



ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH DI KOTA SIBOLGA

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) Dalam Bidang
Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**AHMAD RIFAI
NIM: 1640200063**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2021**



ANALISS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH DI KOTA SIBOLGA

SKRIPSI

*Diajukan untuk Menelengkapi Tugas dan Syarat-syarat Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**Ahmad Rifai
NIM. 1640200063**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

**Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP: 19651102 199103 1 001**

PEMBIMBING II

**Rinf Hayati Lubis, M.P
NIP:19870413 201903 2 011**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2021**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Ahmad Rifai**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 25 Maret 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ahmad Rifai** yang berjudul "**Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I

Drs. Kamaluddin, M. Ag
NIP: 19651102 199103 1 0001

PEMBIMBING II

Rini Hayati Lubis, MP
NIP: 19870413 201903 2 011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Rifai
NIM : 16 402 00063
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Starategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa Pasal 14 Ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 25 Maret 2021

Saya yang Menyatakan,



Ahmad Rifai
NIM. 16 402 00063

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

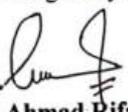
Nama : Ahmad Rifai
NIM : 16 402 00063
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Analisis Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga** . Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 25 Maret 2021
Yang menyatakan,




Ahmad Rifai
NIM. 16 402 00063



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Ahmad Rifai
NIM : 16 402 00063
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga

Ketua

Drs. kamaluddin, M.Ag
NIP. 196511021991031001

Sekretaris

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 199001222018102003

Anggota

Drs. kamaluddin, M.Ag
NIP. 196511021991031001

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 199001222018102003

Ja'far Nasution, Lc., M.E.I
NIDN. 2004088205

Zularka Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa / 29 April 2021
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 71, 35(B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,36
Predikat : Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA
SYARIAH DI KOTA SIBOLGA**

**NAMA : AHMAD RIFAI
NIM : 16 402 00063**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, September 2021
Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : AHMAD RIFAI
Nim : 1640200063
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga

Wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Masalah dalam penelitian ini adalah mayoritas penduduk Kota Sibolga beragama Islam akan tetapi tidak ada Wisata Syariah melainkan wisata religi yaitu gereja AKBP peninggalan Belanda. Rumusan masalah dalam penelitian ini Bagaimana Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah Teori Tentang Strategi, Manajemen Strategi, Pemasaran, Fatwa MUI, Dasar Hukum Islam Tentang Wisata, Serta Analisis SWOT,

Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif Deskriptif, dengan menggunakan data primer dan sekunder, adapun subjek penelitian ini yaitu masyarakat, pedagang dan pegawai Dinas Pariwisata Pemuda dan Olah Raga di bidang pengembangan wisata dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis strategi pengembangan Wisata Syariah Di kota Sibolga ,dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Dinas PARPORA Kota Sibolga untuk mengembangkan wisata yaitu dengan cara melakukan promosi melalui media sosial dan media cetak, memperbaiki infrastruktur serta memperbaiki tempat-tempat wisata di Kota Sibolga. Hasil penelitian dengan menggunakan matriks IFAS, EFAS dan SWOT dapat disimpulkan bahwa strategi yang sebaiknya digunakan yaitu strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal. Dari gambar diagram cartesiussangat jelas menunjukkan bahwa wisata Kota sibolga berada pada kuadran pertama, yaitu kuadran *strategi agresif* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Wisata tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci : Analisis SWOT, Fatwa MUI Wisata Syariah, Manajemen Strategi, Strategi, dan Wisata Syariah

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nyayang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“AnalisisStrategiPengembanganWisataSyariah Di Kota Sibolga”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Drs. Kamaluddin, M. Ag selaku pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis, MP selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta AyahandaMakmur dan Ibunda Hasanahbeserta keempatsaudara peneliti yakniNurhilmi, Nafwan, SahwindanSapranayang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Untuk sahabat-sahabat KKL kel-58 di Desa Sidomulio, Kecamatan Barumun Selatan yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan pengalaman, dorongan serta masukannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat peneliti rekan-rekan Ekonomi Syariah 3 Manajemen Bisnis-2, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Terima kasih kepada rekan peneliti Roi Darmawi Harahap, Abdul Jawad Ritonga, Nikmatum Mardiah, Siti Karimatul Mohabbah, Sartika Eriyanti lubis, Cindi Amenisa Gultom, Masli Harahap, Insanul Aisyah, Abdul Rahman, Riski Saputra, Inra Saputra, Ikhsan Mulia dan Riski Julita Siregar yang turut memberikan motivasi dan mendampingi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Januari 2021

Peneliti

AHMAD RIFAI
NIM. 16 402 00063

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....	<i>fathah dan alifatauya</i>	ā	a dan garis atas
ى.....	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
و.....	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*.

Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUSN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Batasan Istilah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	
a. Starategi	10
b. Strategi Pengembangan.....	11
c. Jens Jenis Strategi	12
d. Strategy Pemasaran	14
e. Manajemen Strategi	15

f. Fatwa MUI Tentang Wsata Syariah.....	22
g. Dasar Islam Tentang Wisata	28
h. Analisis SWOT	30
B. Penelitian terdahulu.....	32
BAB III Metodologi Penelitian	37
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Sumber Data.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Teknisanalisis Data	40
F. Teknik Pengecekan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambara Umum Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga	
1. Sejarah Dinas Pariwisata, Pemuada dan Olahraga Kota Sibolga	45
2. Visi Dan Misi Dinas Pariwsata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga	46
3. Struktur Organsasi Dinas Pariwsata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga	48
4. Letak dan Keadaan Geografis.....	52
5. Demografis Kota Sibolga.....	52
6. Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah Kota Sibolga	52
B. Temuan Khusus	
1. Strategi produk.....	53
2. Strategi produk.....	54
3. Strategi produk.....	54
C. Temuan Hasil Penelitian	
1. Analysis strategi pengembangan sata syarah kota sibolga.....	55
2. Matriks Faktor Ekternal	56
3. Matriks Faktor Internal I	57
4. Matriks SWOT	63

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan 69
B. Saran..... 71

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT RISET

SURAT BALASAN RISET

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- Tabel 2.1 Matriks Analisis SWOT
- Tabel 2.2 Penelitian terdahulu
- Tabel 4.1 Jumlah penduduk
- Tabel 4.2 Jenis-Jenis Wisata Syariah
- Tabel 4.3 Matriks IFAS
- Tabel 4.4 Matrik EFAS
- Tabel 4.5 Matriks SWOT

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Baga Struktur Organisasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga,
Kota Sibolga

Gambar 4.2 Diagram Cartesius Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok orang atau seorang dengan tujuan untuk memenuhi hasrat dan kesenangan yang ingin mengetahui suatu tempat wisata. Pariwisata adalah sektor untuk menumbuhkan sektor ekonomi dunia yang sangat menjanjikan, karena sektor pariwisata juga merupakan sektor yang tahan terhadap krisis global, dilihat dari perkembangan perjalanan penduduk dunia mengalami perkembangan positif mulai dari tahun 1950 jumlah perjalanan wisata 25 juta orang, 1980 jumlah perjalanan wisata mencapai 278 juta orang, 1995 jumlah perjalanan wisata mencapai 528 juta orang dan 1,1 miliar orang pada 2014. Dilihat dari perkembangan perjalanan penduduk dunia mengalami perkembangan positif mulai dari tahun 1950 jumlah perjalanan wisata 25 juta orang, 1980 jumlah perjalanan wisata mencapai 278 juta orang, 1995 jumlah perjalanan wisata mencapai 528 juta orang dan 1,1 miliar orang pada 2014.¹

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia, dengan jumlah penduduk muslim sebesar 207.176.162 (BPS, 2010) maka sudah sepantasnya sektor pariwisata melihat hal ini sebagai pasar baru yang cukup potensial, dengan menggabungkan konsep wisata dan

¹ Hendry Ferdiansyah, "Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism," *Tornare* 2, no. 1 (2020): hlm 30–31.

nilai-nilai ke Islam maka sudah sepantasnya wisata syariah dapat menjadi jawaban atas kondisi yang ada saat ini.

Wisata syariah adalah kegiatan yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh pemerintah, pengusaha bahkan masyarakat yang mampu memenuhi ketentuan syariah. Adapun tujuan Wisata syariah untuk memberikan pelayanan terhadap wisatawan yang menginginkan perjalanan sesuai dengan kaidah-kaidah ke Islaman, sehingga wisatawan (terutama Muslim) merasa lebih nyaman dan aman dalam berwisata, serta dapat menjalankan kewajibannya sebagai muslim seperti halnya kewajiban mengonsumsi makanan dan minuman Halal, menjalankan shalat Wajib di tempat yang sesuai dan mendapatkan penginapan yang representatif.²

Di samping potensi produk wisata, ada sekurang-kurangnya tiga peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pengembangan industri pariwisata syariah Indonesia. *Pertama*, kondisi sosiologis masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim mempermudah upaya memenuhi kriteria-kriteria khusus industri pariwisata halal. *Kedua*, kemajuan teknologi mempermudah akses terhadap informasi wisata. Kemajuan teknologi lebih jauh juga mempermudah dan mempercepat perjalanan wisata dari satu negara ke negara lain. *Ketiga*, meningkatnya permintaan pasar wisata halal sebagai akibat dari perubahan gaya hidup masyarakat di negara-negara, terutama muslim generasi milenial dengan *leisure lifestyle* mereka.³

²Iflah, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Wisata Halal Muslim Milenial, *dalam Jurnal Common* 3, no. 2. 2019. hlm. 154–155.

³“Sharianew, Prospek Wisata Halal 2019,” *accessed 26 February 2020*, <https://sharianews.com/posts/prospek-wisata-halal-2019>.

Kementerian pariwisata mengembangkan pariwisata syariah kedalam empat jenis komponen usaha pariwisata, yaitu perhotelan, restoran, biro atau jasa perjalanan wisata dan SPA, menjadi salah satu strategi kementerian pariwisata dalam meningkatkan potensi wisata halal di Indonesia. Produk dan jasa wisata, berpeluang besar selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah, seperti yang telah diterapkan dinegara Thailand menyediakan tempat ibadah dan Negara- Negara yang telah menerapkan konsep itu terlebih dahulu. Potensi wisata syariah di Indonesia sangat besar dan bisa menjadi alternatif selain wisata konvensional.⁴Pemerintah tengah mendorong tiga program guna meningkatkan sektor pariwisata. Seperti program pemasaran guna menarik perhatian wisatawan mancanegara, penataan akses, atraksi, dan daerah wisata untuk memudahkan kunjungan, dan pematangan Sumber Daya Manusia (SDM) agar pelayanan yang diberikan memenuhi standar internasional. Dengan adanya peningkatan tersebut, maka lapangan pekerjaan akan semakin bertambah, mendatangkan devisa dari wisatawan mancanegara, dan memberikan kontribusi ke Produk Domestik Bruto (PDB).⁵

Diproyeksikan pada 2016 kontribusi sektor pariwisata halal melonjak hingga 35 persen menjadi 300 miliar dolar AS terhadap perekonomian global atau meningkat dari 220 miliar dolar AS pada 2020. Tercatat 10 besar negara destinasi wisata halal terbaik dunia versi GMTI 2019 sebagai berikut, Indonesia dan Malaysia 78 peringkat pertama, Turki 75 peringkat kedua, Arab

⁴Y. Yusrizal and Sudirman Suparmin, Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Propinsi Sumatera Utara,dalam jurnal *TANSIQ: Vol 1*, no. 2 (2018).hlm. 192-193.

⁵“Tingkatkan Pariwisata, Kemenpar Dorong 3 Program Pemerintah | Merdeka.Com,” accessed 28 February 2020, <https://www.merdeka.com/uang/tingkatkan-pariwisata-kemenpar-dorong-3-program-pemerintah.html>.

Saudi 72 peringkat ketiga, Uni Emirat Arab 71 peringkat keempat, Qatar 68 peringkat kelima, Maroko 67 peringkat keenam, Bahrain dan Oman 66 peringkat ketujuh, dan Brunei Darussalam 65 peringkat kedelapan.⁶

Pada dasarnya pengembangan wisata syariah bukanlah wisata eksklusif karena wisatawan non-Muslim juga dapat menikmati pelayanan yang beretika syariah. Wisata Syariah bukan hanya meliputi keberadaan tempat wisata ziarah dan religi, melainkan pula mencakup ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan Halal dan tempat Ibadah. Sibolga merupakan salah satu bagian provinsi Sumatra Utara yang berada di Pantai Barat Sumatra, wilayahnya berada pada ketinggian 0-200 M di atas permukaan laut. Secara astronomi wilayah kota Sibolga terletak antara 01°42' – 01°46' lintas utara dan 98°46' – 98°48' bujur timur. Kota Sibolga disebelah utara, timur dan selatan berbatasan dengan kabupaten tapanuli tengah dan disebelah barat berbatasan dengan tapian nauli. Sibolga memiliki wilayah seluas 10,77km² atau 107.700 Ha yang terdiri dari 88.900 Ha daratan di pulau Sumatra dan 18.800 Ha daratan yang berupa kepulauan.⁷

Kota Sibolga memiliki Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha (Miliar Rupiah) dalam tahun 2019. Pertama Pertanian, Kehutanan, dan perikanan sebesar Rp1.119.819,19 Miliar. Kedua pertambangan dan penggalian Rp128,74 Miliar. Ketiga industri pengolahan sebesar Rp252.779,25 Miliar. Keempat pengadaan listrik dan gas

⁶Siaran Pers: Indonesia Ditetapkan Sebagai Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia 2019,” kemenpar.go.id, accessed February 27, 2020, <https://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-indonesia-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-halal-terbaik-dunia-2019>.

⁷Badan pusat statisti kota sibolga tahun 2020. hlm 4.

sebesar Rp5.226,19 Miliar. kelima pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah, dan daur ulang sebesar Rp16.073,79 Miliar. Konstruksi sebesar Rp699.849,49 Miliar. perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar Rp1.410.572,81 Miliar. Transportasi dan pergudangan sebesar Rp498889,50 Miliar. Penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar Rp279.142,99 Miliar. Informasi dan komunikasi sebesar Rp63.846,43 Miliar. Jasa keuangan dan asuransi sebesar Rp134.579,81 M. Real estat sebesar Rp268.230,97 Miliar. Jasa perusahaan sebesar Rp30.382,76 Miliar. administrasi pemerintah, pertahanan dan jaminan sosial wajib sebesar Rp438.322,59 Miliar. Jasa pendidikan sebesar Rp228.169,61 Miliar. Jasa kesehatan dan kegiatan sosial sebesar Rp70.861,60 Miliar. Jasa lainnya Rp18.667,75 Miliar. Jadi jumlah produk domestik bruto tahun 2019 adalah Rp5.531.543,45 Miliar. PDRB kota sibolga paling banyak penghasilannya adalah pada perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda moto sebesar Rp1.410.572,81 M.

Jumlah penduduk menurut kecamatan dan agama yang di anut pada tahun 2010. Sibolga Utara, Islam sejumlah 4.359 jiwa, Protestan sejumlah 13.588 orang, Katolik sejumlah 1.821 jiwa, Hindu sejumlah tidak ada, Budha sejumlah 193 jiwa dan Lainnya sejumlah 9 jiwa. Sibolga Kota, Islam sejumlah 8792 jiwa, Protestan sejumlah 3.031 jiwa, Katolik sejumlah 817 jiwa, Hindu sejumlah tidak ada, Budha sejumlah 1.595 jiwa dan Lainnya sejumlah 5 jiwa. Sibolga Selatan, Islam sejumlah 20.196 jiwa, Protestan sejumlah 8.933 jiwa, Katolik sejumlah 773 jiwa, Hindu sejumlah tidak ada, Budha sejumlah 169

jiwa dan Lainnya sejumlah 9 jiwa. Sibolga Sambas, Islam sejumlah 15.011 jiwa, Protestan sejumlah 4.177 jiwa, Katolik sejumlah 330 jiwa, Hindu sejumlah 2 jiwa, Dudha sejumlah 555 jiwa dan Lainnya tidak ada. Jadi di Kota Sibolga jumlah pemeluk agama keseluruhan antarlain: Islam sejumlah 48.358 jiwa, Protestan sejumlah 29.729 jiwa, Katolik sejumlah 3.741 jiwa, Hindu sejumlah 2 jiwa, Budha sejumlah 2.512 jiwa dan Lainnya sejumlah 23 jiwa.⁸

Berdasarkan data jumlah penduduk menurut kecamatan dan Agama yang menjadi mayoritas penduduk di kecamatan Sibolga Utara adalah Protestan dan Sibolga Kota, Sibolga Selatan, dan Sibolga Sambas mayoritas adalah Islam. Jadi berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti "**Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Kota Sibolga**" dalam rangka menghadapi persaingan di bidang pariwisata, maka penerapan strategi yang tepat untuk wisata syariah sangat penting untuk di ketahui dan diterapkan.

B. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini yaitu analisis strategi pengembangan wisata Syariah di Kota Sibolga.

C. Batasan Istilah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

⁸ BPS, Kota Sibolga tahun 2010

- a. Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.
- b. Pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu: Menggalakkan ekonomi, Memelihara kepribadian bangsa, kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup, Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa.⁹
- c. Wisata halal/syariah merupakan kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.¹⁰
- d. Analisis SWOT merupakan salah satu identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan suatu organisasi ataupun suatu objek serta peluang dan ancaman lingkungan luar strategi.¹¹
- e. Hotel Syariah merupakan Hotel Syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah.
- f. Wisatawan merupakan orang yang melakukan wisata

⁹ M. adhib prosnowo, dkk, *strategi pengembangan sentra industri kecil menengah kerajinan batik*, (Surabaya: CV Jakad publishing, 2019). hlm. 24.

¹⁰Rimet Rimet, Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat: Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat, *Dalam Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*2, no. 12019. hlm. 52.

¹¹Embun Suryani, Lalu Muhammad Furkan, and Diswandi Diswandi, Strategi Pengembangan Wisata Alam Hutan Irup Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat, *Dalam Jurnal PEPADU1*, no. 1 2020. hlm. 68.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga.

F. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan dapat Menambah pemahaman kepada peneliti sesuai dengan masalah yang diteliti serta menjadi alat pengaplikasian teori-teori yang diperoleh semasa diperkuliahan.

b. Bagi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga

Sebagai referensi dalam menganalisis strategi pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga. Sehingga dapat memberikan solusi dan informasi yang berguna bagi pihak dinas terkait di Kota Sibolga, serta dapat menjadi bahan acuan bagi instansi terkait dalam menilai seberapa strategi pengembangan wisata halal pada dinas PARPORA Kota Sibolga.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan referensi atau data perbandingan yang sesuai dengan data yang di teliti, memberikan pemikiran, wawasan serta bukti empiris dari peneliti sebelumnya mengenai Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian diharapkan bisa memberikan wawasan kepada pembaca tentang wacana perbankan baik sistem maupun permasalahannya dan diharapkan dapat menjadi sumber tambahan informasi untuk peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

Menurut *David* strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan hendak dicapai. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau *joint venture*. Menurut *Barney* dan *Hesterly* strategi dijelaskan sebagai sebuah teori tentang bagaimana cara perusahaan meraih keunggulan-keunggulan kompetitif (*Competitive Advantages*). Menurut *Hitt* strategi merupakan sebuah rangkaian yang terpadu dan terkoordinasi dari komitmen dan tindakan yang dirancang untuk mengeksplotasi kompetensi utama dan meraih keunggulan kompetitif.

Strategi memberi jawaban bagi pihak manajemen mengenai bagaimana cara mencapai tujuan perusahaan dan bagaimana caranya untuk mencapai misi organisasi dan visi strategis. Pembuatan strategi adalah tentang bagaimana mencari target-target, bagaimana bersaing dengan para kompetitor, bagaimana mencapai keunggulan bersaing yang berkepanjangan, bagaimana membuat visi strategis manajemen sebagai sebuah kenyataan bagi suatu perusahaan.¹²

Manajemen strategik merupakan rangkaian dua kata yang terdiri dari kata “manajemen” dan “strategi”, di mana masing-masing kata tersebut

¹²“Mochamad Ammar Faruq, Indrianawati Usman, Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya, Dalam Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Vol 7. No. 3, Desember 2014, Hlm. 176.”

memiliki pengertian tersendiri, dan setelah dirangkakan menjadi satu pemahaman secara terminologi. Murniati mengatakan bahwa manajemen strategik merupakan kegiatan yang harus diselesaikan oleh manajemen puncak bersama personil secara terus menerus, dan merupakan siklus yang mampu melahirkan keputusan untuk memenuhi relevansi kebutuhan organisasi dengan kebutuhan lingkungan.

Deskripsi di atas menjelaskan bahwa manajemen strategik merupakan manajemen yang berkaitan dengan upaya memutuskan persoalan strategi, perencanaan, dan bagaimana strategi tersebut dapat dilaksanakan dalam wujud implementatif. Dari deskripsi tersebut jelaslah bahwa suatu organisasi hendaknya mampu mengimplementasikan konsep-konsep manajemen strategik dalam lingkungan pendidikan dan pembelajaran. Karena pada hakekatnya manajemen strategik bertujuan agar organisasi memiliki produktivitas yang tinggi sehingga tujuan organisasi tercapai secara efektif.¹³

B. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan factor-faktor Internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. Perumusan

¹³“Nurmasiyah, Murniati Ar, Nasir Usman, Implementasi Manajemen Stratejik Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Lhokseumawe, Dalam Jurnal Administrasi Pendidikan Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Issn 2302-0156, Hlm. 2.”

strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu:

1. Strategi manajemen
2. Strategi investasi
3. Strategi bisnis.¹⁴

C. Jenis-Jenis Strategi

Berikut ini adalah jenis-jenis strategi yang dapat digunakan perusahaan menurut Sarabiah:

a. Strategi Integrasi

Strategi ini yaitu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan kontrol serta melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok dan para pesaingnya.

¹⁴Muhammad Afridhal, Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong DiKecamatan Samalanga Kabupaten Bireuenjurnal S. Pertanian vol 1, No 3, Tahun 2017,Hlm. 224

b. Strategi Intensif

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

c. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah ada atau memulai usaha baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan laba perusahaan.

d. Strategi Divensif

Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan.

e. Strategi Umum M. Porter

Porter mengemukakan bahwa untuk membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif dapat menggunakan tiga landasan strategi dimana ketiganya merupakan strategi umum yaitu:

a) Strategi Keunggulan Biaya

Strategi yang menekankan pada pembuatan produk standar biaya perunit sangat rendah untuk konsumen yang sangat peka terhadap perubahan harga. Dalam penerapannya, strategi keunggulan biaya umumnya harus dilakukan bersama dengan diverensiasi.

b) Strategi Diferensiasi

Merupakan strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik dan ditujukan kepada konsumen

yang relative tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

c) Strategi Fokus

Merupakan strategi yang menekankan pada pembuatan produk wisata dan penyediaan jasa untuk memenuhi kebutuhan para kelompok kecil wisatawan. Organisasi yang menerapkan strategi ini dapat memusatkan perhatian pada kelompok pelanggan, pasar geografis dan segmen ini pada produk wisata tertentu.¹⁵

D. Strategi Pemasaran

Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Sedangkan menurut Assauri strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Sedangkan strategi pemasaran menurut Swasta adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa

¹⁵Stephen P. Pobbins, Mary Caulter, *Manajemen Edisi Ke 10*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 213.

strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning* dan bauran pemasaran.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat. Sementara itu menurut Hurriyati untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan tiga unsur, yaitu orang, fasilitas dan proses sehingga menjadi 7P. Ketujuh elemen tersebut saling berhubungan satu sama lainnya dan dapat dikombinasikan sesuai dengan lingkungan, baik di dalam maupun di luar perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai.¹⁶

E. Manajemen Strategi

1. Definisi Manajemen Strategi

Manajemen strategi dapat di definisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana disiratkan dalam definisi ini, manajemen strategi berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

¹⁶Prasetyo Hadi Atmoko, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta, Dalam Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation Vol 1, No 2, Oktober 2018. Hlm. 85.”

2. Tahapan-Tahapan Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap: perumusan strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi. perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman external suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi alternatif dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan. Isu-isu perumusan strategi mencakup penentuan bisnis apa yang akan dimasuki, bisnis apa yang tidak akan di jalankan, bagaimana mengalokasikan sumber daya, perlukah ekspansi atau diversifikasi operasi dilakukan, perlukah pasar perusahaan terjun ke pasar Intrnasional, perlukah merger atau penggabungan usaha di buat dan bagaimana menghindari pengambil alihan yang merugikan.

Penilaian strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategi. Manajer mesti tahu kapan ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik, penilaian atau evaluasi strategi merupakan cara utama untuk memperoleh informasi semacamini. Tiga aktivitas penilaian strategi yang mendasar adalah

- a) Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi.
- b) Pengukuran kinerja.
- c) Pengambilan langkah korektif.¹⁷

¹⁷David, Fred R, *manajemen strategi*, (Jakarta, Salemba Empat, 2009). Hlm. 5-7.

3. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata dan keterlibatan masyarakat juga menarik perhatian para ahli pariwisata untuk memberikan kontribusi pemikirannya. Hitchcock, King dan Parnwell dalam bukunya yang berjudul *Tourism In South-East Asia* menelaah pariwisata dunia, khususnya pariwisata di Asia Tenggara dalam berbagai dimensi pariwisata berkelanjutan, pariwisata berwawasan lingkungan, *image* (kesan) terhadap pariwisata, pariwisata berwawasan kebudayaan lokal, kajian tentang masyarakat lokal dalam kaitan dengan pengembangan pariwisata, cenramata yang berupa kerajinan tangan masyarakat lokal, pariwisata dalam kaitan dengan konservasi dan preservasi, sumber daya manusia lokal dalam pengembangan pariwisata, peranan banjar dalam pariwisata, pariwisata berbasis masyarakat, dan pariwisata dengan kearifan lokal.

Selanjutnya, netori dalam bukunya yang berjudul *A guidebook for tourism-based community developmement* telah membedakan pembangunan pariwisata konvensional dengan pembangunan pariwisata berbasis kerakyatan. Model pembangunan pariwisata konvensional, interaksi antar sumber daya, penduduk dan pengunjung tidak seimbang, sehingga menimbulkan konflik. Pada model pembangunan pariwisata. Perspektif kajian budaya untuk mengkaji keterlibatan

masyarakat dalam pengembangan pariwisata dapat menggunakan beberapa teori secara elektif.¹⁸

4. Wisata

Menurut Joyosuharto pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu: Menggalakkan ekonomi, Memelihara kepribadian bangsa, kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup, Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa. Sebuah destinasi dapat dikatakan akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Untuk dapat meningkatkan potensi pariwisatanya, yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan wisata agar dapat lebih baik dari sebelumnya. Tiga prinsip utama dalam *sustainability development*:

- 1) *Ecological Sustainability*, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan proses ekologi, biologi, dan keragaman sumber daya ekologi yang ada.
 - 2) *Social and Cultural Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakat sekitar dan sesuai dengan kebudayaan serta nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat tersebut.
 - 3) *Economic Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efisien secara ekonomi dan bahwa sumber daya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang.
- Sementara itu dilain hal, sektor pariwisata terdiri atas beberapa

¹⁸Dewa Putu Oka Prasiasa, *Wacana Kontemporer Pariwisata*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011). Hlm. 97-98.

komponen yang berbeda yang harus benar-benar dimengerti dan direncanakan dan dikembangkan secara terintegrasi dalam masyarakat. Segalanya untuk kenyamanan perencanaan pariwisata dalam masyarakat itu sendiri.

- 4) *Homel* dan *Prahalad* mendefinisikan strategi sebagai berikut: strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang di lakukan.

Pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah daerah dan pemerintah pusat yang memenuhi ketentuan. Definisi wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Adapun kriteria umum yang harus diperhatikan didalam melihat pariwisata syariah dengan pariwisata religi antara lain:

1. Memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum
2. Memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan
3. Menghindari kemusyrikan dan khurafat

4. Bebas dari maksiat
5. Menjaga keamanan dan kenyamanan
6. Menjaga kelestarian lingkungan
7. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Segmen pasar produk dan jasa berbasis syariah bukan hanya untuk kaum muslimin, namun juga non muslim. Hal ini karena konsumsi produk dan jasa berbasis syariah berefek baik, sehat dan mengangkat gaya hidup. Namun para wisatawan muslim tidak bisa diperlakukan dengan cara yang sama seperti wisatawan non muslim. Perbedaan yang ada pada pariwisata umum dan pariwisata syariah terletak pada tidak ada perjudian, makanan mengandung yang dilarang didalam Al-quran dan Hadis, tidak adanya minuman beralkohol dan aktifitas-aktifitas yang berkait dengan pesta-pesta. Sebaliknya, kunjungan ke masjid-masjid dan situs-situs Islam lainnya dapat dimasukkan ke dalam daftar tempat-tempat yang akan dikunjungi.¹⁹

Jadi, pariwisata Islam dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan Muslim ketika bergerak dari satu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi Islam. Perlu diketahui bahwa kegiatan wisata dalam Islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang mencakup

¹⁹ Dewa putra oka, Op. ci. Hlm 52-54

berbagai aturan yang mengatur secara jelas dan tidak dapat dilanggar oleh pemeluknya seperti halal dan haram.

5. Pengembangan Wisata Syariah

Perencanaan secara menyeluruhan dan berkesinambungan merupakan hal yang penting dalam pengembangan pariwisata, yang hasilnya bisa dimanfaatkan oleh masyarakat dari sisi ekonomi, sosial dan budaya. Marpaung berpendapat bahwa mengembangkan infrastruktur dan fasilitas rekreasi akan memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun penduduk lokal, sehingga masalah kemiskinan akan berkurang dan pelancong akan mempunyai pengalaman dan kebahagiaan saat berpariwisata. Menurut Coper at all dalam Sunaryo terdapat lima unsur dalam pengembangan objek wisata, yaitu:

1. Objek dan daya tarik, merupakan obyek pariwisata berbasis kekayaan alam dan budaya ataupun buatan.
2. Kemudahan akses, merupakan pengembangan pariwisata dengan melihat sarana transportasi misalnya adanya terminal, stasiun dan bandara atau pelabuhan.
3. Amenitas, merupakan fasilitas penunjang maupun pendukung wisata, fasilitas tersebut antarlain, akomodasi, rumah makan, retail, toko cinderamata, biro perjalanan, retail, pusat informasi wisata, dan fasilitas penukaran uang asing.
4. Fasilitas pendukung, merupakan, merupakan ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, fasilitas pendukung

tersebut antarlain bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit dan pasilitas pendukung lainnya.

5. Kelembagaan, keberadaan serta peran dari masing-masing unsure yang mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata, termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.²⁰

5. Fatwa MUI (Majilis Ulama Indonesia) tentang Wisata Syariah atau Halal

a. Fatwa MUI makna Wisata Halal

Adapun fatwa MUI (Majilis Ulama Indonesia) yang dimaksud dengan pariwisata syariah/halal adalah sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara
2. Wisata Syariah adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah
4. Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah

²⁰ Ika susilawati, strategi pengembangan bisnis wisata syariah pada masyarakat pluralis di kabupaten ponorogo, vol 22, no 1, tahun 2020. Hlm. 103-105

5. Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah
 6. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata
- b. Ketentuan terkait wisatawan wajib memenuhi ketentuan-ketentuan berikut:
1. Berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah dengan menghindarkan diri dari syirik, maksiat, munkar, dan kerusakan (*fasad*) Menjaga kewajiban ibadah selama berwisata
 2. Menjaga akhlak mulia
- c. Menghindari destinasi wisata yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk sebagai berikut:
1. Mewujudkan kemaslahatan umum
 2. Pencerahan, penyegaran dan penenangan
 3. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan
 4. Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif
 5. Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan

6. Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.
- d. Destinasi wisata wajib memiliki:
1. Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah
 2. Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI.
- e. Destinasi wisata wajib terhindar dari:
1. Kemusyrikan dan khurafat
 2. Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi
 3. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan prinsip-prinsip syariah.
- f. Ketentuan Spa, Sauna dan *Massage*Spa, sauna, dan *massage* yang dilakukan wajib memenuhi ketentuan berikut:
1. Menggunakan bahan yang halal dan tidak najis yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI
 2. Terhindar dari pornoaksi dan pornografi
 3. Terjaganya kehormatan wisatawan
 4. Terapis laki-laki hanya boleh melakukan spa, sauna, dan *massage* kepada wisatawan laki-laki; dan terapis wanita hanya boleh melakukan spa, sauna, dan *massage* kepada wisatawan wanita

5. Tersedia sarana yang memudahkan untuk melakukan ibadah.²¹

Tabel 2.1
Perbedaan Pariwisata Syariah dengan Wisata Lainnya

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1	Objek kuliner	Alam, budaya, heritage,	Tempat ibadah, peninggalan sejarah,	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spritual	Meningkatkan spiritual religiusitas dengan cara menghibur
3	Target	Semata-mata hanya untuk hiburan (memuaskan nafsu kesenangan dan kepuasan)	Aspek spiritual yang bisa menyenangkan dan menentramkan jiwa	Memenuhi keinginan dan kesenangan, serta menumbuhkan kesadaran akan suatu keyakinan hidup dan kelangsungan pribadi
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi dan menjelaskannya semenarik mungkin	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik terhadap objek sekaligus membangkitkan spirit kesadaran hidup beretika, mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah, dijelaskan

²¹ Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, 01- Oktober- 2016.

				semenarik mungkin, sehingga wisatawan paham apa peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin
5	Fasilitas ibadah	Sekedar pelengkap	Termasuk dalam perjalanan	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual ibadah menjadi paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal unsur haram tidak ada terkandung dalam kulinernya
7	Relasi dengan masyarakat	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Intekrated, berintegrasikan, beda-sarkan prinsip syariah
8	Agenda perjalanan	Mengabaikan waktu, semata-mata demi mengejar keuntungan (biasanya demi target wisata bisa dirasakan maksimal oleh wisatawan)	Komplementer, demi mengejar keuntungan	Intekratad, integrasi berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah

Sumber: Ngatawi Al azztrow dalam heri sucipto & fitria andayani (2014: 44)

Pada dasarnya wisata syariah adalah wisata yang dilakukan guna mengunjungi tempat-tempat wisata untuk melihat kebesaran ciptaan Allah yang ada dimuka bumi sehingga kita dapat belajar untuk lebih bersyukur dan memperbaiki kualitas iman pribadi dengan berpedoman pada kitab suci Al-Quran dan Al-Hadist. Panduan umum wisata syariah mengatur beberapa panduan dalam mengaplikasikan wisata syariah, yang meliputi destinasi, akomodasi, biro perjalanan wisata dan pramu wisata, usaha penerbangan dan juga tempat perbelanjaan dan persinggahan. Menurut Heri Sucipto dan pitria handayani adapun beberapa panduannya sebagai berikut:

a) Destinasi wisata syariah

1. Destinasi wisata meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan.
2. Tersedia fasilitas ibadah yang layak dan suci.
3. Tersedia makanan dan minuman yang halal.
4. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang tidak bertentangan dengan kriteria umum pariwisata syariah.
5. Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan.

b) Akomodasi

1. Tersedia fasilitas yang layak untuk bersuci.
2. Tersedia pasilitas yang memudahkan untuk beribadah.
3. Tersedia makanan dan minuman halal.

4. Fasilitas dan suasana yang aman, nyaman, dan kondusif untuk keluarga dan bisnis
5. Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan.²²

6. Dasar Hukum Islam Tentang Wisata Syariah

Ada banyak dalil al-qur'an maupun sunnah Nabi Muhammad SAW berkaitan dengan pariwisata ini. Berikut dalil normatif dalam Islam tentang pariwisata, Allah SWT berfirman dalam QS Al-An'am: 11:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ
 عَقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ

Artinya: *Katakanlah (wahai Muhammad): berjalanlah dimuka bumi ini, kemudian perhatikanlah kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.* (QS Al-An'am: 11).²³

Saking pentingnya melakukan perjalanan dimuka bumi ini (melancong) dengan tujuan untuk mencari pelajaran dan hikmah, Allah SWT. Mengulangi ayat yang nyaris sama disurat yang berbeda, yaitu surah Q.S An-Naml: 69

²² Zulkifli Zulkifli, Boy Syamsul Bakhri, and Muhammad Yusuf, "Analisis Pengetahuan Masyarakat Kota Pekanbaru Tentang Wisata Syariah," *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan* 15, no. 2 (2018): 84–90.

²³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Semarang: PT. Kumudasmoro Grafindo, 2010), hlm. 187.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ ﴿٦٩﴾

Artinya: katakanlah: “berjalanlah kamu dimuka bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang berdosa. (QS An-Naml: 69).²⁴

Pada ayat pertama, Allah menganjurkan manusia melakukan perjalanan dimuka bumi ini guna menemukan jawaban dan bukti bahwa orang-orang yang mendustakan kebenaran tuhan ditimpa azab yang pedih. Pada ayat berikutnya, Allah menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan guna menemukan jawaban dan bukti bahwa hidup orang-orang yang berdosa berahir dengan malang.

Intinya, melancong atau berwisata memiliki tujuan spiritual, yakni untuk meningkatkan keimanan kepada tuhan dan mengakui kebesarannya. Tidak hanya untuk mencari hikmah kehidupan, berwisata dianjurkan oleh Islam dengan tujuan untuk mengagumi keindahan alam, supaya jiwa menjadi tenang. Wisata dalam Islam adalah sebuah *safar* atau *traveling* untuk merenungi keindahan dan ciptaan Allah SWT. Menikmati keindahan alam untuk menguatkan keimanan dan motivasi diri untuk terus menunaikan kewajiban hidup. *Refreshing* sangat diperlukan oleh jiwa agar selalu tumbuh semangat baru. Allah SWT, berfirman:

²⁴ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Semarang: PT. Kumudasmoro Grafindo, 2010), hlm. 602.

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, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu.” (QS Al-Ankabut: 20)²⁵

Adapun hukum asal perjalanan wisata adalah mubah atau diperbolehkan. Namun, asal ini dapat berubah karena adanya faktor lain yang menghalanginya. Disebut mubah (diperbolehkan), jika wisata ini semata-mata hanya untuk mencari hiburan dan kesenangan jiwa, selama di tempat tujuan wisata tidak terjadi kemaksiatan dan dekadensi moral secara terang-terangan. Namun, perlu diingat hukum mubah ini data berubah karena ada sebablain yang terjadi.²⁶

7. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan

²⁵ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Semarang: PT. Kumudasmoro Grafindo, 2010), hlm. 883.

²⁶ Zulkifli Zulkifli, dkk, *Op.cit*: hlm 90-103.

misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Analisis SWOT terdiri dari empat factor, yaitu:

a. *Strengths* (kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

b. *Weakness* (kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

c. *Opportunities* (peluang)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa yang akan data. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

d. *Threats* (ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan

analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.²⁷

F. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Analisis merek dan mutu layanan, keputusan pembelian, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel. 2. 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sudirman Suparmin, Yusrizal (Jurnal tansik, 2018) ²⁸	Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Propinsi Sumatera Utara	Hasil penelitian untuk kota Medan sudah siap sebagai tujuan wisata Syariah untuk aspek atraksi (karena mereka telah mulai untuk menyimpan paket wisata Syariah dan acara), kenyamanan (kecuali Hotel dan spa yang sebagian tidak memiliki sertifikasi halal) dan lembaga. Optimasi kota Medan sebagai tujuan wisata Syariah memerlukan beberapa perbaikan, terutama dalam aspek kelembagaan, terutama kesiapan SDM. Dan jelas peraturan dari pemerintah kota Medan, untuk

²⁷ Rimet *Op.Cit.* Hlm. 56-58.

²⁸ Sudirman Suparmin dan Yusrizal, Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Propinsi Sumatera Utara, Jurnal tansik, Tahun 2018.

			kota Parapat belum optimal untuk bekerja pada pariwisata Halal. Tapi masih perlu komitmen dan konsistensi dalam mengerjakan Halal pariwisata di kota Parapat
2.	Siska Lis Sulistiani(Jurnal <i>Law and Justice</i> , 2018) ²⁹	Analisis Maqashid Syariah dalam pengembangan hukum Industri Halal di INDONESIA	Oleh karena itu, nilai manfaat dan perkembangannya menghasilkan nilai ekonomi yang tinggi untuk pembangunan negara juga berkah karena berdasarkan syariah. Penelitian ini berdasarkan pendekatan yuridis normatif melalui sumber data sekunder yang terdiri dari sumber hukum primer, sekunder dan tersier, serta dikumpulkan melalui metode dokumeter atau library research dan dianalisis melalui metode deskriptif kualitatif sehingga mealui metode tersebut dapat diketahui analisis yuridis dari maqashid syariah dalam pengembangan industri halal di Indonesia.
3.	Yudhi Martha Nugraha (Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti, 2018) ³⁰	Analisis potensi promosi parawisata halal melalui emarketing di Kepulauan Riau	Oleh sebab itu e-marketing diharapkan dapat membuat jalur yang tepat dalam hal memberikan informasi yang efisien dan efektif bagi para calon konsumen. E-marketing atau pemasaran elektronik mengacu pada penerapan prinsip-prinsip pemasaran dan teknik melalui media elektronik dan lebih khusus internet. Istilah marketing, pemasaran internet dan pemasaran online, sering dipertukarkan, dan sering

²⁹ Siska Lis Sulistiani, Analisis Maqashid Syariah dalam pengembangan hukum Industri Halal di Indonesia, Jurnal *Law and Justice*, Tahun 2018.

³⁰ Yudhi Martha Nugraha, Analisis potensi promosi parawisata halal melalui emarketing di Kepulauan Riau, Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti, Tahun 2018.

			dianggap sinonim.
4.	Ambar Kusuma Astuti (jurnal JRMB, 2017)	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dlingo ³¹	Untuk menguji pengaruh tangibilitas, keandalan, ketanggapan, penjaminan dan empati terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Kuesioner yang terjawab lengkap dengan baik dan layak dianalisis dalam penelitian sebanyak 100 kuesioner. Setelah proses masuk data dari 100 kuesioner, kemudian dilakukan pengolahan statistik deskriptif dan PLS-SEM. Dari hasil pengujian, variabel tangibilitas, ketanggapan, dan empati berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan wisatawan. Sedangkan variabel keandalan dan jaminan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan
5.	Hendri Hermawan Adinugraha dan Mila Sartika (Jurnal human falah, 2018) ³²	Desa wisata halal: konsep dan implementasinya di Indonesia	Dari hasil pengujian terhadap kelima hipotesis menunjukkan bahwa terdapat tiga buah variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan saat berwisata di kawasan wisata Dlingo. Variabel penelitian tersebut adalah tangibility, responsiveness, dan empathy. Hal tersebut didasarkan pada pengujian terhadap t statistics

³¹ Ambar Kusuma Astuti, Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dlingo, jurnal JRMB, Tahun 2017.

³² Hendri Hermawan, Adinugraha dan Mila Sartika, Desa wisata halal: konsep dan implementasinya di Indonesia, Jurnal human falah, Tahun 2018.

			yang lebih dari 1,96 untuk tingkat signifikansi 5 persen dan tanda pada koefisien parameter yang bernilai positif. Sedangkan dua variabel yang lain, yakni reliability dan assurance tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Dari hasil penelitian, kedua variabel tersebut memiliki nilai t statistics kurang dari 1,96.
--	--	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas terdapat perbedaan dan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain:

1. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan Sudirman Suparmin, Yusrizal adalah Desa Wisata Halal: strategi pengembangan pariwisata halal di provinsi sumatra utara Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang wisata Halal.
2. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan Siska Lis Sulistiani adalah objek penelitiannya yaitu maqashid syariah dalam pengembangan hukum industri halal di Indonesia. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang wisata Halal.
3. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan Yudhi Martha Nugraha adalah Analisis potensi promosi parawisata halal melalui Emarketing di Kepulauan Riau. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang wisata Halal.
4. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan Ambar kusuma astuti adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan dikawasan

wisata Dlingo. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang wisata Halal.

5. Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan Hendri Hermawan Adinugraha dan Mila Sartika Adalah Desa wisata halal konsep dan implementasinya di Indonesia, Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang wisata Halal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan rentang waktu dari bulan Juli sd Desember 2020 dan adapun lokasi penelitian yang dipilih adalah di Kota Sibolga, Provinsi Sumatra Utara.

B. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller mendepinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social yang secara punda mental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.³³ Obyek yang alamiah adalah obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh penelitian dan kehadiran peneliti tidak begitu mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, yaitu penelitian itu sendiri. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Generalisasi dalam penelitian kualitatif dinamakan *transferability*.³⁴

Unit analisis dalam penelitian merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Unit analisis ini dilakukan oleh peneliti agar paliditas dan reabilitas peneliti dapat terjaga. Unit analisis suatu

³³ Lexy J. moleong, *metode penelitian kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000) hlm. 3.

³⁴ Sugiono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung: alfabeta CV, 2016), hlm. 13-14.

penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya.³⁵

C. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari satu sumber yaitu data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.³⁶ Data primernya yaitu wawancara dengan wisatawan, pegawai kantor dinas PARPORA dan pedagang. Selain data primer peneliti ini juga menggunakan data sekunder, adapu data skunder yaitu data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan.³⁷ Untuk penelitian ini data primer bersumber dari pegawai, penjual dan wisatawan yang berkunjung ketempat wisata di Kota Sibolga. Sedangkan data skudernya yaitu data dari BPS Kota Sibolga, dan data yang perlu dari kantpr dinas PARPORA Kota Sibolga.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Pengamatan (observasi)

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan (laboratorium) terhadap objek yang diteliti (populasi atau sampel). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah

³⁵ Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian suatu praktek*, (Jakarta: Rineka cipta, 2006), hlm. 143.

³⁶ Burhan bungin, *metode penelitian kuantitatif*, (Jakarta: kencana, 2006), hlm.122.

³⁷ P. joko subagio, *metode penelitian dalam teori dan praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012), hlm. 87.

observasi langsung pada objek yang di observasikan. Dalam hal ini penelitian melakukan pengamatan langsung tentang strategi pengembangan wisata halal di kota sibolga.

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan sipenjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Wawancara dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang di kerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Dalam hal ini peneliti menetapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Sehingga untuk memperoleh data tentang strategi pengembangan wisata halal di kota sibolga tentang objek penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi. Teknik ini digunakan dalam

bentuk foto, rekaman ataupun data tentang strategi pengembangan wisata halal di Kota Sibolga.³⁸

E. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Analisis ini yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan³⁹

1. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Sebelum membuat matriks faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu (*Eksternal Factors Analysis Summary*) EFAS. Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS) :

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman).
- b) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
- c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*)

³⁸Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2006), hlm. 23.

³⁹Irham Fahmi, *Kewirausahaan: Teori, Kasus Dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 347.

berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya

- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tersebut dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Setelah faktor-faktor strategi internal perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) disusun untuk

merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. Tahapnya adalah :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya. Contohnya jika kelemahan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri yang nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outsanding*) sampai 0,0 (*poor*).

- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.⁴⁰

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik menguji keabsahan data menurut Sugiono sebagai berikut:

- a. Perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan peneliti bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan data yang dikumpulkan. Dalam hal ini, peneliti kembali kelokasi penelitian untuk melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui atau pun belum, hal ini akan

⁴⁰Anita Kartika Sari, *Op. Cit.* hlm. 7-8.

menembah focus penelitian yang mungkin ada data yang dirahasiakan sehingga akan memunculkan data yang sebenarnya.

b. Triangulasi

Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, dengan demikian triangulasi dapat disimpulkan sebagai teknik pengumpulan data dan waktu penelitian agar lebih memfokuskan data yang diperlukan.⁴¹

⁴¹ Sugiono, *metode penelitian pendidikan kompetensi dan praktiknya*, (Jakarta: PT. Bumi aksara aksara, 2013), hlm. 461-468

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga

1. Sejarah Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (PARPORA) Kota Sibolga

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2017 tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Sibolga sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga merupakan unsur pelaksana Otonomi Daerah mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan di bidang pariwisata, pemuda dan olahraga. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga berada dalam daerah Kota Sibolga. Yang berfokus pada Bidang Pariwisata, Pemuda dan Olahraga di Kota Sibolga. Kota Sibolga mempunyai empat wilayah kecamatan, yaitu:

- a. Kecamatan Sibolga Utara
- b. Kecamatan Sibolga Sambah
- c. Kecamatan Sibolga Kota
- d. Kecamatan Sibolga Selatan.⁴²

⁴² Hasil Wawancara Dengan Ibu Marito, Bagian Tata Usaha Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 11.20 WIB

2. Visi dan Misi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga

Kota Sibolga

Visi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga adalah “Terwujudnya Pengembangan Potensi Kepariwisata, Pemuda dan Olahraga Menuju Masyarakat yang Sejahtera, dan Berdaya Saing”. Visi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga tersebut dapat diuraikan secara ringkas untuk memberikan penjelasan agar tidak menimbulkan persepsi dan pengertian berbeda perlu dijelaskan hakekat yang terkandung dalam visi tersebut :

- a) *Mendayagunakan potensi pariwisata* diwujudkan melalui pengembangan kepariwisataan dengan mengacu kepada Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) yang diselaraskan dengan pendayagunaan potensi keanekaragaman budaya daerah dalam perwujudan seni kolaborasi, keunikan, sejarah dan kekhasan daerah menjadi salah satu daya tarik wisata.
- b) *Mendayagunakan Potensi Kepemudaan* dapat diwujudkan melalui pelibatan dan pendayagunaan potensi dan daya saing pemuda.
- c) *Mendayagunakan Potensi Olahraga* dapat dicapai dengan pembinaan dan pengembangan olahraga unggulan serta penyiapan sarana dan prasarana berstandar nasional.
- d) *Masyarakat yang Berdaya saing* dapat dicapai dengan mengembangkan potensi yang ada di sektor kepariwisataan, pemuda

dan olahraga yang dapat menimbulkan multiple effect pada masyarakat untuk peningkatan kesejahteraannya.⁴³

Untuk mencapai Visi-nya, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga mempunyai misi sebagai berikut :

- a. Mewujudkan atraksi seni kolaborasi budaya daerah, aset sejarah sebagai salah satu daya tarik wisata.
- b. Mewujudkan objek Wisata yang berdaya saing dan berkarakter daerah.
- c. Mewujudkan penumbuhan kewirausahaan dan kemandirian pemuda.
- d. Meningkatkan pembinaan prestasi olahraga.
- e. Meningkatkan kualitas sumber daya aparatur Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga.⁴⁴

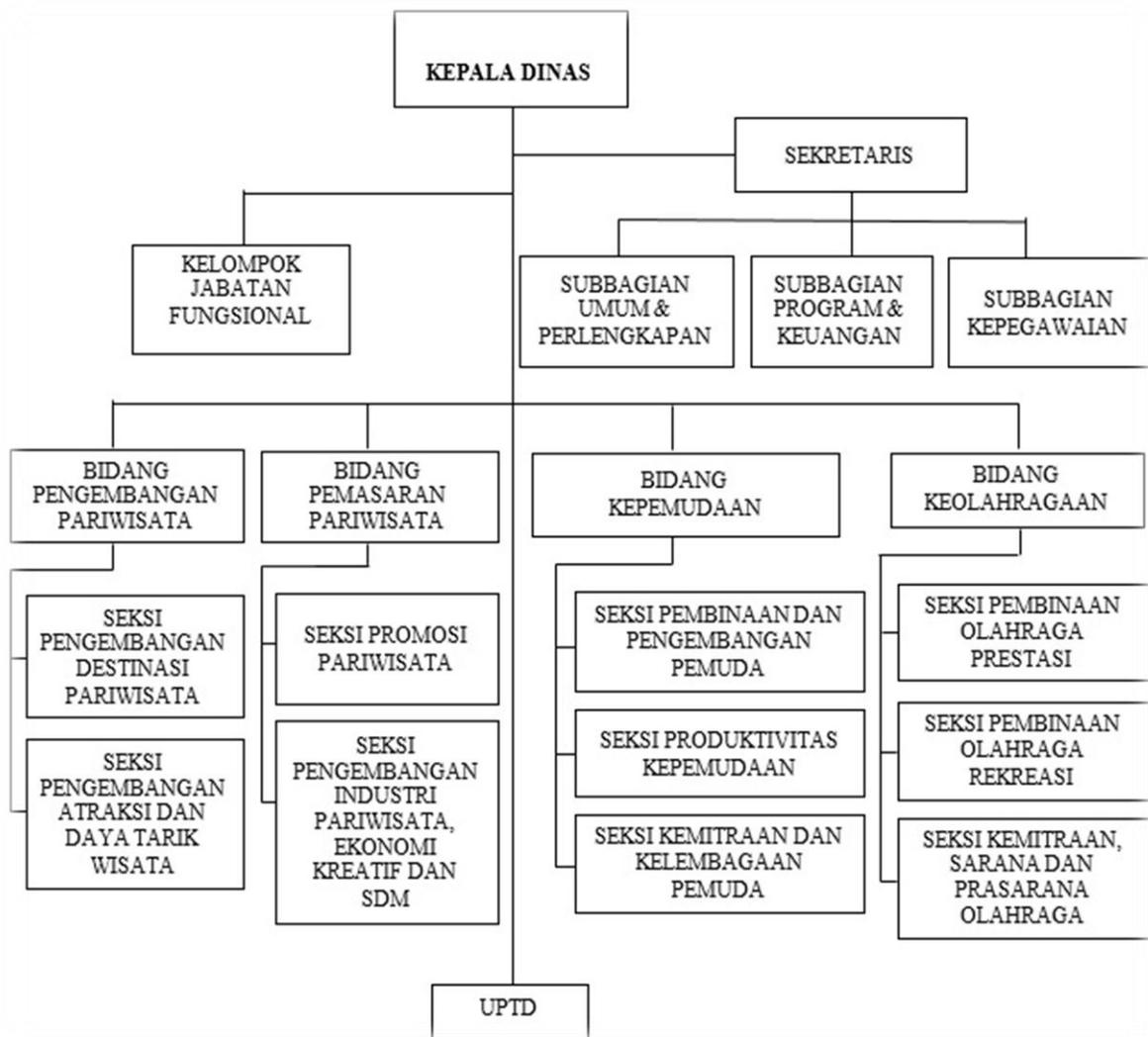
⁴³Hasil Wawancara Dengan Ibu sakdiatul waledy, stap pengembangan di Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 11.40 WI

⁴⁴Hasil Wawancara Dengan Ibu Marito, Bagian Tata Usaha Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 11.20 WIB

3. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota

Sibolga

Gambar 4.1
BAGAN STRUKTUR ORGANISASI
DINAS PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAAHRAGA
KOTA SIBOLGA



1. Sekretariat dengan 3 Kasubbag terdiri dari :
 - a. Kasubbag. Umum dan Perlengkapan.
 - b. Kasubbag. Program dan keuangan.
 - c. Kasubbag. Kepegawaian.
2. Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata terdiri dari :
 - a. Kasi. Atraksi dan Daya Tarik Wisata.
 - b. Kasi. Pengembangan Destinasi Pariwisata
3. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata terdiri dari :
 - a. Kasi. Promosi Pariwisata.
 - b. Kasi. Pengembangan industri Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Sumber daya Manusia;
4. Kepala Bidang Kepemudaan terdiri dari :
 - a. Kasi. Produktivitas Kepemudaan.
 - b. Kasi. Kemitraan dan Kelembagaan Pemuda
 - c. Kasi. Pembinaan dan Pengembangan Pemuda;
5. Kepala Bidang Olahraga terdiri dari :
 - a. Kasi. Pembinaan Olahraga Prestasi.
 - b. Kasi. Pembinaan Olahraga Rekreasi.
 - c. Kasi. Kemitraan, Sarana dan Prasarana Olahraga.⁴⁵

⁴⁵Hasil Wawancara Dengan Ibu Juni, Bagian SBM di Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 14.20 WIB

4. Tugas Pokok dan Fungsi

a. Tugas

Membantu Walikota melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan dibidang Pariwisata, pemuda dan olahraga.

6. Fungsi

Perumusan kebijakan dibidang kepariwisataan, kepemudaan dan keolahragaan. Pelaksanaan kebijakan dibidang kepariwisataan, kepemudaan dan keolahragaan. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan dibidang kepariwisataan, kepemudaan dan keolahragaan. Pelaksanaan administrasi dinas dan Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota terkait dengan tugas dan fungsinya.

Dalam melaksanakan pelayanan publik sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009, penyelenggara pelayanan publik yang dalam hal ini diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga berkewajiban untuk :⁴⁶

- a) Menyusun dan menetapkan standar pelayanan;
- b) Menyusun, menetapkan, dan memublikasikan maklumat pelayanan.
- c) Menempatkan pelaksana yang kompeten.

⁴⁶Hasil Wawancara Dengan Ibu Marito, Bagian Tata Usaha Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 14.35WIB

- d) Menyediakan sarana, prasarana, dan/atau fasilitas pelayanan publik yang mendukung terciptanya iklim pelayanan yang memadai.
- e) Memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan asas penyelenggaraan pelayanan public.
- f) Melaksanakan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan.
- g) Berpartisipasi aktif dan mematuhi peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan public.
- h) Memberikan pertanggungjawaban terhadap pelayanan yang diselenggarakan.
- i) Membantu masyarakat dalam memahami hak dan tanggung jawabnya.
- j) Bertanggung jawab dalam pengelolaan organisasi penyelenggara pelayanan public.
- k) Memberikan pertanggungjawaban sesuai dengan hukum yang berlaku apabila mengundurkan diri atau melepaskan tanggung jawab atas posisi atau jabatan.
- l) Memenuhi panggilan atau mewakili organisasi untuk hadir atau melaksanakan perintah suatu tindakan hukum atas permintaan pejabat yang berwenang dari lembaga negara atau

instansi pemerintah yang berhak, berwenang, dan sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.⁴⁷

4. Letak dan Keadaan Geografis

Sibolga merupakan salah satu bagian provinsi Sumatra Utara yang berada di Pantai Barat Sumatra, wilayahnya berada pada ketinggian 0-200 M di atas permukaan laut. Secara astronomi wilayah Kota Sibolga terletak antara $01^{\circ}42'$ – $01^{\circ}46'$ lintas utara dan $98^{\circ}46'$ – $98^{\circ}48'$ bujur timur. Kota Sibolga disebelah utara, timur dan selatan berbatasan dengan kabupaten tapanuli tengah dan disebelah barat berbatasan dengan tapanuli nauli. Sibolga memiliki wilayah seluas 10,77km² atau 107.700 Ha yang terdiri dari 88.900 Ha daratan di pulau Sumatra dan 18.800 Ha daratan yang berupa kepulauan.

⁴⁷ Hasil Wawancara Dengan Ibu Marito, Bagian Tata Usaha Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 15.20 WIB

5. Demografis Kota Sibolga

Jumlah penduduk Kota Sibolga menurut kecamatan dan agama yang di anut pada tahu 2010.⁴⁸

Tabel 4.1
Jumlah penduduk berdasarkan agama

No	Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
1	Sibolga Utara	4359	13588	1821	0	193	9
2	Sibolga Kota	8792	3031	817	0	1595	5
3	Sibolga Selatan	20196	8933	773	0	169	9
4	Sibolga sambas	15011	4177	330	2	555	0
	Jumlah	48358	29729	3741	2	2512	23

Sumber: BPS koto Sibolga 2010

Jadi di Kota Sibolga jumlah pemeluk agama keseluruhan yaitu Islam sejumlah 48358, Protestan sejumlah 29729, Katolik sejumlah 3741, Hindu sejumlah 2, Budha sejumlah 2512 dan Lainnya sejumlah 23 orang.⁴⁹

B. Temuan Khusus

Strategi yang dilakukan oleh Dinas PARPORA Kota Sibolga yang sudah adalah:

1. Strategi Produk

Menurut Dinas PARPORA merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh Dinas PARPORA kepada pasar wisatawan untuk memperoleh keuntungan bagi Kota Sibolga. Produk yang ada di dinas PARPORA Wisata Syariah ada tiga antara lain Wisata Bahari yang berlokasi di Anggar, Pulau Poncan dan Pantai Ujung Sibolga, kemudian

⁴⁸Badan Pusat Statistik Kota Sibolga Tahun 2010.

⁴⁹Badan Pusat Statistic Kota Sibolga Tahun 2010

wisata kuliner yang berlokasi di Alun-Alun Kota Sibolga serta Wisata Syariah yang berlokasi di Syariah Sibolga Sambah. Dengan adanya Wisata Syariah tersebut masyarakat serta Wisatawan dapat menikmati dan merasakan manfaat serta keindahan.⁵⁰

2. Strategi Lokasi

Strategi lokasi adalah sarana, alat dan lokasi serta tujuan yang dipikirkan untuk mencapai keberhasilan jangka pendek, menengah dan panjang untuk menghasilkan keuangan didalam pendapatan Wisata. Tempat atau saluran Wisata Syariah meliputi kegiatan Dinas PARPORA yang membuat produk Wisata Syariah semakin berkembang dan kreatif. Tempat wisata sibolga memiliki berbagai fasilitas mulai dari musolla, tempat mandi yang menutup aurat, lokasi berjualan, permainan air, tempat peristirahatan yang nyaman, dan panggung teater. Dengan fasilitas yang disediakan bagi wisatawan dapat menikmati lokasi yang dikunjungi.⁵¹

3. Strategi Promosi

Agus mengatakan Promosi yaitu aktivitas yang menyampaikan produk wisata dan membujuk wisatawan atau pengunjung untuk berwisata kembali ke Kota Sibolga. Promosi yang dilakukan Dinas PARPORA sangat bervariasi mulai dari penggunaan media sosial seperti *tik-tok*, *facebook*, *instagram*, dan *youtube*, media cetak seperti koran, media *online*, dan melaksanakan festival seni di area Wisata. Dengan

⁵⁰Hasil Wawancara dengan Ibu Renta Herawati R Siregar, Kepala Bidang Pengembangan, Tanggal 11 November 2020 Pukul 12. 20 WIB

⁵¹Hasil Wawancara dengan Fadilah Siombing, Wisatawan, Tanggal 16 November 2020 Pukul 13. 20 WIB

promosi yang dilakukan oleh Dinas PARPORA tersebut maka wisatawan dapat mengetahui wisata yang ada di Kota Sibolga, sehingga masyarakat mengetahui adanya wisata Kota Sibolga yang semakin baik.⁵²

C. Analisis Hasil Penelitian

1. Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah Kota Sibolga

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*Threats*)⁵³. Dalam mengidentifikasi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pada Wisata Syariah di Kota Sibolga, maka disajikan data-data yang diperoleh mengenai strategi pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga. Peneliti telah melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

⁵²Hasil Wawancara Dengan Pak Agus, Pedagang Di Pantai Ujung Sibolga, Tanggal 16 Nopember 2020 Pukul 12.20 WIB

⁵³“Akbar Riswandi Harifuddin Thahir Ira Nuriya Santi, Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan (Studi Pada Rumah Makan Darisa Cafe Campus) *Dalam Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* Vol. 2, No. 3, September 2016, hlm. 296.”

a. Hasil Matrik faktor Strategi Internal

Tabel 4.1
Matrik faktor Strategi Internal

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan:			
1. Keindahan dan keunikan objek wisata	0,18	4	0,72
2. Sector pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati	0,18	4	0,72
3. Lokasi wisata yang nyaman dikunjungi	0,18	4	0,72
Subtotal	0,54		2,16
Kelemahan:			
1. Kurangnya sarana dan prasarana	0,14	2	0,42
2. Keterbatasan biaya anggaran objek wisata	0,12	1	0,24
3. Tanah sekitar masih milik penduduk	0,17	2	0,51
Subtotal	0,43		1,17
Total	1,00		3,33

Sumber: data diolah

Dari hasil analisis pada Tabel: 4.1 IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) faktor *Strength* mempunyai total nilai standar 2,16 sedang *Weakness* mempunyai total nilai standar 1,17.

2) Matrik Faktor Strategi Eksternal

Tabel 4.2
Matrik Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang:			
1. Dukungan dari pemerintah	0,19	4	0,76
2. Akses yang relatif mudah bagi turis asing untuk berkunjung	0,18	4	0,72
3. Ketersediaan banyaknya destinasi wisata	0,20	3	0,80
Subtotal	0,57		2,28
Ancaman:			
1. Banyaknya daerah yang mengembangkan wisata	0,20	2	0,40
2. Masuknya budaya asing yang merusak kelestarian lingkungan	0,10	2	0,20
3. Bencana alam	0,05	1	0,05
Subtotal	0,41		1,11
Total	1,00		3,39

Sumber: data diolah

Analisis Tabel menunjukkan bahwa untuk faktor-faktor *Opportunity* nilai skornya 2,28 dan faktor *Threat* 1,11. Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (tabel 4.1) dan tabel Matrik EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) (tabel 4.2) diketahui bahwa nilai IFAS nya adalah 3,33 yang berarti pengembangan wisata syariah di kota Sibolga berada di titik rata-rata dalam pengembangan wisata untuk menjalankan strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan. Nilai EFASnya adalah 3,39 yang berarti bahwa pengembangan wisata syariah di kota sibolga berada pada titik rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci

strength 2,16, *weakness* 1,17, *opportunity* 2,28, *threat* 1,11. Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT

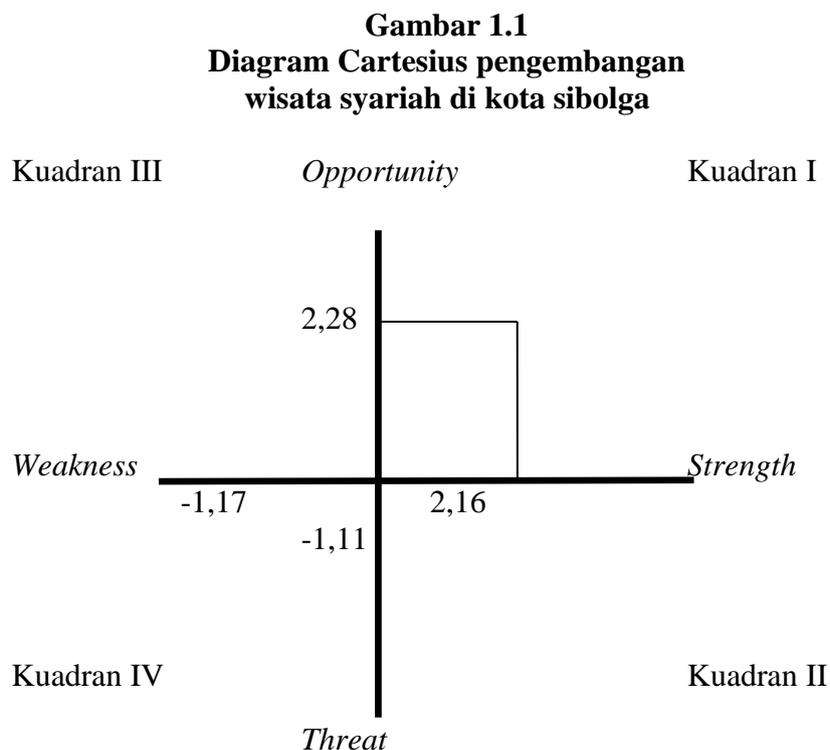


Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran 1

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Wisata Syariah tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan

mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.

b. Kuadran 2

Kuadran ini menandakan bahwa Wisata Syariah memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar)

c. Kuadran 3

Kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi Wisata Syariah sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk Wisata Syariah disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, karena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.

d. Kuadran 4

Kuadran Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah. Untuk itu diharapkan Wisata Syariah disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan memperbaiki kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk.

Selanjutnya untuk mengetahui posisi kuadran Wisata Syariah Kota Sibolga berdasarkan matrik SWOT dan analisis IFAS dan EFAS dan agar memberikan gambaran jelas bahwa strategi yang dirancang pada matriks

SWOT tepat dan sesuai dengan kuadrannya. Untuk mengetahui posisi kuadran tersebut, maka penjumlahan dari tabel IFAS (jumlah kekuatan dikurangi kelemahan) yaitu (1,84 – 1,81) sebagai sumbu X adalah 0,03. Sedangkan sumbu y adalah 0,57 hasil dari (1,89 – 1,32) yaitu pengurangan jumlah peluang dan ancaman dari tabel EFAS. Titik potong yang di dapatkan adalah berada pada kuadran I yaitu posisi *growth* atau pertumbuhan.⁵⁴

Dari gambar 4.2 diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa Wisata Syariah di Kota Sibolga berada pada kuadran pertama, yaitu kuadran *strategi agresif* dimana kuadran tersebut adalah situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Contohnya adalah dengan terus menjaga dan meningkatkan kualitas tempat Wisata Syariah agar dapat melakukan strategi penetrasian pasar (*market penetration strategi*). Tetap menjaga kepuasan pelanggan lama dan mendorongnya untuk terus membeli produk Wisata Syariah. Serta mencari Wisatawan baru yang potensial untuk memperluas jangkauan pasar yang masih tersedia luas. Salah satu langkahnya adalah dengan menyusun rancangan promosi yang terstruktur dan progresif, memberdayakan semua sarana media yang dapat mendukung eksistensi dan perluasan pemasaran Wisata Syariah.

⁵⁴ Hasil Wawancara Dengan Rifnata E Bima Mora , Pengunju Wisata Anggar Kota Sibolga, Tanggal 18 Nopember 2020 Pukul 14.20 WIB

Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa wisata Kota sibolga berada pada kuadran pertama, yaitu kuadran *strategi agresif* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Wisata tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.⁵⁵

a. Matrik SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi Wisata Syariah. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

⁵⁵ Hasil Wawancara Dengan Sakdiah Waledi, Bagian Stap Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 15.20 WIB

Tabel 4.5
Matrik SWOT

	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
IFAS EFAS	1. Keindahan dan keunikan objek wisata 2. Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati 3. Lokasi wisata yang nyaman dikunjungi	4. Kurangnya sarana dan prasarana 5. Keterbatasan biaya anggaran objek wisata 6. Tanah sekitar masih milik penduduk
<i>OPPORTUNITY</i>	STRATEGI SO	STRATEGI WO
O1. Dukungan dari pemerintah O2. Akses yang relatif mudah bagi turis asing untuk berkunjung O3. Ketersediaan banyaknya destinasi wisata	1. Memiliki keindahan dan keunikan objek wisata sehingga pemerintah mendukung prokram wisata 2. Sector pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati sehingga akses yang relatif mudah bagi turis asing untuk berkunjung 3. Lokasi yang nyaman dikunjungi sehingga Ketersediaan banyaknya destinasi wisata	1. Kurangnya sarana prasaraha sehingga pemerintah mendukung pengembangan wisata. 2. Keterbatasan anggaran yang diberikan pemeritah sehingga pemerintah memberikan akses yang mudah bagi turis asing 3. Tanah disekitar objek wisata masih milik penduduk sehingga Ketersediaan objek wisata jadi belum bias di kelola pemerintah dengan baik
<i>THREAT</i>	STRATEGI ST	STRATEGI WT
T1. Banyaknya daerah yang mengembangkan wisata T2. Masuknya budaya asing yang merusak kelestarian	1. Keindahan dan keunikan objek wisata sehingga pemerintah tertarik mengembangkan objek wisata 2. Sector pariwisata yang	1. Kurangnya sarana dan prasarana sehingga banyak daerah terkendala dalam mengembangkan wisata.

lingkungan T3. Bencana alam	semakin berkembang dan semakin diminati sehingga muncul masalah budaya asing yang merusak keanekaragaman budaya lokal. 3. Lokasi wisata yang berada dipinggir pantai seringterjadi bencana alam sehingga muncul kekhawatiran pemerintah untuk memp erbaiki tempat wisata tersebut.	2. Keterbatasan anggaran wisata sehingga pemerintah sulit untuk mengawasi budaya asing yang dapat merusak masyarakat 3. Kepemilikan tanah di sekitar tempat wisata masih dimiliki oleh masyarakat, sehingga masyarakat takut mengembangkan wisata karena rawan bencana alam
--------------------------------	---	--

Berdasarkan analisa di atas menunjukkan bahwa kinerja Dinas PARPORA (Pariwisata Pemuda dan Olah Raga) dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT. Berikut analisa peneliti berdasarkan matriks SWOT di atas:

1) Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *opportunity*, strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekutif Dinas PARPORA, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang dilakukan oleh Dinas PARPORA Kota Sibolga yaitu:

- a. Memiliki keindahan dan keunikan objek Wisata sehingga pemerintah mendukung program wisata. Kota Sibolga merupakan salah satu Kota yang ada di provinsi Sumatera Utara yang terletak di pinggir pantai, Kota Sibolga terletak di pinggir pantai yang memiliki keindahan alam lautnya dan memiliki berbagai keunikan tersendiri di dalam alamnya. Dengan memiliki berbagai keindahan dan keunikannya itu maka pemerintah Kota Sibolga tertarik untuk mengembangkan wisata melalui dinas PARPORA.⁵⁶
- b. Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati sehingga akses yang relatif mudah bagi turis asing untuk berkunjung. Pariwisata di Kota Sibolga sekarang ini lagi gencar-gencarnya berbenah diri untuk meningkatkan Wisatawan berkunjung ke Sibolga. Dengan semakin bagusnya fasilitas, infrastruktur, dan tataruang wisata sibolga akan memperbanyak Wisatawan untuk berkunjung, baik wisatawan regional maupun Wisatawan manca negara.
- c. Lokasi yang nyaman dikunjungi sehingga ketersediaan banyaknya destinasi wisata. Sibolga memiliki banyak peninggalan sejarah pada masa penjajahan Belanda, mulai dari Tangga Seratus sampai peninggalan tempat ibadah yang memiliki nuansa yang sangat nyaman dikunjungi oleh para Wisatawan, sehingga mendapatkan nuansa ketenangan jiwa.

⁵⁶ Hasil Wawancara Dengan Ibu Marito, Bagian Tata Usaha Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 15.20 WIB

2) Strategi ST (*Strength – Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *threat*, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh Dinas Pariwisata Kota Sibolga yaitu:

- a. Keindahan dan keunikan objek Wisata Syariah sehingga pemerintah tertarik mengembangkan objek Wisata Syariah. Ketertarikan pemerintah daerah untuk mengembangkan Wisata Syariah karena dapat menumbuhkan perekonomian masyarakat dengan memberdayakan ekonomi kreatif dan masyarakat dapat berjualan di daerah tempat Wisata Syariah.
- b. Sektor Pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati sehingga muncul masalah budaya asing yang merusak keanekaragaman budaya lokal. Didalam perkembangan Wisata Syariah akan banyak perubahan baik di bidang kebudayaan, karakter, cara pandang dan kebiasaan masyarakat. Tapi didalam perkembangan itu banyak hal positif yang dapat ditimbulkan, misalnya pendapatan daerah, taraf hidup masyarakat, dan pendapatan perhotelan maupun biro perjalanan Wisata Syariah.
- c. Lokasi Wisata Syariah yang berada dipinggir pantai sering terjadi bencana alam sehingga muncul kekhawatiran pemerintah untuk memperbaiki tempat Wisata Syariah tersebut.

Dimana pun kita berada kita tidak akan pernah terhindar yang namanya bencana alam, di pinggir laut kita akan was-was dengan tsunami, di pegunungan rawan akan longsor, dan didataran rendah atau di hilir datang yang namanya banjir.⁵⁷

3) Strategi WO (*Weakness – Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *opportunity*, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh Dinas PARPORA Kota Sibolga yaitu:

- a. Kurangnya sarana prasarana sehingga pemerintah mendukung pengembangan Wisata Syariah. Sarana prasarana pendukung untuk peningkatan daya saing Wisata Sibolga masih kurang baik, sehingga daerah yang memiliki potensi Wisata Syariah yang tinggi mencari permodalan dari pemerintah maupun Investor untuk pengembangan Wisata Syariah tersebut.
- b. Keterbatasan anggaran yang diberikan pemerintah sehingga pemerintah memberikan akses yang mudah bagi turis asing. Keterbatasan anggaran Wisata Syariah membuat pemerintah sulit untuk mengontrol budaya asing yang datang, untuk mempertahankan budaya lokal, sehingga budaya lokal banyak yang hilang atau tergantikan dengan budaya yang datang tanpa ada filter.

⁵⁷ Hasil Wawancara Ibu Renta Herawati R Siregar, Bagian Kabid Pengembangan Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga, Tanggal 18 Nopember 2020 Pukul 15.20 WIB

c. Tanah disekitar objek Wisata Syariah masih dimiliki penduduk sehingga Ketersediaan objek Wisata Syariah jadi belum biasa di kelola pemerintah dengan baik. Kepemilikan tanah menjadi salah satu kendala yang sangat urgen di dalam pengembangan Wisata Syariah ini, berhung tanah yang ada disekitar tempat Wisata Syariah yang sangat strategis ini masih milik masyarakat, sehingga pemerintah sulit untuk mengembangkan Wisata Syariah. Bencana Alam merupakan salah satu penghambat pengembangan Wisata Syariah, karena masyarakat takut untuk berinvestasi.⁵⁸

4) Strategi WT (*Weakness – Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *threat*, strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh Dinas Parpora Kota Sibolga yaitu:

a. Kurangnya sarana dan prasarana sehingga banyak daerah terkendala dalam mengembangkan Wisata Syariah. Sarana prasarana pendukung untuk peningkatan daya saing Wisata Syariah Sibolga masih kurang baik, sehingga daerah yang memiliki potensi Wisata Syariah yang tinggi mencari permodalan dari pemerintah maupun investor untuk pengembangan Wisata Syariah tersebut.

⁵⁸ Hasil Wawancara Ibu Padilah, Pedagang Di Pantai Ujung Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 13.20 WIB

- b. Keterbatasan anggaran Wisata Syariah sehingga pemerintah sulit untuk mengawasi budaya asing yang datang untuk merusak tatanan masyarakat. Keterbatasan anggaran Wisata membuat pemerintah sulit untuk mengontrol budaya asing yang datang, untuk mempertahankan budaya lokal, sehingga budaya lokal banyak yang hilang atau tergantikan dengan budaya yang datang tanpa ada pilternya.
- c. Kepemilikan tanah di sekitar tempat Wisata Syariah masih dimiliki oleh masyarakat, sehingga masyarakat takut mengembangkan Wisata Syariah karena rawan bencana alam. Kepemilikantanah menjadi salah satu kendala yang sangat urgen di dalam pengembangan Wisata Syariah ini, berhung tanah yang ada disekitar tempat wisata yang sangat strategis ini masih milik masyarakat, sehingga pemerintah sulit untuk mengembangkan Wisata Syariah . Bencana lama merupakan salah satu penghambat pengembangan Wisata Syariah , karena masyarakat takut untuk berinvestasi.⁵⁹

⁵⁹ Hasil Wawancara Dengan Pak Bagus, Pedagang Di Pantai Ujung Sibolga, Tanggal 11 Nopember 2020 Pukul 12.20 WIB

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dalam melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Kota Sibolga Maka adapun kesimpulan penelitian ini antarlain sebagai berikut :

1. Faktor-faktor internal yang mendukung pengembangan wisatan kota Sibolga adalah keindahan dan keunikan obejek wisata, serta sektor parisiwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati, dan lokasi wisata yang nyaman di kunjungi. Sementara yang menghambat adalah kurangnya saran dan prasarana, keterbatasan biaya anggaran objek wisata, tanah sekitar masih milik penduduk.
2. Faktor-faktor eksternal yang mendukung pengembangan wisata kota Sibolga Kepulauan Banda adalah dukungan dari pemerintah, akses yang relatif mudah bagi turis asing yang ingin berkunjung dan ketersediaan banyaknya destinasi wisata. Sementara yang menghambat adalah banyaknya daerah yang mengembang wisata, masuknya budaya asing yang merusak kelestarian lingkungan dan bencana alam.
3. Strategi prioritas berdasarkan SWOT adalah pengembangan wisata bahari, wisata kuliner dan wisata religi membangun jaringan dengan wisata lain, bekerjasama dengan agen perjalanan, dan membuat website khusus.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Dinas PARPORA Kota Sibolga untuk mengembangkan wisata yaitu dengan cara melakukan promosi melalui media sosial dan media cetak, memperbaiki Inprastruktur (musolla, , menyediakan) serta memperbaiki tempat-tempat wisata di kota sibolga. Hasil penelitian dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS dapat disimpulkan bahwa strategi yang sebaiknya digunakan yaitu strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal. Dari gambar diagram cartesius sangat jelas menunjukkan bahwa wisata Kota sibolga berada pada kuadran pertama, yaitu kuadran *strategi agresif* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Wisata tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

B. Saran-Saran

2. Diharapkan peneliti dapat menambah pemahaman tentang strategi pengembangan Wisata Syariah, dan dapat menerapkan di dalam pengembangan Wisata Syariah.
3. Diharapkan dinas terkait dapat menganalisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga. Sehingga dapat memberikan solusi dan informasi yang berguna bagi pihak dinas terkait di Kota Sibolga, serta dapat menjadi bahan acuan bagi instansi terkait dalam menilai seberapa peluang pengembangan Wisata Syariah pada dinas PARPORA (Pariwisatam pemuda dan olahraga) Kota SIBOLGA.

4. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi atau data perbandingan yang sesuai dengan data yang diteliti, memberikan pemikiran, wawasan serta bukti empiris dari penelitian sebelumnya mengenai Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga.
5. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan kepada pembaca tentang wacana perbankan untuk memberikan kredit untuk memperbaiki sistem maupun permasalahan dan diharapkan dapat menjadi sumber tambahan informasi untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Embun Suryani Dkk, Strategi Pengembangan Wisata Alam Hutan Irup Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar, Lombok Barat, *Dalam Jurnal PEPADUI*, no. 1 2020.
- Hendry Ferdiansyah, “Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism,” *Tornare* 2, No. 1 2020.
- Iflah, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Wisata Halal Muslim Milenial, *dalam Jurnal Common3*, No. 2. 2019.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2006.
- Khoiriah Widia Pawesti ,Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Bogor Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Halal” *Jurnal Aksara Public* Volume 3 Nomor 4 Edisi November 2019.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- _____, *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif*, Badung: Rosdakarya, 2000.
- M. Adhib Prosnowo, dkk, *Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Kerajinan Batik*, Surabaya: CV Jakad publishing, 2019.
- Pahrul Irfan dan Apriani Apriani, “Analisa Strategi Pengembangan E-Tourism Sebagai Promosi Pariwisata Di Pulau Lombok,” *Ilkom Jurnal Ilmiah* 9, no. 3 (December 28, 2017) <https://doi.org/10.33096/ilkom.v9i3.164.325-330>.
- Rimet, Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat: Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), *Dalam Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*2, No. 12019.

Rodame Monitorir Napitupulu, "Pembangunan Model Bisnis Wisata Halal Aek Sabao Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas", jurnal *iqtisaduna* Volume 5 Nomor 2 Ed. Desember 2019.

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: alfabeta CV, 2016.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, Jakarta: Rineka cipta, 2006.

Sharianews, "Prospek Wisata Halal 2019", accessed February 26, 2020, <https://sharianews.com/posts/prospek-wisata-halal-2019>.

Siaran Pers, Indonesia Ditetapkan Sebagai Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia 2019," kemenpar.go.id, accessed February 27, 2020, <https://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-indonesia-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-halal-terbaik-dunia-2019>.

Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Sri Wahyuni Dkk, "Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Wonorejo, Kecamatan Rungkut Surabaya" *Diponegoro Journal Of Maquares*", Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/maquares>

Tingkatkan Pariwisata, Kemenpar Dorong 3 Program Pemerintah Merdeka.Com," accessed February 28, 2020, <https://www.merdeka.com/uang/tingkatkan-pariwisata-kemenpar-dorong-3-program-pemerintah.html>.

Pratiwi, "Analisis Pasar Wisata Syariah Di Kota Yogyakarta", *Dalam jurnal media wisata*, Volume. 1, mei 2016.

P. joko subagio, "*Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*", Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012.

Y. Yusrizal dan Sudirman Suparmin, Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Propinsi Sumatera Utara,dalam jurnal *TANSIQ: Vol 1, No. 2* 2018.

Zulkifli Dkk, "Analisis Pengetahuan Masyarakat Kota Pekanbaru Tentang Wisata Syariah," *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan* 15, No. 2 2018

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Ahmad Rifai
2. NIM : 1640200063
3. Tempat/Tanggal Lahir : Gunung Tua, 20-April-1996
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Anak ke : 1 dari 5 bersaudara
6. Alamat : Kampung Padang, JR. Lubuk Alai,
Pasaman Barat
7. No Telepon : 085373628614
8. Alamat E-Mail : anasution212@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SDN 07 (2003-2010)
2. Tamatan MTS Nailil Husniah (2010-2013)
3. Tamatan MAN Lembah Melintang (2013-2016)
4. Institut Agama Islam Negeri Islam Padangsidempuan (2016-2021)

III. IDENTITAS ORANG TUA

- Nama ayah : Makmur
Pekerjaan ayah : Petani
Nama Ibu : Hasanah
Pekerjaan Ibu : Petani
Alamat : Kampung Padang, JR. Lubuk Alai, Pasaman Barat

IV. RIWAYAT ORGANISASI

1. WKSBB (Wadah Kreativitas Seni Dan Budaya) : Tahun 2018
2. KAMMI (Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia) : Tahun 2019



PEMERINTAH KOTA SIBOLGA
**DINAS PARIWISATA PEMUDA
DAN OLAHRAGA**

Jln. Dr. Ferdinand Lumban Tobing No. 44 Sibolga
Telp./Fax. (0631) 23132 Kode Pos 22521

Sibolga, 15 Januari 2021

mor : 070/ α1
at : --
mpiran : --
l : Pemberitahuan Penelitian
an. Ahmad Rifai

Kepada :
Yth. Bapak Wakil Dekan Akademik
Abdul Nasser Hasibuan
di- Padangsidempuan

Menindaklanjuti Surat Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor 2086/In.14/G.1/G.4b/TI.Oo/09/2020 tanggal 24 September 2020 Hal Mohon Izin Riset dan Surat dari Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor 070-1124/KP/XI/2020 tanggal 18 November 2020 Hal Surat Pemberitahuan Penelitian.

Dengan ini kami sampaikan atas nama AHMAD RIFAI, Nim 1640200063 telah melaksanakan Penelitian dengan Judul "*Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga*" dari tanggal 19 November 2020 s/d 02 Desember 2020 di Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Sibolga.

Demikian disampaikan, agar dapat di gunakan seperlunya.

a.n. Pj. KEPALA DINAS PARIWISATA PEMUDA
DAN OLAHRAGA KOTA SIBOLGA,



Sekretaris,
ADE IRMA SURYANI, SS
PENATA Tk. I
NIP. 19770428 200903 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1006/In.14/G.1/G.4b/TL.00/09/2020
Hal : Mohon Izin Pra Riset

15 September 2020

kepada : **Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kota Sibolga.**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ahmad Rifai
NIM : 1640200063
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul: " Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset in data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Disusun:
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sititang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24622

Nomor : 300/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2020
ampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

3 Desember 2020

Th. Bapak/Ibu;
Kamaluddin : Pembimbing I
Rini Hayati Lubis : Pembimbing II

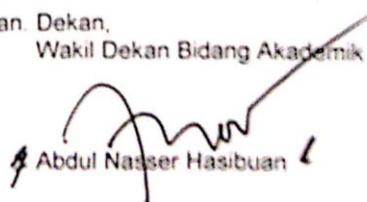
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ahmad Rifai
NIM : 1640200063
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konentrasi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Embusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 3069 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/12/2020
Hal : Mohon Izin Riset

16 Desember 2020

Yth; Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Sibolga

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ahmad Rifai
NIM : 1640200063
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KOTA SIBOLGA
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan S. Parman No. 54 Sibolga Telp. (0631) 21467

SURAT PEMBERITAHUAN PENELITIAN
(S P P)

Nomor : 070 - 1124 / IKP/XI / 2020

hubungan dengan surat dari Kementerian Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri
sidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Nomor : 208/In.14/G.4b/TL.00/09/2020
24 September 2020 , Hal Mohon Izin Riset.

telah kami teliti, Pihak kami tidak merasa keberatan atas pelaksanaan kegiatan penelitian,
ara dan pengumpulan data yang dilaksanakan oleh :

N a m a : Ahmad Rifai
Nim : 1640200063
Tempat Penelitian : Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kota Sibolga
Lamanya Penelitian : 19 Nopember 2020 s/d 02 Desember 2020
Judul : "Analisis Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Sibolga"
Peserta : 1 (satu) orang
Penanggung Jawab : Abdul Nasser Hasibuan (Wakil Dekan Akademik).

elaksanakan Penelitian dan Pengumpulan Data dengan ketentuan sebagai berikut :
ma melakukan Penelitian yang diperlukan, yang bersangkutan harus mematuhi dan
taati Peraturan dan Perundang-undangan serta Ketentuan yang berlaku di Kota Sibolga.

jaga kerahasiaan data-data yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait.

jaga keamanan dan ketertiban umum selama Penelitian lapangan.

lah melaksanakan Penelitian tersebut, supaya yang bersangkutan melaporkan hasilnya ke
kota Sibolga Cq. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Sibolga.

jila berlaku surat pemberitahuan ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan Penelitian
n selesai, perpanjangan harus diajukan kepada instansi terkait.

t pemberitahuan ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata
egang surat pemberitahuan tidak mentaati / mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti
but diatas.

ikian Pemberitahuan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Sibolga, 18 Nopember 2020
Pit. KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN
POLITIK KOTA SIBOLGA,

IRWAN AKHYAT TANGGUNG, SE
Penata Tk.I
NIP. 19740911 200212 1 003

Walikota Sibolga (sebagai laporan) ;
nonda Kota Sibolga



