

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, yang bersifat sementara dan dilakukan oleh perorangan atau kelompok, sebagai bentuk usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan sekitar dalam dimensi sosial, budaya, ilmu dan alam. Secara singkat pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Yuliani, 2013)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan dan di sediakan oleh masyarakat, pemerintah, pengusaha, dan juga pemerintah daerah. Kepariwisataan merupakan seluruh kegiatan mengenai 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, pengusaha, dan pemerintah daerah.

Pariwisata merupakan aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar dan juga mendapatkan pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam negeri atau di luar negeri, yaitu 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 (Oka, 2008)

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

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

Pariwisata untuk menikmati perjalanan merupakan salah satu jenis pariwisata yang dilakukan seseorang atau kelompok dengan cara meninggalkan tempat tinggalnya yang bertujuan untuk mengetahui suatu tempat atau daerah wisata baru dalam mengisi waktu liburan guna menghilangkan pikiran yang penat dari kegiatan atau rutinitas sehari-hari.

b. Pariwisata Untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang sedang berlibur dengan tujuan untuk memulihkan kesehatan jasmani serta rohani.

c. Pariwisata Untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang sedang berlibur dengan tujuan untuk mengetahui sesuatu yang baru, seperti mempelajari sejarah, seni budaya, adat-istiadat, dan lain-lain.

d. Pariwisata Untuk Olahraga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan jiwa yang sehat serta kuat. Pariwisata ini dibagi menjadi dua kategori yaitu:

- 1) Big Sports Event, merupakan jenis pariwisata yang dilakukan karena adanya peristiwa olahraga besar, seperti Olimpiade, Asian Games, World Cup.
 - 2) Sports Tourism of the Practitioner, merupakan jenis pariwisata olahraga yang dilakukan oleh orang-orang karena atas dasar kemauan sendiri untuk berlatih serta mempraktekannya sendiri, seperti sepak bola, basket, dan lain-lain.
- e. Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)
- Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang karena adanya urusan pekerjaan di suatu daerah ataupun suatu negara. Umumnya hal ini dilakukan oleh para pengusaha atau industrialis.
- f. Pariwisata Untuk Berkonvensi (*Convenetion Tourism*)
- Jenis pariwisata ini dilakukan untuk mengikuti acara atau kegiatan seperti seminar internasional, konferensi, pameran, dan lain-lain.

Pada dasarnya pariwisata merupakan salah satu bagian yang selalu berkaitan dengan kehidupan manusia terlebih dalam kegiatan sosial dan ekonomi. Berawal dari kegiatan yang hanya dinikmati oleh orang-orang kaya saja, kini telah menjadi bagian dari hak asasi manusia. Hal seperti ini tidak hanya dialami oleh negara maju saja, akan tetapi negara berkembang juga dapat merasakannya. Indonesia yang merupakan negara berkembang kini berusaha membangun industri pariwisata sebagai wujud untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Dengan cara seperti ini diharapkan pemasukan devisa untuk negara dapat bertambah serta mampu meningkat dengan cepat (Sitorus, 2008)

2. Strategi Pengembangan

Strategi adalah alat untuk mencapai suatu tujuan tertentu dari suatu perusahaan yang berkaitan dengan tujuan dalam jangka panjang dan prioritas dari alokasi sumber yang ada. Strategi merupakan suatu rencana dari suatu tindakan organisasi dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Amirullah, 2004)

Menurut (Rangkuti, 2006) strategi itu di kategorikan ada 3 macam, diantaranya yaitu :

a. Strategi Manajemen

Merupakan strategi yang dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, seperti strategi pengembangan produk, strategi akuisi, strategi penetapan harga, dan lain sebagainya.

b. Strategi Investasi

Merupakan strategi yang berorientasi pada investasi, seperti strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru, strategi diinvestasi, dan lain sebagainya.

c. Strategi bisnis

Merupakan strategi yang berorientasi kepada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, seperti strategi pemasaran, strategi produksi, strategi organisasi, dan lain sebagainya.

Pengembangan merupakan suatu usaha menuju kearah yang lebih baik, yang berarti ada perubahan dan pertumbuhan. Perubahan itu bisa dalam arti kualitas dan kuantitas dalam konteks pariwisata secara kualitas

berarti meningkatkan objek wisata dan peningkatan mutu pelayanan, sedangkan secara kuantitas berarti perluasan penganekaragaman objek wisata serta akomodasi lainnya. Pengembangan pariwisata di suatu daerah memiliki tujuan yang sangat berkaitan dengan pembangunan perekonomian daerah tersebut. Pengembangan pariwisata di suatu daerah selalu akan diperhitungkan tidak hanya mempertimbangkan kenyamanan wisatawannya namun juga masyarakat di sekitar kawasan wisata tersebut. Jika pengembangan pariwisata di suatu kawasan yang menjadi tujuan wisata baik maka akan menjadi daya tarik sendiri untuk menarik pengunjung yang tentu saja dapat memberi keuntungan dan manfaat tidak hanya untuk para wisatawan namun juga untuk masyarakat serta pemerintah.

Alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau dalam ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Dengan kata lain, pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat (Oka, 2008). Sesuai dengan instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 pasal 2, bahwa tujuan pengembangan kepariwisataan adalah :

- a. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan Negara pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan.

- b. Memperkenalkan dan memperdayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
 - c. Meningkatkan persaudaraan atau persahabatan nasional dan internasional (Kurniawati, 2017)
3. Teori Pariwisata Syariah/Islami

Pariwisata syariah merupakan suatu kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas dan juga layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, serta pemerintah daerah yang telah memenuhi syariat islam (Kemenpar, 2012). Fasilitas dan layanan yang disediakan ini tidak bertentangan dengan syariat Islam, sehingga harapannya masyarakat muslim dengan leluasa dapat menikmati fasilitas serta layanan yang telah disediakan oleh masyarakat.

Pariwisata syariah Menurut Munirah adalah suatu permintaan wisata yang didasari oleh gaya hidup wisatawan muslim. Pariwisata syariah juga termasuk pariwisata yang rasional, fleksibel, dan sederhana. Tujuan dari pariwisata ini yaitu agar para wisatawan dapat termotivasi untuk memperoleh kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT (Dharma, 2017)

Definisi pariwisata syariah itu lebih luas artinya dibandingkan dengan wisata religi, yaitu wisata yang didasarkan sesuai ajaran dan nilai-nilai syariat Islam. *World Tourism Organization* (WTO) menyampaikan bahwa pada dasarnya konsumen wisata syariah itu tidak hanya umat muslim akan tetapi juga konsumen yang non muslim.

Menurut Sofyan pariwisata syariah juga memiliki kriteria umum yaitu pertama, berorientasi pada kemaslahatan umat. Kedua, berorientasi kepada pencerahan, penyegaran, serta ketengan. Ketiga, mampu menghindari kemusyrikan dan khurafat. Keempat, terbebaskan oleh maksiat. Kelima, mampu menjaga keamanan serta kenyamanan. Keenam, mampu menjaga kelestarian alam dan lingkungan. Ketujuh, mampu menghormati dan menghargai kearifan lokal dan nilai-nilai sosial dan budaya (Andriani dkk, 2015)

Menurut Chookaew (2015) terdapat delapan faktor yang mempengaruhi standar pengukuran pariwisata syariah berdasarkan segi administrasi dan pengelolaannya untuk para wisatawan, hal tersebut mampu menjadikan suatu karakteristik tersendiri, yaitu:

- a. Pelayanan kepada para wisatawan harus sesuai dengan prinsip Islam secara keseluruhan
- b. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati ajaran dan prinsip-prinsip Islam
- c. Mengatur segala 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. Adanya tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim untuk melakukan kegiatan keagamaan

Berdasarkan penjelasan karakteristik yang dijelaskan oleh Chookaew (2015) terdapat aspek-aspek penting yang harus diperhatikan dalam menunjang suatu pariwisata syariah, yaitu:

- a. Lokasi: Lokasi pariwisata yang diperbolehkan dalam kaidah Islam dan mampu meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
- b. Transportasi: Sistem yang diterapkan sesuai syariah Islam, seperti tempat duduk antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahramnya harus terpisah, sehingga akan menjaga kenyamanan para wisatawan
- c. Konsumsi: Dari segi kehalalan konsumsi, pastinya Islam sangat memperhatikan hal tersebut, yakni telah tertuang didalam Q.S Al-Maidah ayat 3. Halal yang dimaksud yaitu baik dari sifat, perolehan, dan pengolahannya. Suatu penelitian telah menunjukkan bahwa wisatawan mempunyai minat yang cukup besar dalam makanan serta dalam memilih tujuan wisata
- d. Hotel: Keseluruhan dari proses kerja dan fasilitas yang disediakan oleh hotel harus berjalan sesuai dengan syariah Islam. Pelayanan hotel yang dimaksud tidak hanya sebatas makanan atau minuman saja, tetapi fasilitas lainnya seperti kolam renang, spa, gym, ruang tamu untuk lelaki dan perempuan akan lebih baik jika terpisah (Chookaew, 2015)

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

Tabel 2.1
Perbandingan Wisata Konvensional dengan Wisata Religi dan Wisata Syariah

Peneliti	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
Dini Andriani, dkk, 2015	Objek	Alam, budaya, heritage, kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritualitas	Meningkatkan spirit religiuitas dengan cara menghibur
	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Semata-mata hanya mencari ketentraman batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatwan terhadap 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 dakehidupan manusia.
	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi bagian paket hiburan
	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal

	Relasi dengan Masyarakat di Lingkungan Objek Wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer , semata-mata mengejar keuntungan	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip-prinsip syariah
	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperhatikan waktu

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwasannya wisata syariah merupakan wisata yang lengkap, hal ini karena di dalamnya mencakup wisata konvensional juga wisata religi. Bukan itu saja, wisata syariah juga merupakan wisata yang paling kompleks dibandingkan dengan wisata religi dan wisata konvensional, hal ini karena wisata syariah lebih menekankan pada produk-produk yang halal serta sesuai dengan syariah Islam.

4. Konsep dan Kebijakan Pariwisata Syariah di Indonesia

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, serta pemerintah daerah. Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan untuk rekreasi, pengembangan diri, atau untuk mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berkaitan 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, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009).

Menurut Tajzadeh Namin A.A. (2013) dalam Value Creation in Tourism : An Islamic Approach menjelaskan tentang wisata yang bersumber dari al-Qur'an, yaitu 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 (Q.S 3; 137); 2. Studying the destiny of the people of the past (Q.S. 30;42); 3. Studying how prophets were raised (Q.S. 16: 36); 4. Studying the life of evildoers (Q.S. 6;11); 5. Thinking about the creation; 6, Thinking about what happened to wrongdoers; 7.

Visiting safe and prosperous towns (Q.S 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 travelling helps people achieve theoretical and practical explanations and to reaffirm their faiths in the resurrection day. Travelling 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.

Menurut Henderson pengertian wisata religi dapat dikembangkan sebagai upaya pemasaran dan pengembangan produk yang diarahkan pada umat Islam, meskipun hal ini tidak terkait dengan motivasi agama. Begitu

juga menurut Ala Hamarneh mengatakan bahwa turis muslim dan non-muslim itu sangat penting dan mempunyai pengaruh besar sebagai pasar baru dan tujuan untuk pariwisata, hal tersebut berarti bahwa *Islamic tourism* mempunyai tujuan untuk mempromosikan pariwisata di kalangan umat muslim, mengembangkan tujuan wisata baru, serta memperkuat hubungan atau kerjasama antara organisasi dengan pemerintah di dunia islam. (Jaelani, 2014)

Islamic tourism can be defined as travelling 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 (Anwar, 2017)

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa wisata syariah memiliki beberapa indikator, diantaranya:

- a. Konsep budaya yang berkaitan dengan pariwisata Islam, seperti situs budaya agama Islam.
- b. Pariwisata identik dengan kebudayaan Muslim (mematuhi aturan sesuai nilai-nilai Islam), meskipun hal tersebut dapat diperluas dan juga mencakup wisatawan non-Muslim.
- c. Wisata religi, seperti berziarah dan mengunjungi tempat-tempat suci yang ada di dunia Islam.

- d. Pariwisata Islam merupakan pariwisata yang terbentuk dengan dimensi moral baru dan didasarkan pada ajaran serta nilai-nilai Islam yang dapat diterima oleh semua orang, memiliki dimensi etis, dan memiliki standar transendental.
 - e. Wisata Islam adalah suatu perjalanan yang memiliki tujuan dengan motivasi keselamatan atau dapat dikatakan suatu kegiatan yang berasal dari motivasi Islam.
 - f. Pariwisata Islam lebih fokus terhadap isu-isu seperti keterlibatan (Muslim), tempat (tujuan Islam), produk (daerah tempat tinggal, makanan, minuman), dimensi (ekonomi, agama, budaya, dll), serta pengelolaan dalam proses pelayanan (promosi dan isu-isu etis), niat dan motivasi yang terpenting dalam Islam, karena kedua hal tersebut berkaitan dengan sikap dan tujuan mereka.
5. Teori Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler dan Keller kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi merek. Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “satis” yang maknanya cukup baik atau memadai. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Ratnasari, 2013)

Menurut Sunarto kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan amat puas. Menurut P.J. Johnson

kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan (Kalebos, 2016)

Menurut Fandy Tjiptono kualitas jasa ditentukan oleh lima dimensi, yaitu:

- a. Bukti Langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

6. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martila dan James (1977) yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal juga sebagai *Quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu dan Everett, 2000). Secara umum metode IPA dapat diterima oleh masyarakat dan dapat dipergunakan dalam berbagai

bidang kajian karena kemudahannya dalam menampilkan dan menerapkan hasil analisa yang mempermudah usulan perbaikan kinerja (Arifin, 2018)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu identifikasi area perbaikan jasa/pelayanan suatu perusahaan. Metode ini memiliki banyak manfaat seperti mempermudah dalam membuat keputusan untuk dapat mengidentifikasi area-area pelayanan beserta sumber daya yang perlu di konsentrasikan. Metode Analisis IPA dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan yang berguna untuk pengembangan kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif dan juga sesuai dengan di masa yang akan datang.

Dengan menggunakan metode IPA ini, diharapkan setiap perusahaan mampu menangkap persepsi yang lebih jelas lagi akan pentingnya suatu variabel dimata para pelanggan atau konsumen. Setelah itu akan diperoleh hubungan antara tingkat kepentingan variabel pelayanan (*importance*) dengan kenyataan pelayanan perusahaan yang dirasakan oleh para pelanggan atau konsumen yang ada di lapangan (*performance*). Penilaian dalam hubungan diantara keduanya dapat diidentifikasi berdasarkan posisi matriks *Importance* dan *Performance*. Pada sumbu X merupakan nilai rata-rata performa pelayanan dan pada sumbu Y merupakan nilai rata-rata tingkat kepentingan pelayanan.

Keterangan dari masing-masing kuadran diagram analisis IPA yaitu sebagai berikut:

a. Kuadran A

Pada kuadran ini artinya prioritas yang tinggi atau pertama, yaitu variabel yang termasuk dalam kuadran ini mempunyai prioritas utama untuk diperbaiki karena variabel yang berada pada kuadran ini mempunyai nilai kepentingan yang tinggi untuk diperbaiki agar memperoleh kenyamanan untuk masyarakat.

b. Kuadran B

Pada kuadran ini artinya prioritas prestasi, yaitu memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang diharapkannya sehingga tingkat kepuasannya relative lebih tinggi. Kinerja variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk tersebut/jasa tersebut unggul dimata pelanggan.

c. Kuadran C

Pada Kuadran ini artinya prioritas rendah, artinya pada wilayah ini memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan sesuai dengan kenyataannya bahwa kinerjanya tidak terlalu istimewa. Efektifitas variabel-variabel yang ada pada kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali oleh perusahaan karena memiliki pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan tidak signifikan.

d. Kuadran D

Merupakan kudaran dengan skala berlebihan, maksud dari skala berlebihan kerana variabel pada kuadran D dianggap tidak penting

oleh pengunjung. Pada kuadran ini artinya skala berlebihan, artinya skala berlebihan karena variabel pada kuadran D dianggap tidak penting oleh pengunjung, namun dilakukan dengan sangat baik oleh pengelola.

7. Analisis SOAR

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

Strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi merupakan tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi dan juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi oleh perusahaan (Rangkuti, 2006). Salah satu langkah dalam mengambil suatu keputusan strategis yaitu dengan menggunakan teknik analisis SOAR. Saat ini analisis SOAR telah banyak digunakan dalam penyusunan perencanaan strategi (*Strategic Thinking dan Planning*) yang berfokus pada pemanfaatan dan peningkatan kekuatan organisasi sehingga akan tumbuh menjadi organisasi yang berhasil. Analisis yang menjadi antitesa SWOT ini merupakan pendekatan yang sangat positif untuk perencanaan dan pemikiran strategis yang memperkenankan organisasi

untuk membangun masa depan melalui kolaborasi, pemahaman yang dibagikan dan bahkan komitmen untuk aksi atau tindakan. Sehingga hal ini memungkinkan untuk memberikan kerangka kerja *appreciative inquiry* untuk proses *strategic planning*, dari penciptaan sampai pada implementasi program.

Analisis SOAR (*Stength, Opportunities, Aspiration, Results*) adalah sebuah pendekatan yang inovatif serta berbasiskan pada kekuatan (*strength-based approach*) terhadap perencanaan strategis. SOAR dapat membuat kita lebih memfokuskan diri kepada hal yang paling penting, yaitu masa depan organisasi. Dalam kerangka kerja SOAR, sebanyak mungkin *stakeholder* dilibatkan, yang didasarkan pada integritas para anggotanya. Masalah integritas menjadi sangat penting karena para *stakeholder* harus menyadari asumsi-asumsi yang menjadi dasar penggerak bagi para pemimpin organisasi. Model SOAR mengubah analisis SWOT yang sudah sangat mapan, dalam hal faktor-faktor kekurangan (*weakness*) internal organisasi serta ancaman (*threats*) eksternal yang dihadapinya ke dalam faktor-faktor aspirasi (*aspiration*) yang dimiliki perusahaan serta hasil (*results*) terukur yang ingin dicapai.

Tahapan analisis SOAR bagi perencanaan strategis dimulai dengan fase *initiate* (kepuasan untuk memilih SOAR) kemudian dilanjutkan dengan fase yang kedua yaitu penyelidikan (*inquiry*) yang menggunakan pertanyaan positif guna mempelajari nilai-nilai inti, visi, kekuatan, dan peluang potensial. Dalam fase ini pandangan-pandangan dari setiap anggota organisasi dihargai. Penyelidikan juga dilakukan guna memahami

secara utuh nilai-nilai yang dimiliki oleh para anggota organisasi serta hal-hal terbaik yang pernah terjadi masa lalu.

Selanjutnya anggota organisasi dibawa masuk kedalam fase ketiga yaitu imajinasi, memanfaatkan waktu untuk “bermimpi” dan merancang masa depan yang diharapkan. Dalam fase ini, nilai-nilai diperkuat, visi dan misi diciptakan. Sasaran jangka panjang dan alternatif strategis dan rekomendasi diumumkan. Fase selanjutnya adalah fase ke empat yaitu inovasi, yaitu dimulainya perancangan sasaran jangka pendek, rencana taktikal dan fungsional, program, sistem, dan struktur yang terintegrasi untuk mencapai tujuan masa depan yang diharapkan.

Guna tercapainya hasil terbaik yang terukur, anggota harus diberikan inspirasi melalui sistem pengakuan dan penghargaan (Indrayani, 2013). Gambaran tentang analisis SOAR yang terbagi menjadi 2 kondisi dengan masing-masing alternative strategi tampak pada Gambar 2.1.

	Kondisi Internal	Kondisi Eksternal
Strategic Inquiry (Kondisi Sekrang)	Strength Apa sajakah aset terbaik yang dimiliki lembaga?	Opportunities Peluang pasar apa saja yang memungkinkan?
Appreciative Intent (Kondisi Masa Depan)	Aspiration Apa masa depan yang menjadi pilihan kita?	Results Apa dampak dari hasil yang terukur? SMART (Spesifik, Mearusable, Acceptable, Reasonable, Time Bond.

Sumber: (Darfison, 2016)

Gambar 2.1
Diagram Analisis SOAR

Diagram diatas menggambarkan 2 kondisi yaitu:

1. *Strategic Planning Focus*: perencanaan yang dilakukan focus berdasarkan hasil tabel Strength dan Opportunities. Berdasarkan kondisi dari perusahaan atau organisasi.
2. *Human Development Strategy*: perencanaan yang focus berdasarkan hasil tabel Aspiration dan Results. Bersumber dari semua elemen stakeholder (personal) perusahaan atau organisasi.

B. Penelitian Terdahulu

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

Penelitian Jaelani (2014) yang berjudul Pengembangan Wisata Syariah di Cirebon: Study Heritage Tourism Perspektif Ekonomi Islam menyatakan bahwa pengembangan wisata alami merupakan suatu 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 holistic 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, serta 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 area sub urban atau pinggiran kota untuk mengurangi kekroditan kota, dan penataan daerah atraksi wisata baik yang given atau alamiah maupun man-made atau buatan yang dapat diarahkan pada kawasan rural atau countryside.

Menurut Andriani dkk, (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Pengembangan Wisata Syariah menyatakan bahwa 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 untuk 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 kuisisioner 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.

Menurut penelitian (Alim, 2015) dkk, Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Pariwisata syariah masih dimaknai sebagai wisata rohani. Pemahaman seperti ini diakibatkan oleh pencerdasan pariwisata syariah. Padahal potensi pariwisata syariah semakin baik dengan tingkat pemahaman masyarakat yang lebih memilih pariwisata syariah. Dalam pengembangan pariwisata syariah, industri kreatif dapat memberikan ide terkait pelaksanaan perencanaan, publikasi, program, dan destinasi wisata yang ada sehingga menambah nilai jual pariwisata syariah. Oleh karena itu rekonstruksi pariwisata syariah dalam bentuk pedoman wisata syariah diperlukan untuk memperjelas pelaksanaan wisata syariah sehingga pariwisata syariah akan berkembang lebih baik.

Dalam Penelitian (Wahid, 2015) yang berjudul Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami, hasil dan pembahasan yang diperoleh dalam penelitian tersebut yaitu: 1) Faktor pendorong atau pendukung wisata islami di Nusa Tenggara Barat adalah sumber daya alam yang asri, wisata Lombok sebagai wisata yang halal dunia, aksesibilitas dan konektivitas yang mudah, kemudahan promosi, sarana ibadah yang lengkap, harga wisata yang murah. 2) Strategi pariwisata dalam pengembangan wisata islami di Nusa Tenggara Barat berdasarkan Analisis SWOT adalah dengan peningkatan dan perbaikan infrastruktur, memanfaatkan

objek-objek wisata yang asri, memperluas jaringan dan promosi, mendorong investasi sektor pariwisata dan peningkatan pemberdayaan masyarakat. 3) Potensi kunjungan dan retribusi sektor pariwisata di Nusa Tenggara Barat pada tahun ke tahun akan mengalami perkembangan yang cukup pesat, bahkan di perkirakan mendekati angka tiga juta kunjungan pada tahun 2020.

Dalam penelitian (Anwar, 2017) yang berjudul Strategi Membangun Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta Sebagai Kawasan Heritage Yang Islami bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam pengembangan pariwisata islami di Kawasan Keraton Yogyakarta, mengidentifikasi faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam pengembangan pariwisata islami di Kawasan Keraton Yogyakarta dan mendeskripsikan strategi pengembangan pariwisata islami yang sesuai untuk dilakukan dalam pengembangan wisata islami di Kawasan Keraton Yogyakarta dengan metode IPA. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan pengambilan sampel secara random sampling, obyek penelitian pada pengambilan sampel pada penelitian ini meliputi pengunjung dan masyarakat sekitar Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan analisis SWOT. Hasil dari penelitian adalah strategi pengembangan wisata syari'ah dengan memperbaiki fasilitas penunjang untuk beribadah pengunjung yang beragama Islam, dan kebersihan tempat beribadah pengunjung yang beragam Islam, hal tersebut dianggap penting karena pada pembangunan wisata berbasis syariah harus memperhatikan kebersihan dan kemudahan pengunjung untuk beribadah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti (Bhuiyan M. H., 2011) yang berjudul *Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data kedatangan wisatawan internasional dan domestik untuk wilayah ekonomi Malaysia dan kawasan pantai timur. Dalam penelitian ini, kesimpulan yang diperoleh yaitu bahwa ada banyaknya peluang untuk mengembangkan pariwisata Islam di kawasan Ekonomi Pantai Timur dan banyaknya keindahan alam, warisan budaya dan arkeologi yang masih dijaga dan dilestarikan, peradaban bersejarah, dan failitas seperti tempat-tempat keagamaan yang memadai dan hal tersebut yang merupakan sebagai tujuan wisata potensial. Menurut peneliti bahwa berbagai organisasi termasuk Organisasi Konferensi Islam dapat memainkan peran penting dalam hal mengembangkan pariwisata Islam. Jika Malaysia mengembangkan pariwisata Islam di Kawasan Ekonomi Pantai Timur, generasi yang akan datang akan mengetahui warisan Islam yang mulia serta dapat mempengaruhi keberlanjutan ekonomi negara.

Dalam penelitian Shafaei dan Mohamed (2015) yang berjudul *Malaysia's branding as an Islamic tourism hub: An assessment*, yaitu bahwa Malaysia berusaha menjadi tujuan wisata Islam yang populer di dunia karena lingkungan asalnya, hal ini berhubungan dengan Malaysia yang telah tercatat sebagai negara Islam yang serius dalam membangun konsep halal untuk produk keuangan maupun layanan. Sebagai langkah lebih maju, hal ini mencakup konsep baru seperti pariwisata islami dan halal dalam beberapa tahun terakhir. Menurut penelitian ini, meskipun Malaysia memiliki potensi

untuk memajukan industri pariwisata dan perhotelan syariah sehubungan dengan seni, warisan budaya yang unik, dan budaya Muslim Melayu, evaluasi terhadap upaya strategi pemasaran semacam itu jarang dilakukan. Penelitian ini menguraikan upaya pemasaran Malaysia dalam menjadikan dirinya sebagai pusat pariwisata Islam. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT yang digunakan untuk meringkas faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam merek sendiri sebagai tujuan Islam.

Selanjutnya dalam penelitian (Domo, 2017) yang berjudul Analisis dan Kesesuaian daya Dukung Kawasan Wisata Pantai (Studi Pantai Indah Sergang Laut di Pulau Singkep) memperoleh hasil bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian pariwisata dan daya dukung daerah serta merumuskan strategi pengelolaan kawasan wisata. Penelitian ini menggunakan metode survei dan analisis deskriptif. Data primer dikumpulkan melalui pengukuran langsung dan wawancara menggunakan kuesioner. Dari analisis SOAR, ada tiga strategi alternatif untuk mengembangkan obyek wisata ini, yaitu (a) mengoptimalkan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat untuk mewujudkan pengelolaan pariwisata lestari, (b) memperkuat daya tarik wisata yang ada untuk meningkatkan daya saing dalam menarik wisatawan dan segmen yang lebih luas. pasar, dan (c) pengembangan kemitraan pariwisata untuk meningkatkan kualitas dan peningkatan ekonomi pariwisata dalam mendukung pembangunan daerah. Oleh karena itu, koordinasi yang baik antar pemangku kepentingan terkait penerapan strategi alternatif telah dirumuskan untuk mewujudkan pengelolaan pariwisata lestari.

Penelitian (Kurniawati, 2017) yang berjudul Strategi Pengembangan Kawasan Pantai Kartini Sebagai Kawasan Wisata Islami menjelaskan bahwa Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan kawasan pantai kartini sebagai kawasan wisata islami di kabupaten Jepara dengan melihat permasalahan yang ada dilokasi kawasan wisata pantai kartini tersebut sehingga dapat dibuat suatu penyelesaian dengan metode penelitian yang digunakan. Data yang dikumpulkan berdasarkan observasi, wawancara, dan kuisisioner. Objek dalam penelitian dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pengunjung dan masyarakat sekitar kawasan wisata pantai Kartini. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapat dari instansi terkait dan data primer sebanyak 100 responden dengan pengambilan sampel secara random sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis*, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata islami dipantai Kartini yaitu melakukan promosi pantai kartini sebagai icon pariwisata islami di Jepara dan menjaga kebersihan tempat beribadah serta meningkatkan fasilitas yang berada dikawasan wisata pantai Kartini agar para pengunjung dapat merasakan kenyamanan ketika beribadah karena dalam islam kebersihan merupakan salah satu sebagian dari iman.

Dalam penelitian (Bhuiyan M. H., 2013) yang berjudul *Tourism Development in Malaysia from the Perspective of Development Plans*. Studi ini membahas inisiatif peningkatan pariwisata dalam rencana pembangunan Malaysia. Penelitian ini membahas Rencana Kesembilan Malaysia dan Rencana Kesepuluh Malaysia, Program Transformasi Ekonomi (ETP),

Kebijakan Pariwisata Nasional (NTP), *National Physical Plan* (NPP), dan Agenda Lokal 21 (LA 21) untuk menemukan perspektif pengembangan pariwisata di Malaysia. Studi tersebut mengungkapkan bahwa kedatangan turis asing dan pengeluaran turis berdasarkan per kapita meningkat dari tahun ke tahun. Pengembangan pariwisata merupakan salah satu elemen kunci bagi setiap rencana pembangunan di Malaysia. Pemerintah telah memberikan perhatian khusus pada sektor pariwisata selama setiap periode rencana. Pemerintah mengadopsi dan merumuskan berbagai peraturan perundang-undangan untuk memastikan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan serta menerapkan kebijakan yang diperlukan. Akhirnya Malaysia telah menargetkan untuk menetapkan satu tempat di 10 negara teratas di dunia dalam hal kedatangan wisatawan internasional melalui berbagai rencana pembangunan.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun dan Judul	Metode Analisis	Kesimpulan
1.	Jaelani (2014) Pengembangan Wisata Syariah di Cirebon: Study Heritage Tourism Perspektif Ekonomi Islam	1. Metode Analisis SWOT	<p>Pembangunan wisata islami dilakukan secara terintegrasi dan holistic yang akan mewujudkan kepuasan semua pihak. Pelunya integrasi aspek-aspek terkait yang terdiri dari aspek daya tarik destinasi, aspek transportasi atau aksesibilitas, aspek fasilitas utama dan pendukung, serta aspek kelembagaan.</p> <p>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 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.</p>
2.	Andriani, dkk (2015) Pengembangan Wisata Syariah	1. Metode Analisis SWOT	<p>Berdasarkan hasil kajian ini, Aceh sudah cukup optimal mencanangkan wisata syariah dalam produk wisatanya namun masih memerlukan bebrapa 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.</p>

3.	Alim, dkk (2015) Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta.	1. Metode Analisis SWOT	Dalam pengembangan pariwisata syariah, industri kreatif dapat memberikan ide terkait pelaksanaan perencanaan, publikasi, program, dan destinasi wisata yang ada sehingga menambah nilai jual pariwisata syariah. Oleh karena itu rekonstruksi pariwisata syariah dalam bentuk pedoman wisata syariah diperlukan untuk memperjelas pelaksanaan wisata syariah sehingga pariwisata syariah akan berkembang lebih baik.
4.	Wahid (2015) Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami	1. Metode Analisis SWOT	Kesimpulan dari penelitian ini yaitu: 1) Faktor pendorong atau pendukung wisata islami di Nusa Tenggara Barat adalah sumber daya alam yang asri, wisata Lombok sebagai wisata yang halal dunia, aksesibilitas dan konektivitas yang mudah, kemudahan promosi, sarana ibadah yang lengkap, harga wisata yang murah. 2) Strategi pariwisata dalam pengembangan wisata islami di Nusa Tenggara Barat berdasarkan Analisis SWOT adalah dengan peningkatan dan perbaikan infrastruktur, memanfaatkan objek-objek wisata yang asri, memperluas jaringan dan promosi, mendorong investasi sektor pariwisata dan peningkatan pemberdayaan masyarakat. 3) Potensi kunjungan dan retribusi sektor pariwisata di Nusa Tenggara Barat pada tahun ke tahun akan mengalami perkembangan yang cukup pesat, bahkan di perkirakan mendekati angka tiga juta kunjungan pada tahun 2020.
5.	Anwar (2017) Strategi Membangun Kawasan Wisata Keraton Yogyakarta Sebagai wisata Heritage yang Islami.	1. Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 2. Analisis	Hasil dari penelitian adalah strategi pengembangan wisata syari'ah dengan memperbaiki fasilitas penunjang untuk beribadah pengunjung yang beragama Islam, dan kebersihan tempat beribadah pengunjung yang beragam Islam, hal tersebut

		SWOT	dianggap penting karena pada pembangunan wisata berbasis syari'ah harus memperhatikan kebersihan dan kemudahan pengunjung untuk beribadah.
6.	Bhuiyan (2011) <i>A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region</i>	1. Metode Analisis SWOT	Dalam penelitian ini, kesimpulan yang diperoleh yaitu bahwa ada banyaknya peluang untuk mengembangkan pariwisata Islam di Kawasan Ekonomi Pantai Timur dan banyaknya keindahan alam, warisan budaya dan arkeologi yang masih dijaga dan dilestarikan, peradaban bersejarah, dan failitas seperti tempat-tempat keagamaan yang memadai dan hal tersebut yang merupakan sebagai tujuan wisata potensial. Menurut peneliti bahwa berbagai organisasi termasuk Organisasi Konferensi Islam dapat memainkan peran penting dalam hal mengembangkan pariwisata Islam. Jika Malaysia mengembangkan pariwisata Islam di Kawasan Ekonomi Pantai Timur, generasi yang akan datang akan mengetahui warisan Islam yang mulia serta dapat mempengaruhi keberlanjutan ekonomi negara.
7.	Shafaei & Mohamad (2015) <i>Malaysia's branding as an Islamic tourism hub: An assessment</i>	1. Metode Analisis SWOT	Menurut penelitian ini, meskipun Malaysia memiliki potensi untuk memajukan industri pariwisata dan perhotelan syariah sehubungan dengan seni, warisan budaya yang unik, dan budaya Muslim Melayu, evaluasi terhadap upaya strategi pemasaran semacam itu jarang dilakukan. Penelitian ini menguraikan upaya pemasaran Malaysia dalam menjadikan dirinya sebagai pusat pariwisata Islam. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT yang digunakan untuk meringkas faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam merek sendiri

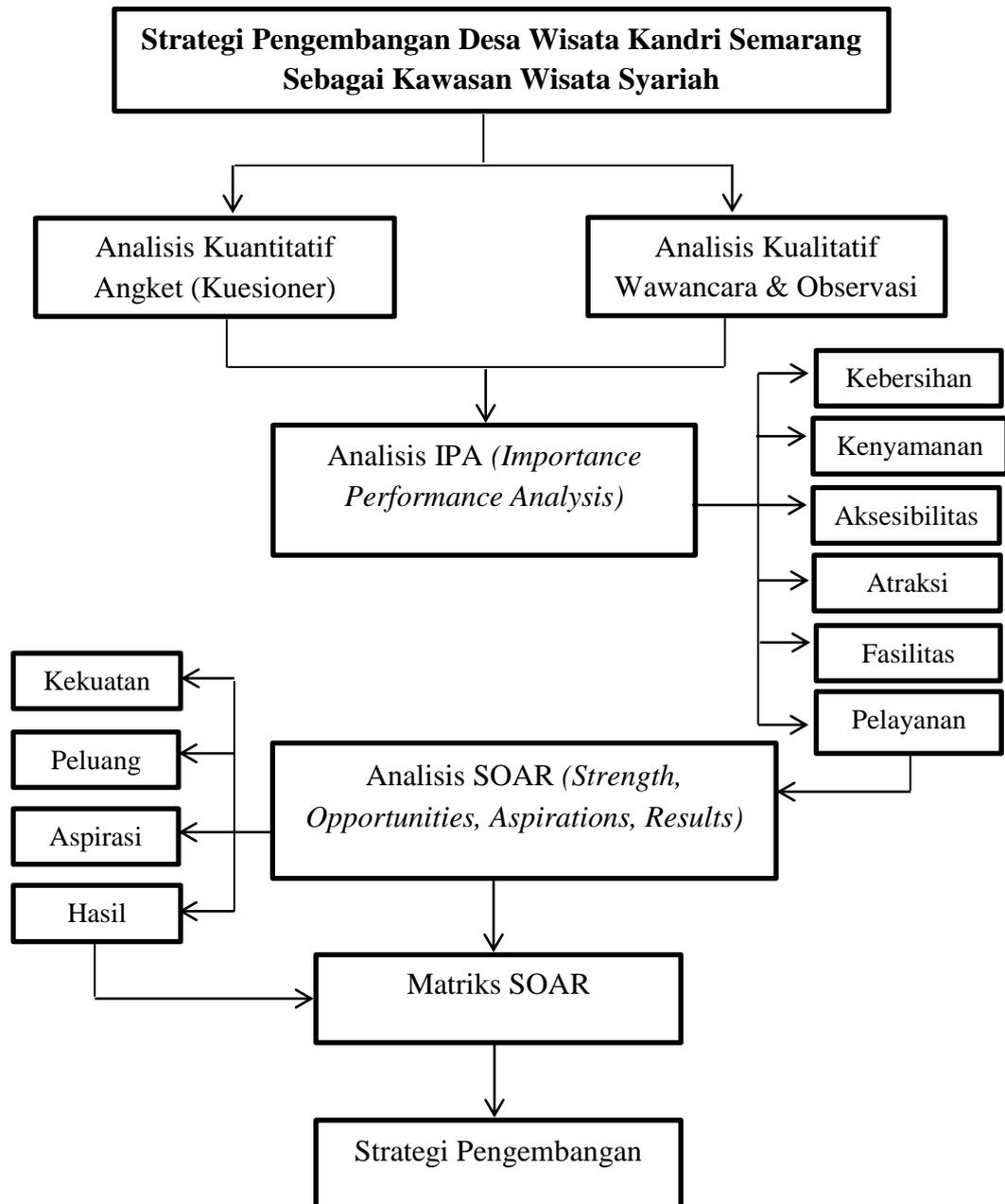
			sebagai tujuan Islam.
8.	Domo (2017) Analisis dan Kesesuaian daya Dukung Kawasan Wisata Pantai (Studi Pantai Indah Sergang Laut di Pulau Singkep)	1. Metode Analisis SOAR	Dari analisis SOAR, ada tiga strategi alternatif untuk mengembangkan obyek wisata ini, yaitu (a) mengoptimalkan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat untuk mewujudkan pengelolaan pariwisata lestari, (b) memperkuat daya tarik wisata yang ada untuk meningkatkan daya saing dalam menarik wisatawan dan segmen yang lebih luas. pasar, dan (c) pengembangan kemitraan pariwisata untuk meningkatkan kualitas dan peningkatan ekonomi pariwisata dalam mendukung pembangunan daerah. Oleh karena itu, koordinasi yang baik antar pemangku kepentingan terkait penerapan strategi alternatif telah dirumuskan untuk mewujudkan pengelolaan pariwisata lestari.
9.	Kurniawati (2017) Strategi Pengembangan Kawasan Pantai Kartini Sebagai Kawasan Wisata Islami	1. Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 2. Analisis SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata islami dipantai Kartini yaitu melakukan promosi pantai kartini sebagai icon pariwisata islami di Jepara dan menjaga kebersihan tempat beribadah serta meningkatkan fasilitas yang berada dikawasan wisata pantai Kartini agar para pengunjung dapat merasakan kenyamanan ketika beribadah.karena dalam islam kebersihan merupakan salah satu sebagian dari iman.
10.	Bhuiyan, M.H (2013) <i>Tourism Development in Malaysia from the Perspective of Development Plans.</i>	1. Metode Analisis SWOT	Studi tersebut mengungkapkan bahwa kedatangan turis asing dan pengeluaran turis berdasarkan per kapita meningkat dari tahun ke tahun. Pengembangan pariwisata merupakan salah satu elemen kunci bagi setiap rencana pembangunan di Malaysia. Pemerintah telah memberikan perhatian khusus pada sektor pariwisata selama setiap periode rencana. Pemerintah

			<p>mengadopsi dan merumuskan berbagai peraturan perundang-undangan untuk memastikan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan serta menerapkan kebijakan yang diperlukan. Akhirnya Malaysia telah menargetkan untuk menangkap satu tempat di 10 negara teratas di dunia dalam hal kedatangan wisatawan internasional melalui berbagai rencana pembangunan.</p>
--	--	--	--

C. Model penelitian

Dalam membangun serta mengembangkan kawasan Desa Wisata Kandri sangat diperlukan kerjasama dengan pihak pemerintah maupun pihak swasta. Potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Kandri dikembangkan dengan konsep wisata syariah agar dapat meningkatkan pembangunan pariwisata tersebut serta meningkatkan tingkat perekonomian di daerah tersebut. Dalam kenyataannya potensi yang ada pada Desa Wisata Kandri sangatlah banyak karena Desa Wisata Kandri merupakan Desa Wisata yang menampilkan atraksi dari berbagai kebudayaan asli yang di Desa Kandri. Akan tetapi fasilitas dan pelayanan yang ada belum diketahui apakah sudah sesuai dengan syariat islam atau belum, sehingga diperlukan analisis untuk guna mengetahui variabel apa yang telah sesuai dengan syariat islam dilihat berdasarkan persepsi pengunjung, dan strategi apa yang digunakan untuk mengembangkan kawasan Desa Wisata tersebut. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pengunjung dilihat berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan, dan analisis SOAR digunakan untuk mengambil suatu kebijakan dalam mencapai strategi pengembangan yang ada di Desa Wisata Kandri.

Dengan uraian diatas maka dapat disusun sebuah skema sebagai berikut:



Gambar 2.2
Skema Kerangka Pemikiran