dengan menggunakan analisis SWOT akan kita dapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan,

⁹¹ Gamal Suwanto, "Dasar-Dasar Pariwisata, Yogyakarta," *Andi Offset* (1997): h. 26-28.

faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan.⁹²

Analisis swot merupakan suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan (strengths) dan kelemahan (weeakness) suatu organisasi dan keempatan (opportunities) beserta dengan ancaman (threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.

Kekuatan (strengths) adalah kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. Kelemahan (weakness) adalah kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi. Peluang (opportunities) adalah faktor-faktor luar yang positif. Ancaman (threats) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam merupakan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sebagai peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.⁹³

Metode analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika

⁹² Istiqomah Istiqomah and Irsad Andriyanto, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Kaliputu Kudus)," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5, no. 2 (2018): 363–382.

⁹³ Robinson Pearce and Manajemen Strategik Formulasi, "Implementasi Dan Pengendalian Jilid 1," *Jakarta: Binarupa Aksara* (1997).

yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength), dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threat). Analisis SWOT bertujuan untuk mencari posisi organisasi di dalam peta kekuatan kompetisi.⁹⁴ Pearce dan Robinson mengatakan Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajermen ciptakan gambaran umum secara tepat mengenai situasi strategis perusahaan. Sutojo dan Kleinteuber, bahwa Analisis SWOT adalah menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai.

Analisis SWOT menurut Sondang P. Siagian merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akronim untuk kata-kata strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunity (peluang), dan threats (ancaman). Faktor kekuatan yang terdapat dalam tubuh suatu organisasi, termasuk satuan bisnis tertentu, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan dan analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategik.⁹⁵

Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan suatu organisasi serta peluang dan ancaman yang berasal dari luar organisasi yang disajikan dengan mengkombinasikan keempatnya. Suatu organisasi dapat menentukan strategi apa yang harus dilakukan setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga strategi yang dihasilkan dapat digunakan untuk

⁹⁴ Rangkuti, *SWOT-Balanced Scorecard*.

⁹⁵ Siagian, "Manajemen Strategik, Bumi Aksara."

memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada, sekaligus dapat digunakan untuk mengatasi kelemahan yang ada untuk menghindari dari ancaman yang ada.⁹⁶

Menurut Rangkuti, Analisis SWOT adalah identifikasi semua faktor dengan sistematis guna merumuskan suatu strategi yang dibutuhkan oleh perusahaan, dimana suatu perusahaan harus sanggup untuk memaksimalkan semua kekuatan (strength) dan semua peluang (opportunities) sehingga bisa meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Analisis SWOT digunakan untuk menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan yang ada pada internal organisasi dengan peluang dan ancaman yang ada pada eksternal organisasi.⁹⁷

Analisis SWOT dapat membantu perusahaan dalam merumuskan kebijakan-kebijakan berupa strategi untuk memajukan perusahaan. Analisis SWOT bertujuan untuk menentukan strategi yang tepat untuk memaksimalkan semua kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus meminimalkan semua kelemahan dan ancaman yang ada. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis suatu kasus yang ada di perusahaan ataupun menyusun rencana yang akan digunakan oleh perusahaan yang sifatnya strategis.⁹⁸

Analisis SWOT dapat diterapkan dalam berbagai lingkup, dimulai dari individu, perusahaan, bahkan daerah maupun negara. Analisis SWOT dalam lingkup individu digunakan untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan baik secara internal maupun eksternal untuk mencapai cita-cita. Analisis SWOT dalam lingkup perusahaan digunakan untuk membuat rencana strategis untuk

⁹⁶ Arif Yusuf Hamali, "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan," Jakarta: Kencana (2016).

⁹⁷ Nunung Bayu Aji, "Analisis Swot Daya Saing Sekolah: Studi Kasus Di Sebuah Sma Swasta Di Kota Tangerang," *Jurnal Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering* 10, no. 1 (2018): 65–73.

⁹⁸ *Ibid.*

mencapai keuntungan. Sedangkan analisis SWOT dalam lingkup yang lebih besar atau bisa disebut sebagai negara, analisis SWOT juga dapat digunakan. Misalnya Negara Turki yang mengaplikasikan analisis SWOT untuk mewujudkan e-government.⁹⁹

2. Tahapan-Tahapan Analisis SWOT

Ketika melakukan analisis SWOT terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan guna mendapatkan strategi yang baik, yaitu:

- a. Menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matriks SWOT.

Matriks SWOT yang dapat digunakan untuk menggambarkan suatu peluang dan ancaman yang ada lalu disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sebagai berikut:¹⁰⁰

Tabel 1.5

	Strength (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Weakness (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada.
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

⁹⁹ Mariska Ardilla Faza, "Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat," *Jurnal Manajemen Indonesia* 19, no. 1 (2019): 10–29.

¹⁰⁰ Fahmi Irahm, "Manajemen Strategis Teori Dan Aplikasi" (2014).

Iskandar Putong mengatakan bahwa, jika nilai peringkat dan pembobotan dikalikan maka akan diperoleh hasil kombinasi untuk beberapa situasi sebagai berikut:

- 1) Strength dan Opportunities (SO), artinya organisasi dapat menentukan strategi melalui kombinasi kekuatan dengan peluang sehingga dapat memanfaatkan kekuatan dengan menggunakan peluang yang ada.
- 2) Weakness dan Opportunities (WO), artinya organisasi dapat menentukan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada dengan cara memanfaatkan peluang yang menguntungkan.
- 3) Strength dan Threats (ST), artinya organisasi dapat menentukan strategi dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada.
- 4) Weakness dan Threats (WT), artinya organisasi dapat menentukan strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.¹⁰¹

b. Menyusun dan menentukan faktor-faktor strategis eksternal dan internal suatu perusahaan

Pearce dan Robinson mengembangkan perhitungan Analisis SWOT untuk mengubah data SWOT yang berbentuk kualitatif diubah menjadi bentuk kuantitatif, sehingga diketahui posisi perusahaan sesungguhnya. Matriks Analisis SWOT memiliki dua sumbu, yaitu sumbu X dan sumbu Y. Sumbu X adalah skor bobot kekuatan (*Strength*) dikurangi kelemahan (*weakness*), sedangkan sumbu Y adalah skor bobot, peluang (*opportunitites*) dikurangi ancaman (*treath*).

¹⁰²

¹⁰¹ *Ibid.*

¹⁰² Aji, "Analisis Swot Daya Saing Sekolah: Studi Kasus Di Sebuah Sma Swasta Di Kota Tangerang."

D. Pariwisata Dalam Perspektif Bisnis Islam

1. Pengertian Wisata Dalam Islam

Wisata syariah adalah perjalanan wisata yang semua prosesnya sejalan dengan nilai-nilai syariah islam. Baik dimulai dari niatnya semata-mata untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah, selama dalam perjalanannya dapat melakukan ibadah dengan lancar dan setelah sampai 23 tujuan wisata, tidak mengarah kepada hal-hal yang bertentangan syariah.¹⁰³

Pariwisata dalam Islam adalah safar untuk merenungi keindahan ciptaan Allah SWT, menikmati keindahan alam sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah SWT, dan motivasi menunaikan hidup. Dalam konsep Islam perjalanan manusia dengan maksud dan keperluan tertentu dipermukaan bumi (berpariwisata), harus diiringi dengan keharusan untuk memperhatikan dan mengambil pelajaran dari hasil pengamatan dalam perjalanannya.¹⁰⁴

Sementara itu, dalam kaitannya dengan nilai-nilai ideal dari kepariwisataan bagi Islam adalah bagaimana umatnya mengambil i'tibar atau pelajaran dari hasil pengamatan dalam perjalanan yang dilakukan dan tujuan manusia sebagai khalifah di muka bumi untuk menjaga dunia dari kerusakan seperti di isyarakatkan dalam Q.S Al-Baqarah 30 :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِي الْاَرْضِ خَلِيْفَةً ۗ قَالُوْا
 اَتَجْعَلُ فِيْهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ
 وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿۳۰﴾

¹⁰³ Tohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah* (Pustaka Al Kautsar, 2013), h. 21.

¹⁰⁴ Aisyah Oktarini, "Pengaruh Tingkat Hunian Hotel Dan Jumlah Objek Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2016).

Artinya: “(Ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah) di bumi.” Mereka berkata, “Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu dan menyucikan nama-Mu?” Dia berfirman, “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”

Menurut ayat diatas, perjalanan manusia dengan maksud dan keperluan tertentu di permukaan bumi harus selalu diiringi dengan kehati-hatian karena manusia sesungguhnya di utus oleh Allah SWT sebagai Khalifah di muka bumi, tetapi banyak kerusakan yang dilakukan oleh manusia, seperti yang di jelaskan di dalam Al Qur’an, yaitu dalam Q.S Ar Rum ayat 41 :

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ
بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Artinya: “Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar)”.

Islam pada dasarnya membahas hubungan terhadap tiga pokok : Tuhan, Alam, dan Manusia atau Teologi, Kosmologi, Antropologi. Oleh karena itu, agama meliputi segala hal atau kaffah, memberikan pertimbangan terhadap aktivitas hidup di dunia modern yang tidak bisa terlepas dari tiga hal pokok tersebut, termasuk dalam hal kepariwisataan.

Berwisata mengenal keagungan Allah SWT, berwisata mengenal betapa keindahan dan kekayaan dunia yang sebenarnya. Wisata juga ditujukan sebagai sebuah cermin mempelajari sebab-sebab kemajuan dan kemunduran, baik pelajaran itu melalui cermin diri atau kisah orang lain. Pada hakikatnya, dengan melihat keindahan ciptaannya kita dapat berhijrah dari kesombongan menjadi kerendahan hati serta hijrah dari kemaksiatan menjadi kesalehan. Dalam kajian

Islam, wisata dapat dikelompokkan dalam dua aspek yaitu:¹⁰⁵

1. Wisata Rohani Wisata rohani merupakan suatu perjalanan kesuatu tempat yang dilakukan untuk sementara waktu dengan tujuan mencari kepuasan sekaligus pendekatan diri kepada sang pencipta. Contoh wisata rohani adalah masjid yang dijadikan obyek wisata rohani.
2. Wisata Jasmani Wisata jasmani adalah dapat berupa menyaksikan keajaiban fenomena alam dan pengaturan yang sngat tepat dan serasi yang meliputi semuanya, manusia bisa mengungkap keagungan, kebesaran, kebijaksanaan, pengetahuan sang pencipta.

Terdapat beberapa faktor standar pengukuran pariwisata berbasis syariah dari segi administrasi dan pengolahannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi karakteristik tersendiri yaitu:¹⁰⁶

- a. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan.
- b. Pemandu dan staff harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip islam.
- c. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip islam.
- d. Rumah makan harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
- e. Layanan transportasi harus memiliki kenyamanan sistem proteksi.
- f. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
- g. Tempat wisata tidak bertentangan dengan prinsip islam.

Syakiry mengatakan konsep pariwisata syariah tidak terbatas pada wisata religi tetapi meluas kesegala bentuk pariwisata kecuali yang bertentangan dengan nilai-nilai syariat

¹⁰⁵ Humaidi Al Ayubi, "Fungsi Dan Kegiatan Masjid Dian Al Mahri Sebagai Objek Wisata Rohani" (2008).

¹⁰⁶ Oktarini, "Pengaruh Tingkat Hunian Hotel Dan Jumlah Objek Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam."

islam. Pariwisata syariah adalah segala macam jenis pariwisata yang menanamkan prinsip-prinsip syariah di dalamnya dan dapat diperuntukkan kepada siapa saja.¹⁰⁷

Pariwisata Syariah dalam perspektif masyarakat umum adalah berupa wisata ziarah makam ulama, mengunjungi masjid-masjid peninggalan sejarah, haji, dan lain-lain. Sebenarnya pariwisata syariah bukan hanya wisata ziarah dan semua yang disebutkan tersebut, melainkan pariwisata syariah adalah trend baru pariwisata dunia yang dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang keseluruhannya dibingkai dalam nilai-nilai islam.

Sejalan dengan dijalankannya syariah yaitu memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan terhadap keimanan, kehidupan, akal, keturunan dan harta benda. Maka prinsip dalam Pariwisata Syariah harus didasarkan pada tujuan untuk meningkatkan semangat keberagaman dengan cara menghibur.¹⁰⁸

Dalam pengembangan pariwisata terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu Pariwisata Syariah:¹⁰⁹

- a. Lokasi : Penerapan sistem islami di area pariwisata atau lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
- b. Transportasi : Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wilayah yang bukan mahram sehingga tetap sesuai dengan syariat islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.
- c. Konsumsi :Islam sangata memperhatikan segi kehalalan konsumsi yang akan dikonsumsi oleh wisatawan.
- d. Hotel : Seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip Islam. Menurut Rosenberg

¹⁰⁷ Syarifuddin Syarifuddin, "ANALISIS PRODUK, PELAYANAN DAN PENGELOLAAN BISNIS PERHOTELAN SYARIAH PADA HOTEL SYARIAH WALI SONGO SURABAYA" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ *Ibid.*

pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan dan minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

2. Hukum- Hukum Wisata Dalam Islam

Asal perjalanan wisata adalah mubah (diperbolehkan) jika wisata ini semata-mata hanya untuk mencari hiburan dan kesenangan jiwa, selama tempat tujuan wisata tidak terjadi kemaksiatan dan dekadensi moral terang-terangan. Namun, perlu diingat bahwa mubah ini dapat berbuah karena ada sebab lain yang terjadi:

a. Wajib

Perjalanan bisa menjadi wajib karena:

- 1) Tujuan berpergian dilakukan dalam rangka menunaikan ibadah haji.
- 2) Untuk menuntut ilmu pengetahuan.
- 3) Menjenguk keluarga yang membutuhkan kujungan seperti, sakit semisalnya.
- 4) Memenuhi undangan (selama mampu dan sehat) tidak ada kemaksiatan didalamnya

b. Sunnah

Dapat juga status mubah menjadi sunnah apabila memenuhi beberapa syarat:

- 1) Untuk menjalankan ibadah haji sunnah (haji kedua dan seterusnya)
- 2) Dilakukan dalam rangka berdakwah kepada Allah.
- 3) Dilakukan dalam rangka mengambil pelajaran dengan merenungkan keindahan ciptaan Allah. Sebagaimana yang di nyatakan Allah dalam Al-Qur'an :

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ

يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

Artinya: “Katakanlah, Berjalanlah di (muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana Allah memulai penciptaan (semua makhluk). Kemudian, Allah membuat kejadian yang akhir (setelah mati di akhirat kelak). Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu”. (QS. Al-Ankabut:20)

Manusia disuruh mengembara dimuka bumi, supaya dia jangan seperti “katak di bawah tmpurung” di suruh untuk memerhatikan bagaimana asal mulaya permulaan kejadian di bumi ini, kalau manusia sudah insaf dan mengetahui bahwa segala permulaan penciptaan itu sangat teratur dan mengagumkan, meninggalkan kesan bahwa pencipta iu memang mahakuasa, maka tidaklah ada jalan lagi buat mengungkiri bahawa Dia pun maha kuasa membua bentuk alam kelak dalam bentuk yang lain, dan mengulangi kehidupan manusia dalam alam lain.21

- 4) Untuk mengambil ibroh (pelajaran) terhadap nasib umatumat terdahulu dan apa yang pernah menimpah mereka akibat dosa-dosa mereka hal ini telah di jelaskan dalam Quran Ali-Imran: 137 sebagai berikut.

قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ

كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ﴿١٣٧﴾

Artinya: “Sungguh, telah berlalu sebelum kamu sunah-sunah (Allah). Oleh karena itu, berjalanlah di (segenap penjuru) bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan para pendusta (rasul-rasul)“. (QS Ali-Imran 137)

Makna ayat: wahai kaum muslimin generasi terdahulu maupun generasi sekarang, perhatikanlah umat-umat terdahulu sebelum kalian, pelajirlah berita orang-orang masa lalu, niscaya kalian akan

menemukan satu manhaj yang tidak akan terganti, satu metode yang tidak akan merubah, yakni apabila kalian berjalan menelusuri jalan orang-orang yang taat, namun jika kalian berjalan mengikuti jalan pelaku maksiat dan para pendusta maka kalian akan merugi.

c. Makruh

Perjalanan wisata dalam dapat menjadi makruh (tercela/ dibenci Allah) apabila memenuhi beberapa kondisi seperti berikut:

- 1) Wisata yang diniatkan semata-mata mencari kesenangan, dimana daerah tersebut sudah dikenal merusak moral.
- 2) Wisata ke negeri yang memusuhi umat Islam dan dikhawatirkan kemakmuran yang mereka peroleh dari kunjungan kita.
- 3) Wisata yang dilakukan ketika melihat ada tetangga atau orang disekitar yang membutuhkan.

d. Haram

Perjalan wisata dapat berubah menjadi haram karena:

- 1) Perjalan wisata yang dilakukan untuk niat bermaksiat.
- 2) Perjalan wisata yang dilakukan untuk berpartisipasi dalam kemusyrikan.
- 3) Perjalan wisata yang mempersempit hak-hak Allah SWT..
- 4) Perjalanan yang mempersempit hak-hak Allah.
- 5) Perjalan wisata yang dilakukan dengan melanggar perintah kedua orang tua.¹¹⁰

3. Etika berpakaian di Tempat Wisata dalam Islam

Hukum asal berpakaian dan perhiasan adalah diperbolehkan, bahkan wajib. Allah berfirman:

110 Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*, h. 15-20.

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ ۗ
 قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ
 كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya: “Katakanlah: “Siapa yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hambanya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezeki yang baik ?” Katakanlah : “Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) dihari kiamat.” Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang yang mengetahui.” (Al- A`raf : 32)

Allah Ta’ala membantah kaum musyirikin dengan firmanNya, ”Katakanlah,” hai Mauhammad kepada kaum musyirikin yang mengharamkan perkara yang mereka haramkan berdasarkan pandangan yang salah dan kreasinya, perhiasan yang di ciptakan untuk orang yang beriman kepada Allah dan bagi hamba-Nya dalam kehidupan dunia. Walaupun perhiasan itu dinikmati oleh mereka bersama dengan kaum kafir dalam kehidupan dunia, tetapi pada hari kiamat perhiasaan itu khusus untuk mereka yang tidak ada seorang kafirpun yang menikmatinya sebab surga itu diharamkan kepada kaum kafir.¹¹¹

Jadi, prinsip dasarnya berpakaian itu wajib dan perlu asal tidak berlebih- lebihan. Karena sikap berlebih-lebihan dan boros adalah saudara setan. Bagi wisatawan yang kebetulan sedang berkunjung ke daerah lain yang pola pakainya berbeda dengan kebiasaan dari pakaian biasa kita pakai, boleh dan tidak perlu di persoalkan bahkan justru dapat memberi manfaat, selama tidak ada norma yang di langgar. Dahulu , Rasulullah Shalallahu Alaihi Wa Sallam juga suka mengenakan

¹¹¹ Muhammad Nasib Ar-Rifa’i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, vol. 1 (Gema Insani, 1999), h. 235.

pakaian yang disenangi oleh masyarakat di sekitarnya tanpa membedakan agamanya, sehingga sulit membedakan antara pakaian Rasulullah dan sahabatnya dibandingkan pakaian Abu Lahab dan kaum musyikin lainnya, karena pola dan modelnya juga sama.

Jangan sampai urusan berpakaian membuat kita berbeda penampilanya dengan orang sekitarnya. Untuk itu , seorang wisatawan yang sedang berkunjung ke suatu daerah, justru akan sangat memiliki dampak positif karna wisatawan tersebut menyesuaikan diri dengan kebiasaan berpakaian daerah setempat. Islam memiliki rambu-rambu dan kaidah tegas yang harus dijaga:

- a. Menutup kedua aurat Kalau laki-laki auratnya lebih terbatas, yaitu antara pusar sampai dengan lutut. Sedangkan kaum wanita batasan auratnya lebih luas lagi yaitu yang di perbolehkan hanya menamoakan muka dan kedua telapak tanganya.
- b. Pakaian tersebut bukanlah merupakan simbol atau atribut keagamaan tertentu, namun hanya merupakan pakaian adat/daerah saja. Sebab kalau pakaian itu merupakan ke agamaan, misal pakaian pendeta Hindu, atau Bhuda , maka walaupun menutup aurat tetap saja diharamkan. ¹¹² Begitu pula setiap simbol- simbol atau log yang terkait dengan agama lain seperti Salib, Trisula, simbol Kabbalah Yahudi dll, kita diharmkan untuk ikut-ikutan memakainya. Makna tasyabbuh (menyerupai) yang dilarang adalah jika pakaian atau asesoris itu melekat dengan simbol-simbol agama yang memang di kalangan mereka sudah menjadi simbol agama tertentu, misalnya gambar-gambar dewasa pemujaan agama mereka.

¹¹² Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*, h. 133-137.

DAFTAR RUJUKAN

- Adityaji, Rizki. "Formulasi Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Analisis Swot: Studi Kasus Kawasan Pecinan Kapasan Surabaya." *Jurnal Pariwisata Pesona* 3, no. 1 (2018): 19–32.
- Afandi, Zaenal. "Strategi Pendidikan Entrepreneurship Di Pesantren Al-Mawaddah Kudus." *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, no. 1 (2019): 55–68.
- Aji, Nunung Bayu. "Analisis Swot Daya Saing Sekolah: Studi Kasus Di Sebuah Sma Swasta Di Kota Tangerang." *Jurnal Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering* 10, no. 1 (2018): 65–73.
- Al, M Panorogo et. "Analisis Strategi Harga Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Dymas Kulit Magetan)" (2018): 6–43.
- Ambarwati, Lasmini, Amelia Kusuma Indriastuti, and Nindya Sari. *Pejalan Kaki: Riwayatmu Dulu Dan Kini*. Universitas Brawijaya Press, 2018.
- Andayani, Ni Luh Henny. "Manajemen Pemasaran Pariwisata." *Yogyakarta: Graha Ilmu* (2014).
- Andi Riyanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Kepuasan Pelanggan* (2018): 10–27.
- Apriliana, Shinta Devi, and Ertien Rining Nawangsari. "Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Sdm) Berbasis Kompetensi." *Forum Ekonomi* 23, no. 4 (2021): 804–812.
- Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib. *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. Vol. 1. Gema Insani, 1999.
- Arikunto, Suharsimi. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Edisi Revisi V." *Jakarta: PT Rineka Cipta* (2002).
- Al Ayubi, Humaidi. "Fungsi Dan Kegiatan Masjid Dian Al Mahri Sebagai Objek Wisata Rohani" (2008).
- Azizah, Lailatul. "Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism." *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 4, no. 2 (2021): 18–36.

- Bambang Supriadi, S E, and Nanny Roedjinandari. *Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Universitas Negeri Malang, 2017.
- Bawazir, Tohir. *Panduan Praktis Wisata Syariah*. Pustaka Al Kautsar, 2013.
- Burhan, Bungin. “Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya.” *Jakarta: Prenada Media Group* (2007).
- Conny, R Semiawan. “Metode Penelitian Kualitatif.” *Jakarta: Grasindo* (2010).
- Cornelia, Cory, Ima Amaliah, and Aan Julia. “The Impacts of Aquatic Tourism Park (ATP) on the Economic and Social Activities of the Community in Pemenang District of North Lombok Regency.” *Prosiding Ilmu Ekonomi* (2016): 45–52.
- Delita, Fitra, Elfa Yetti, and Tumiar Sidauruk. “Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun.” *Jurnal geografi* 9, no. 1 (2017): 41–52.
- Dewanto, Alvis Muryo, and Siti Nurhayati. “Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Sikap Etis Dan Prestasi Mahasiswa Akuntansi (Studi Pada Perguruan Tinggi Di Kota Pekalongan).” *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi* 23, no. 1 (2015).
- Djakfar, Muhammad. *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal Di Indonesia*. UIN-maliki Press, 2017.
- Dwina, Irma. “Melemahnya Ekonomi Indonesia Pada Sektor Pariwisata, Akibat Dampak Dari Pandemi Covid-19” (2020).
- Dyson, Robert G. “Strategic Development and SWOT Analysis at the University of Warwick.” *European journal of operational research* 152, no. 3 (2004): 631–640.
- Fatimah, Fajar Nur’aini Dwi. *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia, 2016.
- Faza, Mariska Ardilla. “Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat.” *Jurnal Manajemen Indonesia* 19, no. 1 (2019): 10–29.

- Fitriana Sitorus, Onny, and Novelia Utami. "Strategi Promosi Pemasaran," 2017.
- Fred, R. "David. Manajemen Strategi: Konsep-Konsep." Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006.
- Freddy, Rangkuti. "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis." *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama* (2006).
- Fukuda, Tatsuya, Ken-ichi Baba, and Shinji Shimojo. "Network Design for Contention Avoidance in Optical Broadcast Network." In *2012 International Conference on Photonics in Switching (PS)*, 1–3. IEEE, 2012.
- Giffari, Nur Ahmad. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Lombok Timur)." University of Muhammadiyah Malang, 2017.
- Hamali, Arif Yusuf. "Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan." *Jakarta: Kencana* (2016).
- Hasan, M Iqbal. "Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya." Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Hidayat, Marceilla. "Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)." *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal* 1, no. 1 (2011): 33–44.
- Hunger, J David, and Thomas L Wheelen. "Manajemen Strategi Edisi II." Yogyakarta, 2003.
- Ii, B A B, and A Deskripsi Teori. "Peran Dinas Pariwisata Yogya." *Tesis* (1995): 15–45.
- Irham, Fahmi. "Manajemen Strategis Teori Dan Aplikasi" (2014).
- Irhamna, Sani Alim. "Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Objek Wisata Di Dieng Kabupaten Wonosobo." *Economics Development Analysis Journal* 6, no. 3 (2017): 320–327.
- Ismail, Solihin. "Manajemen Strategik." *Jakarta: Erlangga* (2012).
- Istiqomah, Istiqomah, and Irsad Andriyanto. "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Kaliputu Kudus)." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*

- 5, no. 2 (2018): 363–382.
- Itamar, Hugo, Andi Samsu Alam, and Rahmatullah Rahmatullah. “Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toraja.” *GOVERNMENT: Jurnal Ilmu Pemerintahan* (2014): 91–108.
- Khotimah, Nurul. “Pengembangan Pariwisata Alam Berbasis Lingkungan.” *Geomedia: Majalah Ilmiah Dan Informasi Kegeografian*, 2017.
- Kriyantono, Rachmat. “Riset Komunikasi.” *Jakarta: kencana prenatal media group* (2006).
- Kusumaningtyas, Angela Safira. “Inovasi Varian Mie Organik Pada Kedai Love Mie Semarang.” *UNIKA Soegijapranata Semarang* 53, no. 9 (2019): 1689–1699.
- Lubis, M Zaky Mubarak. “Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis Ovip (One Village One Product).” *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2018): 31–47.
- Maryam, Selvia, and Waridin WARIDIN. “Pendekatan SWOT Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal.” Universitas Diponegoro, 2011.
- Masrizal, Masrizal. “Mixed Method Research.” *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas* 6, no. 2 (2012): 53–56.
- MELATI, FITRI. “ANALISIS STARATEGI DINAS PARIWISATA KABUPATEN PESAWARAN PROVINSI LAMPUNG DALAM MENGEMBANGKAN OBYEK WISATA DI PANTAI SARI RINGGUNG.” UNIVERSITAS LAMPUNG, 2018.
- Moleong, Lexy J. “Metodologi Penelitian Kualitatif.” *PT Remaja Rosdakarya* (2021).
- Moleong, Lexy J. “Metode Penelitian Kualitatif.” Bandung: remaja rosdakarya, 2007.
- . “Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi.” *Bandung: PT Remaja Rosdakarya* (2014).
- Muslich. *Bisnis Syari’ah: Perspektif Mu’amalah Dan Manajemen*. Unit Penerbit dan Percetakan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, Yayasan ..., 2007.
- Narbuko, Cholid, and Abu Achmadi. “Metodologi Penelitian: Jakarta: Bumi Aksara” (2018).

- . *Metodologi Penelitian: Memberikan Bekal Teoretis Pada Mahasiswa Tentang Metodologi Penelitian Seta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian Dengan Langkah-Langkah Yang Benar*. Bumi Aksara, 2013.
- Nilamsari, Natalina. “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif.” *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2014): 177–181.
- Nurhadi, Febrianti Dwi Cahya, and S P Rengu. “El.“Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah “(Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, Dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto).” *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 2, no. 2 (2014): 325–331.
- Nurhafid, Astri. “Penyusunan Anggaran Dan Realisasinya.” *STIE Ekuitas* (2017): 10–27.
- Oktarini, Aisyah. “Pengaruh Tingkat Hunian Hotel Dan Jumlah Objek Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2016.
- Pearce, Robinson, and Manajemen Strategik Formulasi. “Implementasi Dan Pengendalian Jilid 1.” *Jakarta: Binarupa Aksara* (1997).
- Poerwadarminta, Wilfridus Josephus Sabarija. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai pustaka, 1952.
- Prawira, S A, and D Pranitasari. “Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta.” *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia* (2020): 1–15.
- Primadany, Sefira Ryalita. “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk).” Brawijaya University, 2013.
- Rahmi, Nanda. “Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Banda Aceh.” *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 1 (2017): 577–589.
- Rangkuti, Freddy. “Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot Rating Dan OCAI” (2014).
- . *SWOT–Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.

- Renadli, Rendi, Aan Anwar Sihabudin, and Regi Refian Garis. "PENGEMBANGAN OBJEK WISATA CURUG GRIGIS OLEH KELOMPOK MASYARAKAT DESA KEDUNGWULUH KECAMATAN PADAHERANG KABUPATEN PANGANDARAN" (2022).
- Resnawaty, Risna. "Strategi Community Practice Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat." *Share: Social Work Journal* 6, no. 1 (2016).
- Risa, Anggraini. "STRATEGI PEMBANGUNAN DESA WISATAGUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT SEKITAR DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Wisata Perengan Anteng Desa Karang Anyar, Jati Agung, Lampung Selatan)." UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2022.
- Saladin, Djaslim. "Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran." *Bandung: Mandar Maju* (1996).
- Sammeng, Andi Mappi. *Cakrawala Pariwisata*. Balai Pustaka, 2001.
- Sanjaya, Wina. "Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan" (2011).
- Santosa, EDAI, Choirul Shaleh, and Minto Hadi. "Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal." *Jurnal Administrasi Publik* 3, no. 1 (2015).
- Sapta, I Ketut Setia. "Nengah Landra.(2018)." *Bisnis Pariwisata. Bali. Cv. Noah Aletheia* (n.d.).
- Saputri, Marheni Eka. "Wawancara." Tanjungpinang, 2020.
- Septiadi, Rahardian. "Tinjauan Pustaka Community Based Tourism." *Febriani Setyaningrum* (2011): 6.
- Siagian, Sondang P. "Manajemen Strategik, Bumi Aksara." Jakarta, 2000.
- Simatupang, Violetta. *Pengaturan Hukum Kepariwisata Indonesia*. -, 1919.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Suarto, Edi. "Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot." *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi* 3, no. 1 (2017).

- Sudrajat. “濟無No Title No Title” 51, no. 1 (2011): 51.
- Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono, Dr. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.” (n.d.).
- Sugiyono, P D. “Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D.” *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung* 225 (2017): 87.
- Sulistiyadi, Yohanes, Fauziah Eddyono, and Derinta Entas. *Indikator Perencanaan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Anugrah Utama Raharja, 2019.
- Sunaryo, Bambang. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Gava Media, 2013.
- Supranto, Johanes. “Analisis Multivariat: Arti & Interpretasi” (2010).
- Suprianto, Puji Sugeng. “Promosi Festival Budaya Nyangku Panjalu.” *Repository Universitas Pasundan* (2018): 1–51.
- Sutrisno, Hadi. “Metode Research.” *UGM: Yogyakarta* (2002).
- Suwantoro, Gamal. “Dasar-Dasar Pariwisata, Yogyakarta.” *Andi Offset* (1997).
- Syarifuddin, Syarifuddin. “ANALISIS PRODUK, PELAYANAN DAN PENGELOLAAN BISNIS PERHOTELAN SYARIAH PADA HOTEL SYARIAH WALI SONGO SURABAYA.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Taufit, Taufit, Dewi Mulyati, and Chairul Amni. “STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA DI KOTA BANDA ACEH (Studi Analisis SWOT Pada Wisata Pantai).” *Karya Ilmiah Fakultas Teknik (KIFT)* 2, no. 1 (2022): 8–15.
- Turmudi, Muhammad. “Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* (2017): 37–56.
- Umar, Husein. “Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis” (2013).
- . *Strategic Management in Action*. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Waseza, Fitria Carli. “Faktor-Faktor Yang Mendukung Pengembangan Obyek Wisata Bukit Khayangan Di Kota Sungai

- Penuh Provinsi Jambi.” *Nur El-Islam* 4, no. 1 (2017): 89–106.
- Weman, Suardi. “Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (2014): 14–40.
- Wibowo, Sukarno, and Dedi Supriadi. “Ekonomi Mikro Islam.” *Bandung: Pustaka Setia* (2013).
- Yoeti Oka, A. “Pengantar Ilmu Pariwisata, Penerbit PT.” *Angkasa, Bandung* (1996).
- Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, 1983.
- Yoety, Oka A. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, Dan Aplikasi*. Penerbit Buku Kompas, 2008.
- Zahrani, Nada, and Adil Mubarak. “ANALISIS SWOT UNTUK STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA GEOPARK SILOKEK DI NAGARI SILOKEK OLEH DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN SIJUNJUNG.” *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development* 5, no. 1 (2022): 387–393.
- 臼井竹次郎. “Peran Industri Kreatif.” *Bulletin of the Institute of Public Health* 22, no. 3 (1973): 151–155.

