

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori Pariwisata**

Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan (Sutrisno, 1998, hal: 23 dalam Yuliani, 2103). Pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Soekadijo, 2000, hal: 2 dalam Yuliani, 2013).

Sedangkan Pendit (2003 : 20) dalam Sitorus (2008: 34), mendefinisikan Pariwisata sebagai suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Salah Wahab dalam Oka A Yoeti (2008 : 111), menjelaskan Pariwisata sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pendit (2003) dalam Sitorus (2008: 34), menjelaskan bahwa istilah pariwisata pertama kali diperkenalkan oleh dua budayawan pada sekitar tahun 1960, yaitu Moh. Yamin dan Prijono. Kedua budayawan ini memberikan masukan kepada pemerintah saat itu untuk mengganti istilah *tour* agar sesuai dengan bahasa khas Nusantara. Istilah Pariwisata sendiri berasal dari bahasa Sansekerta yaitu sebagai berikut :

Pari = Penuh, Lengkap, Keliling  
 Wis (man) = Rumah, properti, Kampung, Komunitas  
 Ata = Pergi, Terus Menerus, Mengembara

Yang bila diartikan secara keseluruhan, pariwisata adalah Pergi Secara Lengkap, Meninggalkan Rumah (Kampung) untuk berkeliling secara terus menerus.

Menurut Spillane (1987) dalam Baskoro (2013), pariwisata dikelompokkan berdasarkan tujuan dan motif seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata, diantaranya :

1. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Merupakan jenis pariwisata yang memiliki tujuan untuk mengetahui suatu daerah wisata dengan meninggalkan tempat tinggalnya dalam mengisi liburan guna memperoleh udara segar atau untuk menghilangkan kepenatan dari rutinitas sehari-hari.

2. Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Adalah jenis pariwisata yang dilakukan orang-orang yang sedang berlibur untuk memulihkan kesegaran jasmani maupun rohani.

3. Pariwisata Untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Adalah jenis pariwisata yang dilakukan orang-orang yang sedang berlibur untuk mengetahui adat-istiadat, sejarah, seni budaya, agama maupun gaya dan cara hidup suatu bangsa.

4. Pariwisata Untuk Olahraga (*Sports Tourism*)

Merupakan pariwisata yang dilakukan dalam rangka untuk melatih ketangkasan jasmani dan menyegarkan rohani. Jenis ini dapat dibagi menjadi dua kategori :

- a. *Big Sports Event*, yaitu pariwisata yang dilakukan karena adanya peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, *World Cup*, dan lain-lain.
- b. *Sports Tourism of the Practitioner*, yaitu pariwisata olahraga bagi yang ingin berlatih dan mempraktekkannya sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga basket, sepak bola, dan lain-lain.

5. Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)

Merupakan jenis pariwisata yang dilakukan karena adanya pekerjaan yang harus dilakukan di suatu daerah atau suatu negara.

6. Pariwisata Untuk Berkonvensi (*Convenetion Tourism*)

Merupakan pariwisata dalam rangka mengikuti suatu acara atau kegiatan seperti seminar, pameran, konferensi dan lain sebagainya yang diselingi dengan kegiatan wisata di waktu senggangnya.

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang

relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang. Indonesia sebagai negara yang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah (Pendit, 1994 dalam Sitorus, 2008).

## **2. Strategi**

Menurut Rangkuti (2006), strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar.

Menurut Stanton (dalam Amirullah, 2004: 4) mengatakan strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Rencana dalam mencapai tujuan tersebut sesuai dengan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Begitu juga dengan Christensen dalam Rangkuti (2005: 3) mengungkapkan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai keunggulan bersaing. Porter dalam Rangkuti (2005: 4) mengungkapkan bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Chandler dalam Rangkuti (2005: 3) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.

Menurut pendapat Rangkuti (2004:6), strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 (tiga) tipe strategi, yaitu:

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi pengembangan produk, strategi akuisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

b. Strategi Investasi

Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya, apakah perusahaan ini melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi diinvestasi, dan sebagainya.

c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena bisnis ini berorientasi kepada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

### **3. Teori Pariwisata Syariah/Islami**

Definisi pariwisata Islami merupakan kegiatan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi syariat Islam

(Kemenpar, 2012). Fasilitas dan layanan yang disediakan tersebut tidak berbeda dengan fasilitas umum lainnya, hanya saja fasilitas dan layanan yang disediakan tidak bertentangan dengan nilai-nilai islam. Sehingga masyarakat muslim dapat menikmati fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat dengan leluasa.

Pariwisata syariah telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan Organisasi Konferensi Islam (OKI). Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT (Munirah, 2012 dalam Dharma, 2017).

Selain istilah wisata syariah, dikenal juga istilah Halal tourism atau Wisata Halal. Pada peluncuran wisata syariah yang bertepatan dengan kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 dan Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Semeru Room, Lantai 6, Gedung Pusat Niaga, JIExpo (PRJ), Kemayoran, Jakarta Pusat, Rabu (30/10/2013), President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caudry, menyampaikan bahwa, “Wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”. Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita (Wuryasti, 2013).

Berdasarkan pengertian di atas, konsep syariah yang tidak melanggar atau bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah berhubungan dengan konsep halal dan haram di dalam islam. Halal diartikan dibenarkan, sedangkan haram diartikan dilarang. Konsep halal dapat dilihat dari dua perspektif yaitu perspektif agama dan perspektif industri. Yang dimaksud dengan perspektif agama, yaitu sebagai hukum makanan apa saja yang boleh dikonsumsi oleh konsumen muslim. Ini membawa konsekuensi adanya perlindungan konsumen. Sedangkan dari perspektif industri. Bagi produsen pangan, konsep halal ini dapat diartikan sebagai suatu peluang bisnis. Bagi industri pangan yang target konsumennya sebagian besar muslim, diperlukan adanya jaminan kehalalan produk akan meningkatkan nilainya yang berupa nilai yang tidak berwujud (*intangible value*). Contoh produk pangan yang kemasannya tercantum label halal lebih menarik bagi konsumen muslim (Hamzah & Yudiana, 2015 dalam Kemenpar, 2015).

Menurut Sofyan (2012:33) dalam Kemenpar (2015) definisi wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata syariah bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Pemilik jaringan Hotel Sofyan itu menjelaskan, kriteria umum pariwisata syariah ialah; pertama, memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum. Kedua, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan. Ketiga, menghindari kemusyrikan dan khurafat. Keempat, bebas dari maksiat.

Kelima, menjaga keamanan dan kenyamanan. Keenam, menjaga kelestarian alam dan lingkungan. Ketujuh, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Menurut Chukaew (2015), ada delapan faktor standar dalam pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan, hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu :

- a. Pelayanan kepada wisatawan haruslah cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan;
- b. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
- c. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam;
- d. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. ;
- e. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal;
- f. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;
- g. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan; dan
- h. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan oleh Chukaew (2015), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata syariah, diantaranya :



- a. Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
- b. Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan (Utomo, 2014 Utomo dalam Chukaew 2015).
- c. Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat 3. Segi kehalalan disini baik dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata (Moirra, 2012 dalam Chukaew, 2015).
- d. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah (Utomo dalam Chukaew, 2015). Menurut Rosenberg (dalam Sahida, 2009), pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

Berikut merupakan tabel perbandingan wisata konvensional, wisata religi dan wisata syariah :

**Tabel 2.1.**  
Perbandingan Wisata Syariah dengan Wisata Konvensional dan Wisata Religi

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1.	Objek	Alam, budaya, heritage, kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2.	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritulitas	Meningkatkan spirit religiuitas dengan cara menghibur
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Sematamata mencari ketentraman batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4.	<i>Guide</i>	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan teradap objek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan spirit religiuitas wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia
5.	Fasilitas Ibadah	Sekadar pelengkap	Sekadar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi bagian paket hiburan
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7.	Relasi dengan Masyarakat di Lingkungan Objek Wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer, semata-mata mengejar keuntungan	Integrated, interaksi berdasar pada prinsipprinsip syariah
8.	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperhatikan waktu

*Sumber : Ngatawi Al Zaztrow dalam Dini Andriani dkk, 2015*

Dengan melihat tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa wisata syariah merupakan wisata yang lengkap karena mencakup wisata konvensional dan religi di dalamnya. Tidak hanya itu, wisata syariah merupakan wisata yang lebih kompleks dibandingkan dengan kedua wisata (konvensional dan religi) karena wisata syariah menekankan pada produk halal dan sesuai dengan syariat Islam.

#### **4. Konsep dan Kebijakan Pariwisata Syariah Di Indonesia**

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. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kepariwisataan merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Bab I)

Tajzadeh Namin A.A. (2013) dalam *Value Creation in Tourism: An Islamic Approach* memberikan penjelasan tentang wisata yang bersumber dari al-Qur'an berikut ini:

*A review of the verses of the Holy Quran shows that traveling and exploration have been emphasized at least in seven verses; 1. Studying the life of the people of the past (QS. 3: 137); 2. Studying the destiny of the people of the past (QS. 30:42); 3. Studying how prophets were raised (QS. 16: 36); 4. Studying the life of evildoers (QS. 6: 11); 5. Thinking about the creation; 6. Thinking about what happened to wrongdoers; 7. Visiting safe and prosperous towns (QS. 34: 11); 8. The Holy Quran calls people to travel and to learn lessons from what happened to the infidels and deniers of divine signs; 9. In general, it can be said that traveling helps people achieve theoretical and practical explanations and to reaffirm their faiths in the resurrection day. Traveling helps people learn from the past and prevents tyranny and oppression; and 10. Travelling improves sight, hearing, and inner knowledge and rescue people from inactivity and inanition.*

Pengertian wisata religi dikembangkan pula sebagai semua upaya pemasaran dan pengembangan produk yang diarahkan pada umat Islam, meskipun tidak terkait motivasi agama (Henderson, 2010), atau upaya yang menekankan pentingnya turis Muslim dan non-Muslim sebagai pasar baru dan tujuan untuk pariwisata (Ala Hamarneh, 2011); Dengan kata lain, *Islamic tourism* untuk mempromosikan pariwisata di kalangan umat Islam, mengembangkan tujuan wisata baru, dan memperkuat kerjasama antar organisasi dan antar-pemerintah di Dunia Islam.

*Islamic tourism can be defined as traveling activities of Muslims when moving from one place to another or when residing at one place outside their place of normal residence for a period less than one year and to engage in activities with Islamic motivations. It should be noted that Islamic activities must be in accordance with generally accepted principles of Islam; i.e. halal (Zamani Farahani and Anderson, 2010).*

Dari penjelasan diatas, maka indikator wisata syariah dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Konsep budaya dalam kaitannya dengan pariwisata Islam (situs budaya-agama Islam).

- b. Pariwisata identik dengan Muslim (tunduk pada kepatuhan dengan nilai-nilai Islam), meskipun dapat diperluas yang mencakup non Muslim.
- c. Wisata religi (ziarah dan kunjungan ke tempat-tempat suci di seluruh dunia Islam).
- d. Pariwisata Islam yaitu suatu pariwisata dengan dimensi moral baru yang didasarkan pada nilai-nilai yang dapat diterima, berdimensi etis dan memiliki standar transendental.
- e. Wisata Islam yaitu perjalanan yang bertujuan dengan motivasi “keselamatan” atau kegiatan yang berarti berasal dari motivasi Islam.
- f. Pariwisata Islam berfokus pada isu-isu seperti keterlibatan (Muslim), tempat (tujuan Islam), produk (daerah tempat tinggal, makanan, dan minuman), dimensi (ekonomi, budaya, agama, dll), dan pengelolaan proses pelayanan (pemasaran dan isu-isu etis). Motivasi dan niat yang sangat penting dalam Islam, karena mereka terkait dengan sikap dan tujuan mereka.

Dalam membangun pariwisata yang halal atau pariwisata islami maka perlu adanya kebijakan-kebijakan yang harus diterapkan dan dijalankan supaya wisata islami dapat di bangun dengan baik sesuai ketentuan syariat Islam sehingga wisatawan mendapat kenyamanan saat berwisata.

Undang-Undang RI Nomor 10.Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, bab I, pasal 3, dinyatakan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Kepariwisataan bertujuan untuk :

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c. menghapus kemiskinan;
- d. mengatasi pengangguran;
- e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. memajukan kebudayaan;
- g. mengangkat citra bangsa;
- h. memupuk rasa cinta tanah air;
- i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. mempererat persahabatan antarbangsa

Di samping itu, kepariwisataan diselenggarakan dengan prinsip-prinsip:

- a. menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
- b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;
- c. memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- d. memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
- e. memberdayakan masyarakat setempat;

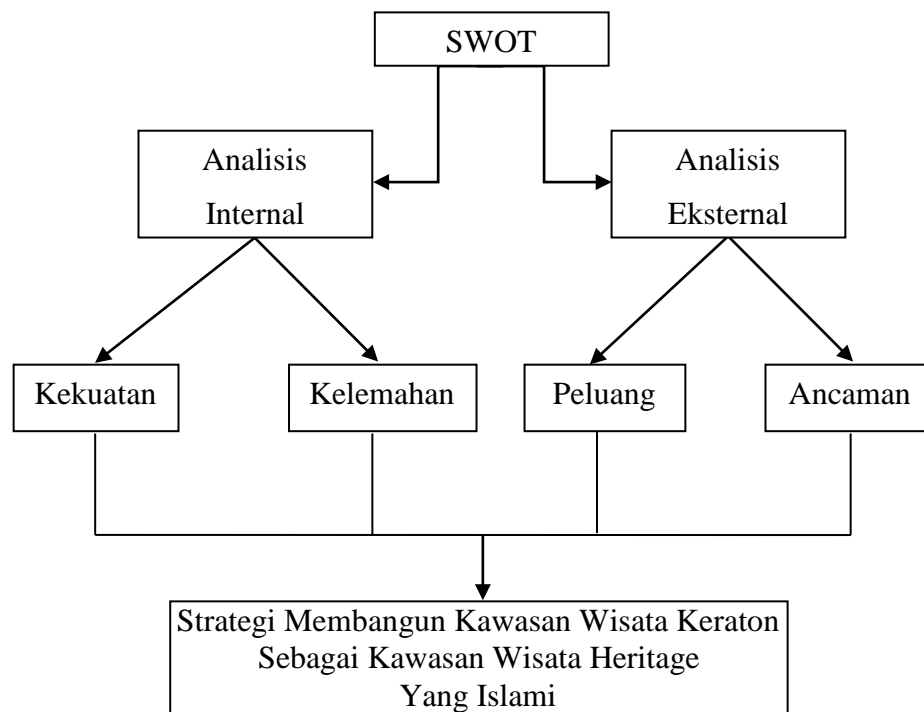
- f. menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan;
- g. mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
- h. memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (UU Pariwisata, Bab III, 2009).

Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandar meyakinkan bahwa pengembangan wisata syariah penting karena manfaatnya tidak hanya dapat dirasakan oleh wisatawan Muslim. Wisata syariah bersifat terbuka untuk semua orang. Kemenparekraf akan menggerakkan wisata syariah di hotel, restoran, serta spa. Diharapkan wisata syariah dapat menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang ramah untuk wisatawan Muslim dan memerlukan standarisasi. Ciri wisata islami antara lain ada paket-paket wisata syariah yang meliputi destinasi ramah wisatawan Muslim, serta hotel, restoran, dan spa yang halal (Kemenpar, 2012).

## **5. Analisis SWOT**

Proses membuat keputusan strategis merupakan proses yang paling penting untuk kesempurnaan dalam bidang pengurusan untuk semua organisasi. Proses membuat keputusan strategis bukan hanya wujud dalam bidang pengurusan tetapi juga dihadapi oleh setiap individu, baik keputusan tentang diri sendiri, keluarga di rumah dan di tempat kerja.

Salah satu langkah dalam pengambilan keputusan strategis yaitu dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Dalam perkembangannya saat ini analisis SWOT, banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis (Strategic Business Planning) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan (Rangkuti, 2006).



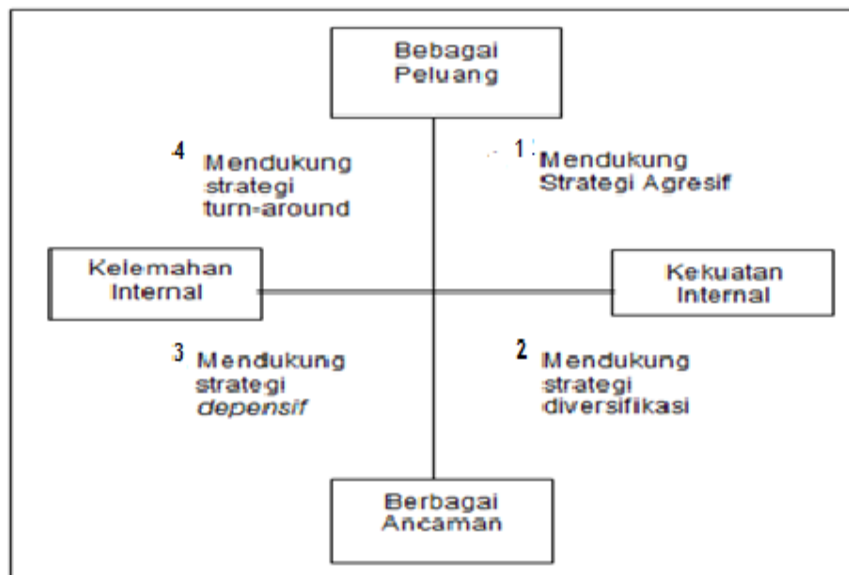
**DIAGRAM 2.1**  
**Proses Pengambilan Keputusan Strategis**

Analisis SWOT merupakan identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan alternatif setrategi. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan



keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan dan strategi, serta kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2006).

Tahapan dari proses pengambilan keputusan strategis dimulai dari, pertama yaitu kegiatan evaluasi yang terdiri (a) evaluasi kinerja saat ini dan (b) evaluasi misi, tujuan dan kebijakan. Kedua analisis budaya manajer (manajemen puncak). Ketiga analisis lingkungan eksternal. Keempat analisis lingkungan internal. Kelima kegiatan analisis terhadap (a) faktor strategis SWOT meliputi pemilihan faktor strategis (peluang, ancaman) dan pemilihan faktor strategis (Kekuatan, kelemahan), (b) evaluasi review (misi, tujuan, strategi). Keenam memilih alternatif terbaik. Ketujuh implementasi strategi. Kedelapan adalah evaluasi dan pengendalian (Rangkuti, 2006). Gambaran tentang analisis SWOT yang terbagi menjadi 4 (empat) kuadran dengan masing-masing alternatif strategi tampak pada Gambar 2.2.



**Gambar 2.2**  
Diagram Analisis SWOT

Keterangan masing-masing kuadran diagram analisis SWOT

sebagai berikut:

- Kuadran 1 : merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).
- Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, kita ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strateginya adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi.
- Kuadran 3 : Posisi ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan. menghadapi berbagai ancaman eksternal dan kelemahan internal

Kuadaran 4 : Kondisi yang dihadapi adalah peluang yang sangat besar, tetapi dilain pihak, menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal (Rangkuti, 2006).

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya baik dalam bentuk penelitian biasa, skripsi, tesis dan jurnal yang masih memiliki hubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dengan demikian, penelitian sebelumnya dapat mendasari pemikiran penulis dalam menyusun skripsi. Adapun penelitiannya sebagai berikut :

1. Abdul Wahid (2015), menyimpulkan bahwa: 1) Faktor pendorong pengembangan wisata islami adalah sumber daya alam, Lombok sebagai wisata halal dunia, aksesibilitas dan konektivitas yang mudah, kemudahan promosi, kelengkapan sarana ibadah, wisata murah, dan dukungan pemerintah. Sedangkan faktor penghambat adalah minimnya infrastruktur, kekurangan modal, rendahnya SDM, tingkat keamanan, serta manajemen pengelolaan kurang baik; 2) Strategi prioritas dalam pengembangan wisata islami berdasarkan analisis SWOT adalah dengan peningkatan dan perbaikan infrastruktur, peningkatan fungsi objek wisata, perluasan jaringan dan promosi, mendorong investasi, peningkatan kualitas SDM, memperbaiki informasi pariwisata, mempertahankan image kawasan, melakukan penelitian, evaluasi, pengembangan berkelanjutan, penataan keragaman budaya, peningkatan pemberdayaan masyarakat; 3) Potensi kunjungan wisatawan pada tahun ke tahun akan mengalami perkembangan yang cukup pesat bahkan diperkirakan mendekati angka tiga juta kunjungan pada tahun 2020.

2. Jaelani (2014), Pengembangan wisata islami merupakan usaha untuk meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak hotel dan restoran, dan sekaligus meningkatkan aktivitas ekonomi di daerah tersebut. Pengembangan wisata islami memerlukan fungsi pengelolaan yang kreatif dan inovatif berdasarkan atas perencanaan yang matang, pelaksanaan yang konsisten, dan evaluasi yang terukur dan konstruktif. Pembangunan wisata islami dilakukan secara terintegrasi dan holistik yang akan mewujudkan kepuasan semua pihak. Perlunya integrasi aspek-aspek terkait yang terdiri dari aspek daya tarik destinasi, aspek transportasi atau aksesibilitas, aspek fasilitas utama dan pendukung, dan aspek kelembagaan. Dalam pengelolaan daerah sebagai pusat wisata maka diperlukan penataan sentra bisnis masyarakat lokal yang mestinya dapat digalakkan, penataan penginapan, hotel, dan sejenisnya yang diarahkan pada pada area sub urban atau pinggiran kota untuk mengurangi kekroditan kota, dan penataan daerah atraksi wisata baik yang given/alamiah maupun man-made/buatan yang dapat diarahkan pada kawasan rural atau countryside.
3. Dini Andrani, dkk (2015), Kondisi pariwisata syariah di Indonesia masih belum maksimal. Padahal jika digarap lebih serius, potensi pengembangan wisata syariah di Indonesia sangat besar. Belum banyak biro perjalanan yang mengemas perjalanan *inbound* dengan paket *halal travel*, tetapi lebih banyak pengemasan perjalanan *outbound* seperti umrah dan haji. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan potensi destinasi

wisata syariah di Indonesia, menganalisis kesiapan masing-masing destinasi wisata melalui persepsi pelaku usaha wisata dan wisatawan dalam mengembangkan wisata syariah di Indonesia, dan menghasilkan strategi yang tepat untuk mengembangkan wisata syariah sesuai karakteristik destinasi wisata di Indonesia. Pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui FGD, wawancara mendalam dan penyebaran kuesioner terhadap 100 orang wisatawan di Aceh dan Manado. Berdasarkan hasil kajian ini, Aceh sudah cukup optimal mencanangkan wisata syariah dalam produk wisatanya namun masih memerlukan beberapa perbaikan atau strategi dalam menggaet wisman Malaysia sebagai market utamanya. Sementara, Manado ditemukan belum optimal atau belum siap dalam pengembangan wisata syariah dan masih cukup banyak yang harus disiapkan jika akan mengembangkan wisata syariah.