

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Madura merupakan nama pulau yang terletak di provinsi Jawa Timur, Madura sudah mempunyai tiga akses yang bisa dilewati oleh setiap orang yang ingin berkunjung ataupun masyarakat Madura yang ingin bepergian keluar pulau Madura. Tiga akses tersebut meliputi : udara, darat dan laut, untuk akses menuju Madura melalui laut bisa melewati pelabuhan Tanjung Perak kemudian sampai di pelabuhan Kamal yang secara letak geografis Kamal merupakan puncak paling barat pulau Madura. Akses darat, Madura memiliki jembatan yang menghubungkan antara pulau Madura dan pulau Jawa diresmikan tahun 2008 yang sekaligus menjadi simbol Kabupaten Bangkalan. Akses ketiga yakni melalui udara, akses ini termasuk akses yang langsung bertujuan ke kota paling ujung pulau Madura yakni Kota Sumenep.

Madura adalah pulau kecil yang memiliki kebudayaan yang menarik dan mengundang wisman atau wisata lokal yang ingin berkunjung ke pulau gersang ini, seperti apa kata penyair kenamaan Syaf Anton WR “Tanahmu adalah darah dan keringat rakyat yang belum mengering, walau panasmu telah menggusur lalat-lalat dan bagkai-bangkai dusta”. Dari se bait puisi tersebut dapat dilihat Madura dari sudut pandang tanahnya yang tandus dan rakyatnya yang tidak mudah putus asa.

Pulau Madura memiliki empat kabupaten yang terdiri dari kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Ke empat kabupaten tersebut

banyak memiliki perbedaan logat bahasa serta bermacam-macam kebudayaan. Contohnya kota sumenep yang setiap ulang tahunnya sering mengadakan acara-acara tradisi sebagai bentuk menjunjung tinggi nenek moyang, yang mana Sumenep banyak orang mengatakan sebagai kota keraton.

Songeneb adalah nama lain dari kota sumenep, *Songeneb* dalam arti etimologinya merupakan bahasa Jawa kuno yang ketika diterjemahkan mempunyai makna “*Sung*” artinya relung/cekungan/lembah, sedangkan “*eneb*” artinya endapan yang tenang. Ketika digabung pengertiannya adalah lembah yang tenang.¹ Nama *Songeneb* sudah terkenal sejak kerajaan singasari berkuasa atas Jawa, Madura, dan sekitarnya.²

Jadi, tidak heran kemudian kalau kota Sumenep berjuluk kota keris, dimana banyak empu-empu penggarap keris yang masih hidup. Salah satunya desa Aeng Tong-Tong kecamatan Saronggi, desa ini sudah terkenal di Manca Negara karena mayoritas masyarakatnya banyak pengrajin keris dan didukung oleh keluarnya penetapan UNESCO tahun 2015 tentang keris sebagai salah satu bentuk pusaka warisan dunia pada kategori non bendawi.³

Sumenep merupakan kota paling ujung timur pulau Madura. Karena memang letaknya sangat jauh dari Surabaya sebagai ibu kota jawa timur, sumenep menjadi unik dengan dengan bermacam-macam sejarah serta kebudayannya. Akhir-akhir ini kota Sumenep banyak kemajuan dalam bidang kepariwisataan, yang didukung oleh sekelompok masyarakat untuk dijadikan tempat wisata.

¹ http://id.m.wikipedia.org/wiki/kabupaten_Sumenep (diakses 28 mei 2019, 21.25)

² *ibid*

³ <http://suryamalang.tribunnews.com/amp/2018/07/17/inilah-des-aeng-tong-tong-penghasil-keris-terbesar-sedunia> (diakses 28 mei 2019, 21.39)

Misalnya, pantai sembilan yang berada di kecamatan Gili Genting. Pantai Sembilan merupakan nama baru yang sering dikatakan oleh wisatawan karena ketika dilihat dari potret udara berbentuk menyerupai angka Sembilan.⁴

Karena termasuk sebagai *the soul of madura*, sumenep secara tidak langsung menerapkan *city branding* yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan kota dan meningkatkan perekonomian disuatu daerah, dengan demikian kota Sumenep memberikan *Brand* terhadap wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata yang ada di Sumenep. *City Branding* adalah suatu identitas dari suatu kota atau perusahaan yang khas dari kota tersebut dan memberikan manfaat terhadap wisatawan atau konsumen.⁵

Program visit Sumenep ini menjadi bagian dari perjalanan suatu perkembangan kota. Liburan merupakan suatu pekerjaan yang semua orang ingin merasakannya, dimana liburan di Indonesia sudah menjadi *trend* banyak orang dengan melakukan perjalanan ke tempat-tempat wisata, baik tempat wisata seperti wahana, pantai atau ke tempat-tempat religi. Maka dengan demikian program visit sumenep 2018 ini diadakan tidak lain untuk para wisatawan melihat dan berkunjung ke kota sumenep. Karena sumenep termasuk kota keraton maka tidak bisa dihindarkan dari program visit sumenep bahwa kebudayaan-kebudayaan menjadi program unggulan.

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, peneliti ingin meneliti strategi pemasaran menurut tinjauan manajemen syariah yang berjudul

⁴ <http://sitijamilahmaghfiroh.wordpress.com/pantai-sem-bilan> (diakses 28 mei 2019, 21.15)

⁵ Moh. Ibram Malik Wilopo, M.Kholid Mawardi, "Pengaruh *City Branding* "THE SOUL OF MADURA" Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kabupaten Sumenep", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 37 No. 1, Agustus 2016.

“Analisis Strategi Pemasaran Visit Sumenep 2018 (perspektif manajemen bisnis islam)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masala sebagai berikut :

1. Apa saja strategi pemasaran program visit sumenep 2018?
2. Bagaimana strategi pemasaran program visit Sumenep 2018 ditinjau dari manajemen Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah dan latar belakang masalah di atas dapat saya simpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui strategi pemasaran visit sumenep menurut perspektif manajemen Syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
 - a. Memberikan suatu pembelajaran dalam tata cara penulisan karya ilmiah yang benar.
 - b. Mengetahui mekanisme Kominfo dalam memasarkan program visit Sumenep 2018.
 - c. Mengingat kembali teori-teori tentang mekanisme strategi pemasaran yang di ajarkan di semester-semester awal.
2. Bagi pembaca
 - a. Dapat mengetahui cara kerja Kominfo Sumenep yang berperan penting sebagai penggerak keberhasilan program visit Sumenep.

- b. Dapat menjadi rujukan atau bahan diskusi untuk penelitian selanjutnya.
- c. Dapat membuat pembaca lebih mengenal Madura khususnya Sumenep sebagai kota kebudayaan Indonesia.

3. Bagi universitas

Universitas Trunojoyo Madura dalam gagasan enam sektornya sebagai program unggulan universitas membicarakan tentang ekonomi dari sektor pariwisata, seni budaya, dan juga kuliner. Penelitian ini memberikan ruang kepada universitas untuk mengetahui kebudayaan-kebudayaan Madura guna menjadi referensi terhadap universitas.

4. Bagi masyarakat

Dengan penelitian ini, masyarakat bisa mengetahui terhadap program Pemerintah yakni visit Sumenep 2018 yang memperkenalkan wisata dan kebudayaan kabupaten Sumenep.

5. Bagi lembaga terkait

Kominfo dan TIC Sumenep merupakan Dinas yang bergerak dalam bidang pemasaran visit Sumenep 2018. Dengan penelitian ini, lembaga bisa mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang bisa digunakan untuk menjadi acuan kedepannya.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan suatu bentuk referensi dari penelitian ini, penelitian terdahulu meneliti permasalahan yang hampir sama dengan penelitian saya. Diantaranya sebagai berikut :

1. Skripsi Deri rdian Prabowo (program studi Ilmu Sosial dan Humaniora, 2017) mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yang berjudul Pemasaran dan Promosi Dalam Mengembangkan Desa Wisata Jagalan yang menganalisis pemuda karang taruna dalam memasarkan tempat wisata. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menganalisis tentang peran dinas kominfo Sumenep dalam memasarkan visit Sumenep menggunakan teori strategi pemasaran.
2. Skripsi Lisa Gusmita Sari (program studi manajemen dakwah, 2017) mahasiswa uin sunan kalijaga yang berjudul manajemen strategi bisnis islam yang menganalisa tentang manajemen strategi bisnis islam serta kriteria hotel syariah menurut Permen Parekraf dan MUI D.IY. sedangkan dalam penelitian ini, menganalisa tentang perspektif manajemen islam tentang strategi pemasaran visit sumenep.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam skripsi ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN : Pada Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI : Dalam bab ini membahas tentang kajian pustaka yang menjelaskan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian. Dengan tujuan untuk membahas tentang landasan apa yang diteliti agar mudah dipahami bagi calon pembaca.

BAB III METODE PENELITIAN : Membahas tentang landasan metodologi penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Diantaranya adalah jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Berisi tentang hasil penelitian yang merupakan uraian tentang deskripsi objek penelitian, pembahasan dari analisa, data tentang hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam bab pendahuluan.

BAB V : Penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Merupakan sebuah pernyataan singkat yang diambil peneliti dari analisis dan pembahasan peneliti. Tak hanya itu, penulis juga akan memberikan saran yang dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pengguna, dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Syariah

1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan suatu organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan yang menghasilkan laba.⁶

Kata “Manajemen” berasal dari bahasa Italia *Maneggiare*, yang berarti mengendalikan, terutama “mengendalikan kuda” yang berasal dari bahasa Latin *manus*, yang berarti “tangan” terpengaruh dari bahasa Prancis, *manage*, yang berarti “kepemilikan kuda” (yang berasal dari bahasa Inggris, yang berarti mengendalikan kuda), dan istilah Inggris ini juga berasal dari Italia.⁷

Jadi, manajemen berarti salah satu istilah dalam hal pengendalian organisasi, baik pengendalian secara struktural (kantor, perusahaan, pemerintahan) ataupun non struktural yakni diluar tiga organisasi yang disebutkan.⁸ Adanya manajemen berarti pengelolaan yang diterapkan suatu organisasi berjalan dengan aturan-aturan, karena manajemen sendiri berarti pengarahan, pengawasan, pengorganisasian serta perencanaan.

⁶ Baiq Mardiana, “Tinjauan Manajemen Syariah Terhadap Manajemen Distribusi Bavarage Garuda Food” (Skripsi, UIN Mataram, Mataram, 2017).

⁷ Ahmad Undang Kamaluddin dan Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam* (Bandung, CV Pustaka Setia, 2009) 27.

⁸ Heidjrachman Ranupandojo, *Manajemen*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 1996), 41.

Konsisten, terorganisir, tingkat keseriusannya tinggi, efisien dan berkualitas tinggi.⁹

2. Pengertian Manajemen Syariah

Secara terminologi pengertian manajemen Syariah adalah kreatifitas dalam mengelola sumber daya yang dimiliki dengan tambahan sumber daya dan metode-metode yang diajarkan al-Qur'an atau hadits dari nabi Muhammad SAW.¹⁰ Manajemen Syariah ini menjadi salah satu acuan dari beberapa organisasi Syariah yang secara etimologi sebagai pra-syarat kesejahteraan bersama. Dengan demikian, manajemen Syariah menjadi satu-satunya pengambilan ide atau gagasan sebagai konsep suatu organisasi.

Peristilahan manajemen dalam bahasa Arab dari kata *al-idârah*, artinya kantor. Dalam al-Qur'an ditemukan beberapa kata manajemen dari asal kata *tadbîr* berarti penertiban, peraturan, pengurusan, perencanaan dan persiapan. Oleh karena itu, istilah manajemen syariah sering kali dipakai bagi kepemimpinan, pengarahan, pengembangan, personal, perencanaan dan pengawasan untuk melakukan suatu kegiatan. Tujuannya untuk mendapatkan hasil yang efisien.¹¹

Al-Qur'an dan Hadis menjadi rujukannya orang Islam secara *kaffah*. Maka tidak heran perilaku didunia ini bagi orang Islam diatur sedemikian rupa untuk menjaga stabilitas keagamaannya, yakni Islam.

⁹ Darmadi Duriyanto, *strategi memimpin Pasar*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), 3.

¹⁰ http://id.wikipedia.org/wiki/manajemen_syariah, diunduh pada tanggal 4 Desember 2019.

¹¹ Ismail Nawawi, *Manajemen Syariah : Sebuah Pemikiran, Wacana, dan Realita (Bagian Utama)*, (Al-Qanun, Vol. 13, No. 2, Desember,2010), 312-313.

Baik dari perilaku kebudayaan, berkeluarga, sampai ke perilaku ekonominya.

Adapun ungkapan didalam al-Qur'an mengenai manajemen Syariah, antara lain:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ
مِمَّا تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

“Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadaNya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu”. (Q.S al-Sajadah [32] : 5)¹²

Firman Allah swt yang menyinggung manajemen syariah ada pada surah al-mu'minin, yaitu:

أَفَلَمْ يَدَّبَّرُوا الْقَوْلَ أَمْ جَاءَهُمْ مَا لَمْ يَأْتِ آبَاءَهُمُ الْأَوَّلِينَ

“Maka Apakah mereka tidak memperhatikan Perkataan (Kami), atau Apakah telah datang kepada mereka apa yang tidak pernah datang kepada nenek moyang mereka dahulu?” (Q.S al-Mu'minin [23] : 68.)¹³

3. Konsep Manajemen Syariah

Manajemen syariah menjadi suatu kekuatan yang sangat dibutuhkan bagi organisasi. Dengan demikian, adanya manajemen syariah menjadi tombak atau perisai yang perlu ditajamkan untuk tercapainya kesejahteraan

¹² Kementerian Agama RI, *Sodaqoh Mushaf Al Qur'an Nasabah Pegadaian Syariah*, (Bandung: Jabal, 2011), 415.

¹³ Kementerian Agama RI, *Sodaqoh Mushaf Al Qur'an Nasabah Pegadaian Syariah*, (Bandung: Jabal, 2011), 346.

masyarakat dan organisasi. Sebagai bentuk penggerak atau pengatur sistem organisasi, manajemen syariah mempunyai beberapa konsep yang perlu diperhatikan oleh pihak organisasi, yaitu:¹⁴

- a) Mengkoordinasikan antara sumber daya manusia, material dan dana untuk menuju tercapainya gagasan atau ide yang dibangun dari perencanaan awal.
- b) Setiap organisasi yang melaksanakan manajemen syariah ada keterhubungan untuk mengetahui segala kebutuhan masyarakat, sebagai penerima atau pelaksana dari produk manajemen tersebut.
- c) Pengembangan organisasi sebagai salah satu bentuk strategi manajemen syariah untuk diketahui perseorang (individual) atau secara bersama (*collective*).
- d) Melaksanakan salah satu fungsi yang dapat ditetapkan seperti menentukan sasaran, merencanakan dan merakit sumber daya, mengorganisir, melaksanakan dan mengawasi.
- e) Melaksanakan berbagai peranan antar pribadi secara informasional dan memutuskan.
- f) Spiritual manajemen, mampu memberikan kekuatan dari dalam sehingga berpengaruh terhadap kualitas pekerja bisnis.¹⁵

Konsep manajemen Syariah sangat berkaitan dengan fatwa MUI mengenai pariwisata berdasarkan prinsip Syariah. Adanya faktor dukungan

¹⁴ Ismail Nawawi, *Manajemen Syariah : Sebuah Pemikiran, Wacana, dan Realita (Bagian Utama)*, 315.

¹⁵ Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 65.

dari masyarakat dan pemerintah harus sesuai dengan prinsip Syariah.¹⁶ Tidak hanya itu, secara konsep manajemen syariah juga dibatasi dalam memproduksi segala sumber daya alam, mendistribusikannya ataupun mengkonsumsinya.¹⁷

4. Unsur-unsur Manajemen Syariah

Manajemen syariah tidak pernah lepas dari tiga kategori yang saling berhubungan yaitu etika, manajemen dan spiritualitas. Dari ketiga kategori tersebut manajemen syariah membentuk fungsi atau unsur manajemen sebagai benteng dari kecelakannya terhadap penyimpangan-penyimpangan acuan syariahnya yaitu hadis dan al-Qur'an.

Adapun unsur-unsur manajemen syariah, meliputi :¹⁸

a. Unsur Perencanaan

merupakan perencanaan awal yang dilakukan oleh pihak menegerial untuk mengetahui arah dan tujuan manajemen yang dijalankan. Dalam hal ini, perencanaan awal membuat kebijakan yang dapat memotivasi organisasi sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap strategi manajemen yang dijalankan.

Manajemen syariah mengajarkan bahwa setiap perilaku yang dilakukan pada masa lampau harus menjadi perencanaan untuk hari esok.¹⁹ Sebagaimana dalam Qs-Al Hasyr:18.

¹⁶ Fatwa DSN-MUI Nomor 108 tahun 2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip Syariah.

¹⁷ Zainal Arifin, Dra.Dahlia Husin, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2006) 51.

¹⁸ Alma Buchori Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2016) 119-122.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ

إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S al-Hasyr [59] :18)²⁰

b. Unsur pengorganisasian

adalah fungsi kedua setelah perencanaan agar dapat mengelompokkan sumberdaya manusia dan sumber daya lainnya untuk sesuai dengan fungsi perencanaan. Pengorganisasian ini, membuat struktur organisasi sehingga dapat mendesain perilaku perekonomian berjalan dengan dengan efektif dan dinamis. Unit-unit kerja dan manajer perlu dibentuk dan demikian pula hubungan antara pengurus dan manajer serta manajer dengan pegawai akan melahirkan suatu struktur organisasi yang dapat diartikan sebagai susunan dan hubungan antar bagian-bagian komponen serta bagaimana mengkoordinasikan antaraktivitas organisasi.

Agama islam mengajarkan bahwa pengorganisasian adalah salah satu bentuk kerapian. Kerapian disini mendorong bagi pemeluknya untuk melakukan tindakan-tindakan yang sesuai dengan syariah.

Dengan demikian, syariah secara tidak langsung memberikan stimulus

¹⁹ Muhammad Nizar, *Prinsip-Prinsip Manajemen Syariah (Studi Pengembangan Koperasi Syariah Fatayat NU Kecamatan Purwodadi Kabupaten Pasuruan)*, (Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis Vol.4 / No.2: 114-129, Juli 2018), 117.

²⁰ Kementerian Agama RI, *Sodaqoh Mushaf Al Qur'an Nasabah Pegadaian Syariah*, (Bandung: Jabal, 2011), 548.

bagi organisasi dalam bertindak. Dalam islam, organisasi bukan hanya sebagai wadah akan tetapi lebih dari itu, yakni sebagai pengaturan mekanisme kerja secara rapi.²¹

c. Unsur Menggerakkan/Kepemimpinan

suatu bentuk tanggung jawab yang diberikan pihak organisasi untuk mencapai tujuan. Kepemimpinan dalam fungsi manajemen adalah mempengaruhi segala komponen dalam struktur organisasi sebagai penggerak yang mampu membuat roda bisnis semakin terdorong untuk mencapai keinginan.

Kepemimpinan dalam islam adalah bagaimana seorang pemimpin mampu menjadikan organisasi yang berkembang dan kemahiran dalam memotivasi jajaran-jajarannya untuk mencapai kesejahteraan bersama. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt, yaitu:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik, Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S an-Nahl [16] : 125.)”²²

²¹ Muhammad Nizar, 118.

²² Kementerian Agama RI, *Sodaqoh Mushaf Al Qur'an Nasabah Pegadaian Syariah*, (Bandung: Jabal, 2011), 281.

d. Unsur Pengendalian

Merupakan suatu upaya yang signifikan untuk menentukan standar prestasi dengan sasaran perencanaan, menentukan signifikansi apakah ada penyimpangan yang terjadi sehingga pengendalian mampu memberikan umpan balik informasi dengan standar yang ditentukan, penyimpangan tersebut perlu adanya tindakan-tindakan perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa sumber daya organisasi, dengan cara yang efisien dan efektif guna sebagai tercapainya organisasi. Dengan adanya pengendalian diharapkan :

- 1) Mengetahui atau dipastikan kemajuan yang diperoleh dari sistem pelaksanaan perencanaan.
- 2) Dapat meramalkan arah dan tujuan organisasi berkembang dan menghasilkan yang akan dicapai.
- 3) Dapat menentukan tindakan-tindakan apa yang diperlukan oleh organisasi dalam memecahkan permasalahan-permasalahannya.
- 4) Mampu memberikan masukan terhadap capaian-capaian yang akan datang.
- 5) Dapat mengetahui penyimpangan-penyimpangan dari hal yang terkecil.

5. Keterampilan Managerial Manajemen Bisnis Syariah dan Hubungannya dengan Pariwisata

Dalam manajemen bisnis syariah adanya keterampilan managerial berperan sebagai pendorong ahli dalam organisasi serta berjalannya suatu bisnis. Keterampilan managerial tersebut, meliputi :²³

a. Keterampilan Konseptual

Memiliki keterampilan dalam membuat Gagasan, ide, atau konsep demi kemajuan organisasi. Gagasan atau ide tersebut digunakan sebagai rencana kerja untuk proses perencanaan awal (*planning*), oleh karena itu keterampilan konseptual juga diperlukan untuk arah dan capaian yang dituju.

b. Keterampilan Berhubungan dengan Orang lain

Selain keterampilan konseptual, manajerial juga membutuhkan *skill* untuk berkomunikasi dengan mitra kerja, pegawai bahkan dengan masyarakat. Sehingga pihak manajerial mampu mempunyai sikap kebakapan atau disegani oleh orang lain.

Tidak hanya itu, manajerial harus mempunyai sikap *triangel* sebagai upaya cara berhubungan yang baik. *Triangel* ini meliputi sikap berhubungan dengan tuhan, sikap berhubungan dengan sesama manusianya, dan sikap berhubungan manajerial dengan lingkungannya (alam).²⁴

²³ Alma Buchori Donni Junni Priansa,

²⁴ Muhammad, *Paradigma Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 78.

c. Keterampilan Teknis

Keterampilan ini merupakan bekal bagi pihak manajerial tingkat yang lebih rendah. Biasanya, keterampilan teknis ini manajerial mampu memperbaiki mesin, komputer serta hal-hal yang lebih terhadap persoalan-persoalan personal.

d. Keterampilan Kepemimpinan

Komponen terakhir ini, sebagai manjerial harus mempunyai jiwa kepemimpinan (*Leadership*), yakni keahlian dalam bidang mengarahkan atau memberikan inspirasi kepada orang lain.²⁵ Bagi pemimpin harus mempunyai keterampilan dalam berkomunikasi lintas budaya.²⁶

Pariwisata dan bisnis merupakan dua kata kerja yang sangat erat kaitannya dengan dampak sosial atau kemajuan suatu daerah. Pariwisata atau *ziyarah* dalam islam dimulai sejak kemunculan islam sebagai agama yang universal. Kemudian lahirlah beberapa konsep *ziyarah* sebagai bentuk pranata sosial islam yang dibimbing oleh etika dan hukumnya.²⁷ Selanjutnya, teori-teori tentang *ziyarah* bermunculan diantaranya adalah etika tentang *dhaif* (tamu) dan *mudhif* (tuan rumah).²⁸

²⁵ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013) ,25.

²⁶ Uci yuliati, *Manajemen Internasional*, (Malang: UMM Press, 2006), 241.

²⁷ Juhaya S. Pradja, *Ekonomi Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 139.

²⁸ *ibid*

B. Pemasaran Syariah Untuk Pariwisata

1. Pengertian *Marketing*

Dilihat dari asal usul kata (etymology) “*marketing*” berasal dari kata “*market*” yang artinya adalah pasar. Dari sumber kata tersebut, *marketing* merupakan tempat terjadinya penjual dan pembeli.²⁹ Karena banyaknya orang yang mengatakan *marketing* disamakan artinya dengan pemasaran, maka ahli ekonomi mengatakan *marketing* sama halnya dengan “ilmu tata-niaga” ada yang menyebutnya dengan analisa pasar. Tetapi berbeda ketika *marketing* ditarik pengertiannya kepada tempat wisata, yang bermakna ada pertukaran kepuasan antara pengunjung dan pemilik tempat wisata. Riset pemasaran juga diperlukan sebagai upaya tercapainya tujuan pemasaran.³⁰

Dalam pemasaran pariwisata ada banyak kegiatan yang sangat kompleks, karena produk yang dihasilkan oleh industri pariwisata mempunyai ciri khas/karakteristik yang sangat berbeda ketika dibandingkan dengan produk yang berupa barang. Produk pariwisata memiliki keterkaitan dengan produk lainnya, mengingat produk pariwisata merupakan produk yang saling memiliki ketergantungan antara yang melakukan perjalanan wisata dengan usaha pariwisata yang dihasilkan.³¹ Dengan demikian, usaha pariwisata atau yang dihasilkan dari pariwisata memiliki karakteristik bagi wisatawan, yang mana nantinya akan memiliki sesuatu yang berbeda yang di rasakan oleh wisatawan.

²⁹ Oka A. Yoeti, *Pemasaran Pariwisata*, (Bandung: CV Angkasa, 2013), 26.

³⁰ Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 1.

³¹ A.J. Mulyadi, H. Andri Warman. *Kepariwisata dan Perjalanan*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada), 99-100.

Dalam kegiatan pariwisata terdapat tiga aspek penting dari produk pariwisata yang perlu mendapat perhatian bagi para pengelola pemasaran, antara lain:³²

- a. *Attraction* atau daya tarik wisata, yakni setiap tempat wisata berupaya memiliki daya tarik tersendiri terhadap wisatawan yang berkunjung, sehingga wisatawan terdorong untuk menikmati suatu tempat tujuan yang sesuai dengan keinginannya. Daya tarik ini meliputi keindahan alam, budaya, bangunan peninggalan sejarah serta adat istiadat atau kebiasaan yang berbeda dengan tempat tinggal wisatawan, sehingga suatu pariwisata memiliki ketertarikan untuk selalu di kunjungi.
- b. *Accessability* atau aksesibilitas, artinya setiap jalan untuk menuju tempat pariwisata dapat terjangkau oleh wisatawan baik udara, laut ataupun darat. Dimana ketiga jalan tersebut menjamin terhadap kenyamanan wisatawan. Hasil penelitian membuktikan bahwa aksesibilitas sangat memengaruhi terhadap para calon wisatawan datang berkunjung kesuatu daerah atau Negara tujuan pariwisata.
- c. *Aminiteas* atau fasilitas, artinya ketersediaan fasilitas yang di miliki oleh suatu daerah dapat menjamin nyaman pengunjung dalam melakukan perjalanannya untuk menuju tempat wisata. Sehingga wisatawan di manja oleh berbagai fasilitas yang di suguhkan suatu daerah. Misalnya, restoran dan café, layanan informasi, pramuwisata,

³² *Ibid*, 102.

akomodasi/tempat penginapan, sikap masyarakat setempat, keamanan, fasilitas umum yang bersih, dan lain-lain.

Adanya pemasaran Syariah adalah sebagai sistem yang menjunjung tinggi nilai-nilai moral baik dari segi penciptaan, penawaran dan seluruh proses yang berkatikan dengan pemasaran pariwisata. Sebagaimana ayat yang menerangkan tentang ibadah dalam melakukan segala proses kehidupan didunia ini.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Katakanlah, sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam”. (Q.S al-An’am [6] : 162)³³

2. Strategi Pemasaran Syariah

Strategi adalah pengumpulan pendapat dari orang lain (*two heads are better than one*). Seorang direktur sering kali tidak mampu merumuskan atau menjalankan suatu organisasi, andai kata ia menerima pendapat-pendapat sesama direktur maka hasil bersama akan jauh lebih efektif.³⁴

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi guna untuk memaksimalkan peluang bisnis yang ditargetkan melalui factor-faktor yang dikendalikan oleh perusahaan, seperti desain produk, periklanan, pengendalian biaya, dan pengetahuan pasar.³⁵

³³ Kementerian Agama RI, *Sodaqoh Mushaf Al Qur'an Nasabah Pegadaian Syariah*, (Bandung: Jabal, 2011), 150.

³⁴ Oka A. Yoeti, *Pemasaran Pariwisata* ...,166.

³⁵ Fanny Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi 4*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), 17.

Strategi juga mendeteksi dan menganalisis kemungkinan adanya peluang usaha ataupun adanya ancaman terhadap usaha.³⁶

Sedangkan pengertian strategi pemasaran Syariah adalah strategi bisnis yang mengarah pada proses penawaran, proses penciptaan terhadap *stakeholder* sebagai upaya meningkatkan stabilitas yang berprinsip pada Al-Qur'an dan Hadist menggunakan akad yang baik.³⁷

Sebagai pemasaran Syariah yang mengedapankan kejujuran dan keadilan dalam proses penawaran dan penciptaannya memiliki tiga unsur, yaitu 1) *Theitis* (Rabbaniyah), yaitu keyakian managerial terhadap Allah SWT sebagai bentuk keimanan dan berpegang teguh terhadap al-Qur'an dan Hadits 2) *Etis* (Etika), yaitu perilaku dan norma 3) *Realistis* (Kenyataan), yaitu transparansi produk terhadap kecacatan barang. Strategi pemasaran ini merupakan strategi yang menjauhi segala hal-hal kotor yang dapat merugikan wisatawan, artinya sebagai pengelola harus jujur dalam mempromosikan produk yang ditawarkan.³⁸

Pengertian strategi pemasaran ini, bisa di artikan sebagai salah satu bentuk analisa pasar untuk mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan oleh perusahaan atau manager perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran merupakan suatu langkah awal untuk memulai perjalanan bisnis ataupun berkeinginan untuk membangun tempat-tempat wisata.

³⁶ Iban Sofyan, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 51.

³⁷ Chusnul Muali dan Khoirun Nisa, *Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual*, (An-Nisbah, Vol 05 2019), 173.

³⁸ *Ibid*, 174

Beberapa hal yang harus dipenuhi dalam strategi pemasaran untuk mengenalkan atau menjualnya pada pasar tertentu. Beberapa analisa kritis tentang konsep pemasaran, sebagai berikut :³⁹

- a) Segmen Pasar dan Ukuran Pasar (*segment market and market size*), produk yang akan dijual sesuai dengan pembagian pasar yang telah dikelompokkan dan mengetahui dengan baik ukuran pasar yang menjadi tolak ukur produknya.
- b) Karakteristik Pasar (*Market Characteristics*), setelah mengetahui pembagian pasar, kemudian harus memahami sifat-sifat dari pasar tersebut.
- c) Pesaing (*Competitor*), analisis ini perlu adanya data yang valid sehingga berpengaruh terhadap informasi pesaing yang meliputi tujuan dan sasaran, strategi yang digunakan, kekuatan dan kelemahan serta asumsi pesaing terhadap terhadap industri. Akan tetapi, pesaing juga dibebaskan untuk memilih sendiri apa yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhinya.⁴⁰
- d) Membangun Jaringan (*Networking Davelopement*), kekuatan jaringan pada strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap kesempatan yang luas dalam mengembangkan suatu pasar. Melakukan pendekatan yang menyeluruh untuk operasi perusahaan besar dan kecil.⁴¹

³⁹ Ais Zakiyatun, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 156-157.

⁴⁰ Mustafa Edwin nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Fajar Interpratama offset, 2010), 160.

⁴¹ Subhash C. jain, *Internasional Marketing Management*, (Jakarta: Erlangga 2011), 5.

- e) Strategi Pasar (*Marketing Strategy*), meliputi ketentuan harga suatu pasar, lokasi pemasaran, proses komunikasi produk dengan pelanggan, pendekatan pasar dan lain-lain.
- f) Kepuasan Pelanggan (*Costumer Satisfaction*), kepuasan pelanggan terjadi apabila pelayanan dari suatu pasar memberikan *service* yang baik terhadap pelanggannya, sehingga pembeli tidak merasa bosan dengan produk yang dijual.
- g) Saluran Distribusi (*Distribhusion Channels*), setiap produk memiliki saluran distribusi yang berbeda, sehingga kemudian pengelompokan atau segmentasi pasar ini diperlukan. Karena ketika sudah mengetahui sifat-sifat suatu produk maka memilih saluran distribusi terasa ringan.

Adapun tujuan dan fungsi pemasaran Syariah memiliki dua tujuan utama yakni:⁴²

- a. Me-*marketingkan*-kan Syariah dimana pihak pengelola harus berlandaskan Syariah, dituntut agar bekerja professional dalam dunia bisnis. Juga harus adanya komprehensif antara value dan nilai dari produk yang dipasarkan agar diterima dengan baik.
- b. Me-*marketingkan*-kan dengan mensyariahkan *marketing*, merupakan sebuah landasan dalam mengelola pemasaran dimana pihak pengelola tidak serta merta menjadi sumber keuntungan, akan tetapi harus menciptakan sumber keuntungan bagi non perusahaan (masyarakat). Sehingga ada keseimbangan terhadap laju perjalanan bisnis dan

⁴² Nurul Mubarak, Erizka Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islami Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*, (I-Economic Vol 3 No 1 2017), 81.

menjadi bisnis yang Syariah yakni konsep yang digunakan melalui konsep Islam.

3. Bauran Pemasaran Syariah

Fungsi pemasaran adalah segala yang direncanakan dan yang sudah diidentifikasi suatu pasar (pasar sasaran) akan menghasilkan penjualan produk/jasa yang menguntungkan. Strategi fungsional dari pemasaran harus mengetahui dari beberapa manajer pemasaran dalam menentukan beberapa produk yang akan dijual. Misalnya, seorang manajer harus mengetahui betul sasaran produk yang akan dijualnya, sehingga kemudian manajer bisa menentukan produk apa yang akan dijual, spesifikasi harga, serta menghitung seberapa banyak produk yang akan diproduksi.⁴³

Adapun komponen-komponen yang terpenting dalam pembauran pemasaran, yaitu:⁴⁴

- a. **Produk**, pemasaran akan dimulai ketika produk, jasa, atau gagasan yang sudah direncanakan memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pengembangan suatu produk akan menjadi tantangan yang cukup signifikan bagi tenaga pemasaran, dimana sebagai tenaga pemasaran harus selalu mempertimbangkan atau menganalisis perubahan-perubahan teknologi, perubahan kebutuhan konsumen, dan bahkan perubahan perekonomian. Adapun produk untuk dijadikan bahan

⁴³ Nopirin, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro*, (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2000), 280.

⁴⁴ *ibid*

promosi harus mencakup warisan Islami, museum dan seni Islami; pemandu wisata yang kompeten dan harga yang terjangkau.⁴⁵

- b. Distribusi,** dalam bauran pemasaran penempatan produk harus mengacu pada distribusi. Produk akan terjual sesuai dengan keinginan produsen ketika pendistribusian dari suatu perusahaan mudah dalam penyampaian produknya. Dalam artian penyampaian produk dari produsen ke konsumen sudah sesuai dengan keinginan konsumen baik dari jenis, jumlah, harga, tempat, dan produk yang dibutuhkan.
- c. Promosi,** merupakan komponen terpenting yang harus diperhatikan dalam bauran pemasaran. Promosi tidak hanya dikatakan sebagai langkah awal yang harus diperhitungkan tetapi lebih dari itu, yakni teknik-teknik mengomunikasikan informasi terbaru dari setiap produk. Iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat merupakan alat yang sering digunakan dalam promosi.

⁴⁵ Unggul Priadi, *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), 89.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memahami tentang permasalahan-permasalahan yang dialami oleh subyek, misalnya tentang perilaku, persepsi motivasi, serta tindakan-tindakannya.⁴⁶ Peneliti merasa sesuai dengan jenis penelitian ini, karena strategi pemasaran visit dikelola oleh kominfo yang secara konteks penelitian kominfo merupakan badan pusat informasi sumenep. Jadi, perlu kiranya kominfo menjelaskan secara detail tentang apa saja yang sudah dilakukan dalam strategi pemasaram visit sumenep.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang tidak menemukan hitungan-hitungan dalam perpaduan antara temuan dilapangan dengan teori.⁴⁷ Penelitian kualitatif adalah penjabaran atas hasil temuan tetapi tidak didasari oleh hitungan-hitungan. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan penelitian yang sangat dinamis untuk dilakukan tinjauan ulang dari setiap perubahan dilapangan.⁴⁸

Dengan demikian, peneliti mampu menkontruksikan data yang diperoleh dari subjek dan teori yang dipakai oleh peneliti. Jadi, peneliti kualitatif harus

⁴⁶ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi revisi (bandung: PT Remaja Rosdakarya), 6.

⁴⁷ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 49.

⁴⁸ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet ke-36 (bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 35.

mencari makna, pemahaman, pengertian, kejadian tentang suatu fenomena, maupun kehidupan manusia yang terlibat langsung atau tidak langsung dalam penelitian.⁴⁹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat untuk meneliti permasalahan yang diteliti oleh penulis. Hal ini peneliti melakukan penelitian di kantor Dinas Kominfo Sumenep.

C. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kominfo sumenep yang mengurus visit 2018 sumenep.

D. Sumber Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan dua cara yang berbeda. Data tersebut merupakan hasil temuan dari wawancara atau dapat dilakukan dengan observasi lainnya. Pengumpulan data dalam hal ini dapat dilakukan dengan dua sumber data yang berbeda yaitu data primer dan data sekunder. kedua data ini, merupakan salah satu bentuk kemudahan bagi peneliti dalam mengumpulkan data.⁵⁰ Dua penghimpuan data yang dipakai peneliti ini, mempermudah dalam mencari data yang berkaitan dengan latar belakang dan data-data yang dipakai oleh pemerintah kabupaten Sumenep dalam melakukan strategi pemasaran visit 2018, yaitu:

⁴⁹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: KENCANA), 328.

⁵⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Depok: Rajawali Pres, 2017), 103.

a. Data Primer

Data primer adalah data asli yang diperoleh dari pihak pengelola. Data primer merupakan data yang aktual ketika peristiwa terjadi atau berlangsung.⁵¹ Sebagai peneliti, memilih sumber data yang original diperlukan sebagai penguat penelitiannya. Dengan demikian, pengumpulan data primer sebagai bagian penting dari proses penelitian yang digunakan untuk pengambilan suatu keputusan.⁵² Data primer dalam hal ini adalah wawancara bagi penyelenggara visit Sumenep untuk menggali strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak pemerintah kabupaten Sumenep. Pihak pengelola dalam hal ini TIC (*Tourism Information Center*) dan kepada dinas kominfo kabupaten sumenep.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder merupakan pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis seperti (notulen rapat, table catatan, SMS, chat whatsapp, dan lainnya), rekaman video, foto-foto, benda-benda lain yang dapat memperkaya data primer.⁵³ Data sekunder ini, adalah pengumpulan data yang tujuannya sebagai data pendukung dari data primer.

⁵¹ Ulber silalahi, *Metode...*, 289.

⁵² Muhammad, *Metodologi...*, 103.

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 22.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data peneliti menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, serta dokumen-dokumen atau poster iklan yang dilakukan oleh subjek dalam melakukan strategi pemasaran. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena bertujuan untuk relevansi data, maka peneliti harus mengetahui syarat dalam melakukan teknik pengumpulan data.⁵⁴

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan terhadap objek yang diteliti baik secara langsung atau tidak langsung dalam melibatkan semua indra untuk mengetahui segala yang diperlukan dalam penelitian. Beberapa informasi yang diperoleh adalah ruang (tempat), kegiatan, pelaku, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, perasaan dan waktu. Observasi juga sebagai salah satu pengumpulan data yang sangat bermanfaat bagi peneliti untuk memahami konteks data dari keseluruhan situasi sosial.⁵⁵

Dalam observasi penelitian ini, menggunakan observasi non partisipasif, terus terang dan tidak terstruktur karena objek penelitian merupakan kebijakan pemerintah yang telah disepakati oleh dinas kabupaten Sumenep yang bertanggung jawab atas visit sumenep 2018.

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta), 224.

⁵⁵ Suharsimi, *Prosedur...*, 37.

Ada dua macam observasi yang perlu dipahami oleh peneliti, yaitu: *participant observer* dan *non-participant observer*.⁵⁶ Peneliti dalam hal ini menggunakan teknik pengumpulan data *non-participant observer* yakni dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam acara yang diadakan oleh tim visit sumenep. Hanya saja, peneliti meneliti meng-observasi suatu kegiatan pra-acara yaitu informasi tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh tim manajemen pemasaran.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai pihak TIC dan kominfo sebagai pengatur strategi pemasaran. Wawancara adalah suatu pengumpulan data atau suatu penggalian data yang lebih mendalam⁵⁷, terkait dengan visit sumenep 2018. Dengan kata lain, wawancara merupakan pencarian data secara detail.

Peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur karena banyaknya kemungkinan yang terkadang keluar dari ide peneliti yang tentunya berhubungan dengan objek penelitian. Wawancara semi terstruktur adalah peneliti telah menyiapkan pertanyaan melalui tulisan namun tidak menutup kemungkinan peneliti keluar dari pertanyaan yang sudah tertulis.⁵⁸ Tanpa wawancara peneliti akan kehilangan informasi yang berpengaruh terhadap esensi penelitian.⁵⁹

⁵⁶ *ibid*

⁵⁷ *Ibid*, 33.

⁵⁸ Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif; teori & praktik*, (Yogyakarta: Calpulis), 33-34.

⁵⁹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), 83.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mendapatkan informasi dari berbagai macam sumber tertulis pada responden atau tempat.⁶⁰ Data yang sudah terkumpul dari hasil dokumentasi dianalisis sesuai dengan semua catatan dan dokumen yang dimiliki objek penelitian.⁶¹

Pengumpulan data berupa dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah hasil foto dari tiap event, catatan tentang visit 2018 di website kabupaten sumenep, serta kalender of event visit Suemenep 2018. Peneliti memperoleh data dari dinas kominfo dan TIC selaku pengarah dan pengatur strategi pemasaran visit sumenep 2018.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam kualitatif yakni menggolongkan tiap data atau mengorganisir data (data teks seperti transkrip atau data gambar seperti foto) yang tak lain tujuannya untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis data, mudah dalam hal ini peneliti mereduksi tiap data yang diperoleh dari hasil teknik pengumpulan data.⁶² Analisis data yang sudah terkumpul merupakan proses sistematis dalam pencarian dan transkrip wawancara, catatan lapangan serta materi lainnya yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman materi.⁶³

⁶⁰ Danu Eko Agustinova, *Memahami...*, 33-34.

⁶¹ Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmaji, dan Yuliawati Tan, *Metode Penelitian untuk Akuntansi*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2004), 101.

⁶² John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 251.

⁶³ Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data Cet Ke 3* (Jakarta: Rajawali Press), 85.

Maka dari itu, peneliti dalam hal ini akan mendiskripsikan temuan hasil observasi yaitu strategi pemasaran visit Sumenep 2018, yang dilakukan oleh pihak TIC (*Tourism Information Center*) dan dinas kominfo. Kemudian, peneliti mensingkronisasikan antara dua pihak manajemen strategi pemasaran tersebut dengan teori yang dipakai yakni manajemen strategi pemasaran syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemerintah kabupaten Sumenep menggunakan manajemen Syariah untuk mengatur jalannya visit Sumenep 2018.

Adapun proses berjalannya analisis data harus sesuai dengan tiga syarat, sebagai berikut:⁶⁴

- a. Mencatat hasil yang terjadi dilapangan, tetapi harus ada data yang bisa ditelusuri. Sehingga bisa menjadi data yang autentik. Data yang digunakan peneliti dengan menggunakan dokumen yang sudah ada, karena penelitiannya satu tahun setelah penyelenggaraannya selesai.
- b. Proses pengumpulan data, memilah-milah, mengklarifikasi, mengumpulkan semua data sehingga menjadi kesatuan yang selaras, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
- c. Selanjutnya, yaitu menganalisis semua data kemudian menyesuaikan dengan teori yang dipakai dalam penelitian sehingga dengan demikian peneliti menemukan pola-pola yang saling berhubungan ataupun yang tidak sesuai dengan teori. Data yang diperoleh dari Dinas baik buku ataupun yang lainnya difilter kembali dengan temuan dilapangan.

⁶⁴ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif ...*, 248.

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data menjadi bagian penting dalam suatu penelitian karena dianggap sebagai tolak ukur apakah penelitian ini real data yang diinput atau sebaliknya. Sehingga, uji keabsahan data memiliki empat variable penting yang harus diperhatikan, yakni: validitas internal, validitas eksternal, pengujian *dependability*, serta pengujian *konfirmability*.⁶⁵

Uji keabsahan data menjadi sangat dominan bagi penelitian kualitatif karena alat penelitian yang diandalkan adalah teknik wawancara dan observasi yang banyak mengandung kelemahan ketika dilakukan secara terbuka apalagi tanpa adanya kontrol, sumber data yang kurang *credible* akan mempengaruhi dari hasil penelitian.⁶⁶

Teknik uji keabsahan data memiliki bagian-bagian yang harus dilakukan, tujuannya untuk pemeriksaan data yang sudah terkumpul. Adapun bagian-bagiannya, sebagai berikut:⁶⁷

1. Perpanjangan Pengamatan

Dalam penelitian harus memiliki waktu yang panjang bersama responden, tujuannya untuk mengumpulkan data dan mengoreksi data sebagai bentuk tidak adanya lagi data yang disimpan oleh informan. Demikian itu, menjadi sebab peneliti harus memilih data yang sesuai dengan penelitiannya. Tidak adanya data yang ditutup-tutupi oleh informan menjadi penelitiannya semakin original.

⁶⁵ http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_BIASA (diakses pada 17 mei 2019, pukul 23:31).

⁶⁶ Burhan, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya edisi kedua*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), 261.

⁶⁷ *Ibid*, 263.

2. Ketekunan Pengamatan

Penelitian yang autentik diawali dengan ketekunan pengamatan dilapangan. Meningkatkan ketekunan juga mempengaruhi keabsahan data yang diperoleh peneliti. Dengan demikian, ketekunan pengamatan harus dilakukan sebagai penggali data dan informan sudah merasakan kejenuhan terhadap objek penelitian. Karena dengan begitu, peneliti mampu melakukan segala inderanya dengan maksimal. Sebagai peneliti harus mempunyai insting yang kuat agar pengamatannya tidak mudah berubah fokus yang menjadi awal sebab berubahnya penelitian.

3. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang berada diluar data yang sudah terkumpul, dan sebagai pembanding terhadap data tersebut.⁶⁸ Jika teknik pengumpulan data menggunakan observasi sebagai awal penelitian dan observasi tersebut tidak cukup maka dilakukan wawancara sebagai pendukung atau penguat terhadap observasi dilapangan. Jika wawancara masih tidak bisa membuat yakin peneliti, maka peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen baik berupa foto atau file-file mengenai penelitiannya.

4. Analisis Kasus Negatif

Analisis Perilaku Negatif merupakan salah satu uji keabsahan data sebagai bentuk analisa data yang telah terkumpul baik dari observasi,

⁶⁸ Danu Eko Agustinova, *Memahami...*, 45.

wawancara, ataupun dokumen. Peneliti dalam hal ini, menganalisa data dengan metode pencarian data yang keliru, baik kekeliruan tersebut dari informan atau dari teknik pengumpulan yang lain. Jika terjadi sesuatu yang keliru, peneliti akan mengumpulkan data dari sumber lain, tetapi tetap dalam ruang lingkup penelitian awal yakni tentang strategi pemasarn visit Sumenep 2018. Semakin banyaknya sumber informasi yang akurat, maka data kasus yang negatif juga semakin tidak ada.⁶⁹ Biasanya data kasus yang keliru dari hasil ketidak sesuaian antara data yang dimiliki TIC (*tourism information centre*) dan Dinas Komunikasi dan Informasi kabupaten Sumenep dengan data yang ditemukan dilapangan.

⁶⁹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif ...*, 395.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Sumenep

1. Profil Kabupaten Sumenep

Kabupaten sumenep adalah salah satu kabupaten yang terletak di pulau madura, yakni tepatnya ujung timur pulau madura. Kabupaten sumenep tepat pada antara titik koordinat $113^{\circ}32'54''$ - $116^{\circ}16'48''$ bujur timur dan diantara $4^{\circ}55'$ - $7^{\circ}24'$ lintang selatan. Secara komunal, luas kabupaten Sumenep mencapai .009,47 km² (209.347), luas tersebut dibagi antara daratan dan kepulauan. Luas daratan mencapai 1.146,94 km² (54,79%) yang terbagi 18 kecamatan, antara lain; kecamatan kota, batuan, lenteng, guluk-guluk, pragaan, bluto, saronggi, kalianget, gapura, batang-batang, batuputih, manding, dasuk, taburan, pasongsongan, dan ambunten.⁷⁰

Sedangkan luas wilayah kepulauan adalah 946,54 km² (45,21%) terbagi atas Sembilan kecamatan yang terdiri dari kecamatan talango, nonggunong, gayam, ra'as, masalembu, sapeken, jangkauan, arjasa dan gili genting.

Dengan demikian kabupaten Sumenep memiliki 27 kecamatan, 330 desa, 4 kelurahan, 1.547 dusun, 1.774 rukun warga (RW) 5.569 Rukun Tetangga (RT). Terdapat 260 desa dan 4 kelurahan di wilayahnya daratan serta 70 desa berada diwilayah kepulauan.

Kabupaten sumenep merupakan wilayah yang dikategorikan menerima pengaruh dari berbagai kebudayaan. Sejarah mencatat masuknya pengaruh

⁷⁰ Tim penyusun. *Panduan wisata sumenep the soul of madura*, (dinas pariwisata, kebudayaan, pemuda, dan olahraga kabupaten sumenep, 2018)

Hindu-Budha karena menjalin hubungan *patron-klien* dengan kerajaan singosari dan majapahit. Sedangkan pengaruh agama islam muncul akibat hubungan dengan kerajaan mataram. Hal ini terbukti karena adanya peninggalan kerajaan dan istana yang ada sampai saat ini. Kabupaten sumenep juga merupakan ekspansi ekonomi Eropa dan kekuasaan pemerintah kolonial. Kemudian hal ini menjadikan kabupaten sumenep sebagai kebudayaan yang memiliki ciri khas, yaitu akulturasi dari berbagai kebudayaan.⁷¹

Kabupaten Sumenep juga menjadi kota penghasil garam terbesar sejak paruh abad 19, tepatnya selepas penghapusan kebijakan *cultuurstelsel*. Sumenep dulunya juga menjadi pemasok garam nasional yang dikirim ke daerah-daerah yang dikuasi Belanda diseluruh nusantara, walaupun produksinya di pantai kering, tidak terletak di pantai utara sebagai penghasil garam lainnya.⁷²

Tahun 2016 kabupaten Sumenep di beberapa wilayah mengalami kelangkaan garam sehingga mengakibatkan target produksi nasional tidak dapat terpenuhi, kelangkaan tersebut dikarenakan cuaca meburuk di kabupaten Sumenep waktu itu.⁷³

⁷¹ Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep 2018, *buku 1 MASTERPLAN SMART CITY KABUPATEN SUMENEP 2019-2023*, 5.

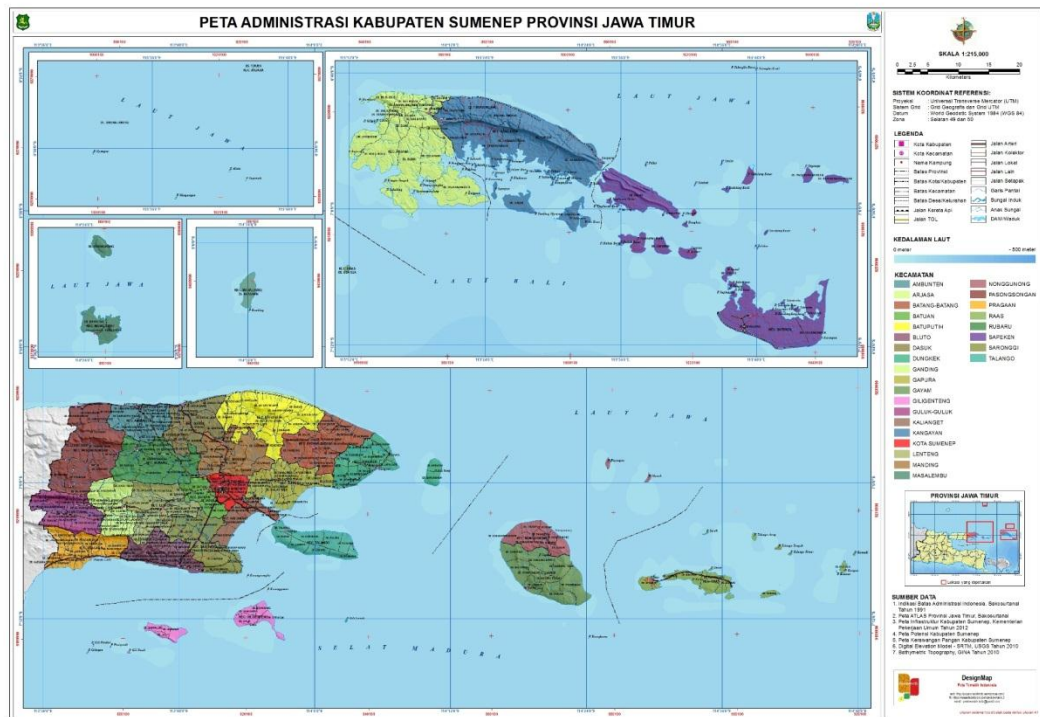
⁷² *Ibid*

⁷³ *Ibid*

Adanya visit Sumenep 2018, yang bertujuan terbentuknya kota yang sejahtera. Mempunyai beberapa landasan hukum sebagai upaya dorongan dan tindakan yang sesuai dengan misi tercapainya perencanaan pembangunan.⁷⁴

2. Peta Administrai Kabupaten Sumenep

Berikut merupakan peta administrasi Kabupaten Sumenep



Gambar 4.1

Peta Administrasi Kabupaten Sumenep

Sumber: <http://petatematikindo.files.wordpress.com/2015/03/administrasi-sumenep-a11.jpg>

⁷⁴ Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep 2018, *buku 2 MASTERPLAN SMART CITY KABUPATEN SUMENEP 2019-2023*, 10.

3. Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep

- a) Tugas Pokok Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga (DISPRBUDPORA) Kabupaten Sumenep.

Membantu Bupati dalam melaksanakan kebijakan di bidang pembangunan pariwisata, kebudayaan, kepemudahan dan olahraga.

- b) Fungsi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga (DISPRBUDPORA) Kabupaten Sumenep.

Disparbudpora Kabupaten Sumenep mempunyai fungsi, sebagai berikut:

- 1) Perumusan kebijakan teknis, penyusunan dan pengkoordinasian program kerja pelaksanaan tugas dalam bidang pariwisata, bidang kebudayaan, bidang pemuda dan bidang olahraga.
- 2) Perencanaan kebijaksanaan dan pelaksanaan kegiatan pariwisata, kebudayaan, pemuda dan olahraga.
- 3) Penyelenggaraan urusan pemerintah daerah dan pelayanan umum bidang kebudayaan, bidang pariwisata, bidang pemuda, bidang olahraga.
- 4) Pembinaan dan pelaksanaan tugas pariwisata, bidang kebudayaan, bidang olahraga, bidang pemuda.
- 5) Penyelenggaraan administrasi kesekretariatan.

- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.⁷⁵

4. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep

- a. Tugas Pokok Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep (KOMINFO) Kabupaten Sumenep.

- 1) Menyelenggarakan Kewenangan Otonomi Daerah dibidang Komunikasi dan Informatika serta tugas pembantuan yang diberikan oleh pemerintah, sebagai Komponen Pemerintah Daerah.
- 2) Membantu Bupati dalam penyelenggaraan kewenangan bidang komunikasi dan informatika.

- b. Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) Kabupaten Sumenep

Kominfo kabupaten sumenep mempunyai fungsi, sebagai berikut:

- 1) Penyusunan dan pengkoordinasian program kerja pelaksanaan tugas komunikasi dan informatika.
- 2) Pelaksanaan perumusan dan kebijaksanaan teknis pengelolaan bidang pelayanan komunikasi.
- 3) Pelaksanaan perumusan kebijaksanaan teknis pengelolaan bidang pelayanan informasi.
- 4) Pelaksanaan perumusan kebijaksanaan teknis pengelolaan bidang pelayanan telekomunikasi.

⁷⁵ <http://dataprimer.sumenepkab.go.id/skpd/index/33/dinas-pariwisata-kebudayaan-pemuda-dan-olahraga>.

- 5) Pelaksanaan perumusan kebijaksanaan teknis pengelolaan bidang pelayanan telematika.
- 6) Pelaksanaan kebijaksanaan di bidang pelayanan komunikasi dan informasi.
- 7) Pelaksanaan hubungan kerja sama dengan insan pers, media cetak dan media elektronik dalam memperluas jaringan informasi.
- 8) Pelaksanaan pengawasan dan pengendalian di bidang pelayanan komunikasi dan informasi.
- 9) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.⁷⁶

c. TIC (*Tourist Information Center*) Kabupaten Sumenep

Disparbudpora di bawah naungan pemerintah kabupaten Sumenep mengoperasikan TIC (*Tourist Information Center*) sebagai salah satu wadah informasi tentang pariwisata kabupaten Sumenep. Tahun 2018 kepala disparbudpora mendirikan TIC sebagai pembenahan kunjungan visit 2018 kabupaten Sumenep.

Fungsi TIC Kabupaten Sumenep, sebagai berikut:

- a) menginformasikan tempat wisata yang ada di Kabupaten Sumenep.
- b) pusat sarana informasi wisata di Kabupaten Sumenep.
- c) menyediakan informasi tempat inap bagi wisatawan lokal maupun non lokal (Mancanegara).

⁷⁶ <http://dataprimer.sumenepkab.go.id/skpd/index/30/dinas-komunikasi-dan-informatika>.

- d) menyediakan informasi transportasi bagi wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Sumenep.

B. Awal Mula Program Visit Sumenep

Sumenep sebagai kota destinasi memiliki banyak kearifan lokal, tempat wisata serta budaya yang mayoritas masyarakat luar ingin berkunjung dan menikmati panorama wisata alamnya, dilihat dari perkembangan wisata sumenep mengalami kenaikan pariwisata dari tahun ketahun. Sesuai dengan data disparbudpora mulai tahun 2014 sebanyak 544.245 wisatawan nusantara dan tahun 2015 sebanyak 626.921 serta pada tahun 2016 sebanyak 854.614.⁷⁷

Sesuai dengan naiknya kunjungan pariwisata nasional maupun internasional, Pemkab (pemerintah kabupaten) sumenep menggelar FGD (*focus grup discussion*) yang dipimpin langsung oleh bupati sumenep Ach Busyro Karim yang tujuan utamanya menampung seluruh elemen baik dari masyarakat ataupun pihak-pihak instansi terkait yaitu pada tanggal 3 bulan april 2017. Wakil bupati sumenep waktu itu Ach Fauzi mengatakan bahwa untuk menghadapi visit sumenep 2018 perlu adanya keseriusan dari semua elemen yang bertujuan untuk mensukseskan acara visit sumenep 2018.⁷⁸

Visit Sumenep di *launching* pertama kali tahun 2018 oleh bupati Kabupaten Sumenep di kementerian pariwisata Jakarta, sebagai salah satu bentuk pengenalan awal terhadap daerah-daerah lain yang berniat untuk berkunjung ke kabupaten Sumenep. Waktu itu, tidak hanya bupati yang menghadiri undangan

⁷⁷ <http://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/owij11284>. Diakses tanggal 9 september 2019, 16.03 WIB.

⁷⁸ <http://www.google.com/amp/s/faktualnews.co/2017/04/03/memaksimalkan-persiapan-visit-sumenep-years-2018-pemkab-gelar-fgd/10117/amp/>. Diakses tanggal 9 september 2019, 16.30 WIB.

kementrian pariwisata akan tetapi ada sebagian OPD yang ikut andil dalam *launching* visit Sumenep.⁷⁹

Sebagaimana rencana awal, *launching* visit Sumenep tahun 2018 diluncurkan di kementrian pariwisata Republik Indonesia, di *launching* oleh Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara (Deputi BP3N) Kementrian Pariwisata (Kemenpar) Esthy Reko Astuti Bersama Bupati Sumenep Busyro Karim dan Wakil Bupati Achmad Fauzi di Balairang Soesilo Soedirman, Gedung Sapta Pesona Jakarta, Kantor Kemenpar, Selasa 5 Desember tahun 2017. Pihak Pemkab (Pemerintah Kabupaten) Sumenep me-*launching* visit tahun 2018 di Jakarta sebagai salah satu bentuk upaya promosi.⁸⁰

Alasan mengapa tidak *launching* visit di Sumenep, karena pihak pemerintah kabupaten Sumenep berharap dengan *launching* visit Sumenep tahun 2018 di Jakarta agar “gaung” nya itu bisa lebih luas. Akhirnya, usaha tidak mengkhianati hasil dengan salah satu strategi yang dipakai tersebut mampu mendobrak tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke kabupaten Sumenep.⁸¹

Strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep ini, merupakan salah satu bentuk strategi promosi yang kemudian Pemerintah kabupaten sumenep mengundang beberapa media swasta untuk menginformasikan kepada seluruh nusantara. Dengan adanya media-media yang didatangkan tersebut, memungkinkan banyaknya warga Negara Indonesia mengetahui ada event visit di Sumenep.

⁷⁹ Wawancara dengan kepala TIC Kabupaten Sumenep.

⁸⁰ <https://www.koranmadura.com/2017/12/launching-visit-sumenep-2018-tulisan-di-panggung-jadi-bahan-tertawaan/>, di unduh pada tanggal 5 Desember.

⁸¹ Wawancara dengan kepala TIC Kabupaten Sumenep.

C. Tujuan Terbentuknya Visit Sumenep tahun 2018

Visit Sumenep tahun 2018 mulai direncanakan dari tahun 2017 melihat dari *launching* visit di akhir tahun 2017. Dicanangkan sebagai upaya pemkab (Pemerintah Kabupaten) Sumenep menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Dengan adanya event visit Sumenep ini, pemkab berharap menaikkan agregat data pengunjung dari tahun sebelumnya.

Tujuan visit Sumenep yang paling utama adalah meramaikan tempat-tempat wisata, dengan demikian perekonomian yang ada disekitar tempat wisata tersebut pemkab berharap perekonomian berjalan dengan lebih cepat, yang nantinya mampu mendobrak ekonomi masyarakat kebawah.

Visit dilakukan dan dicanangkan dalam konteks untuk bertujuan untuk mendatangkan wisatawan dalam negeri ataupun wisatawan mancanegara. Dengan demikian, perekonomian masyarakat Sumenep akan meningkat dengan berhasilnya visit Sumenep 2018.⁸²

Tujuan kedua, diadakannya visit Sumenep tahun 2018 sebagai pengenalan potensi alam terhadap wisatawan baik lokal maupun non lokal. Banyaknya potensi alam yang ada di Sumenep didukung oleh banyaknya pulau yang tak ter huni yang menyimpan potensi alam yang original, juga Sumenep merupakan salah satu pulaunya termasuk kategori oksigen terbaik dunia.

Setiap event visit Sumenep memiliki tujuan masing-masing, ada sekitar 40 event yang di agendakan oleh pemkab. Dari setiap event tersebut memiliki ciri khas yang dirasakan oleh wisatawan baik dari seninya, relegiusnya, serta

⁸² Wawancara dengan kepala TIC Kabupaten Sumenep.

budayanya. Oleh sebab itu, *visit* Sumenep menjadi *soul of madura* jiwanya madura ada di Sumenep.

D. Program-program visit Sumenep tahun 2018

Setiap program visit Sumenep tahun 2018 tidak lepas dari tujuan yang direncanakan sejak awal mulai dibentuknya ide atau gagasan mengenai visit Sumenep yaitu untuk kesejahteraan masyarakat.

Adapun program-program visit Sumenep 2018 yaitu:⁸³

1. Sumenep Mengukir

Kabupaten Sumenep memiliki potensi desa yang sebagian warganya dikenal pengukir, yang banyak orang menyebutnya sebagai desa ukir. Tidak hanya dari kalangan dewasa, tua dan muda juga mempunyai keahlian mengukir. Dengan demikian, desa ini mampu mendobrak perekonomian desa tersebut dengan banyaknya ukiran yang terjual ke berbagai daerah-daerah lainnya, termasuk kota diluar madura, juga bahkan sampai ke mancanegara seperti Malaysia dan Brunei Darussalam.

Untuk menjaga kesinambungan generasi pengukir di desa karduluk ini, Pemerintah Kabupaten Sumenep kemudian mengadakan event sebagai salah satu bentuk apresiasi karya-karya ukir para pengrajin, event tersebut dibentuk dengan pameran produk ukir diselenggarakan di sentra ukir-ukiran kabupaten Sumenep yakni di Desa Karduluk, kecamatan pragaan Sumenep, hari Rabu Bulan Januari tanggal 30.

⁸³Muhammad Nurdin, *Sumenep Travel Guide*, Dinas Komunikasi Informasi, 28 Oktober 2018, 3-34.

Para pengukir di desa Karduluk tersebut merasa bangga dengan adanya event yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep, dikarenakan sebagai salah satu bentuk kelancaran usahanya dan sebagai bentuk silaturahmi untuk mengetahui pengukir-pengukir lain yang berpotensi untuk dijadikan bahan imajinasi kedepannya.

2. Batik *On The Sea* (Sebuah *Fashion show* Batik Spektakuler)

Event batik *on the sea* ini diselenggarakan di pantai lombang pada tanggal 25 bulan Februari tahun 2018, dengan menggunakan peragawan peragawati baik dari anak-anak maupun dewasa menampilkan busana batik Sumenep di atas panggung yang dibangun di atas laut. Sebelum menaiki panggung para peragawan peragawati tersebut berjalan di atas pasir putih.

Adanya pagelaran event batik tersebut juga mengukuhkan Kabupaten Sumenep sebagai kota destinasi wisata dengan keindahan alamnya, peragawan peragawati yang memakai batik tersebut lebih tampak artistic dengan berlatar belakang laut dan penonton di bawah pohon cemara. Kegiatan ini, juga mengangkat Kabupaten Sumenep sebagai penghasil batik yang tidak kalah saing dengan kota penghasil batik lainnya.

Batik *on the sea* ini, mampu membuat perhatian banyak pengunjung. Meski panas menyengat juga ombak yang terlalu besar tidak menyurutkan mata pengunjung dari keindahan-keindahan yang ditampilkan dari batik yang dipakai oleh peragawan peragawati tersebut.

3. Lestarkan Hewan Peliharaan (Sumenep Gelar Kontes Dari Burung Hingga Kucing)

Beragam strategi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Sumenep untuk mengenalkan potensi wisata. Salah satunya adalah dengan menggelar berbagai kontes hewan peliharaan yang banyak terdapat di wilayah Kabupaten Sumenep. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 14, bulan April, tahun 2018. Dalam kegiatan tersebut, Pemerintah Kabupaten Sumenep bersama Komunitas Lovebird Indonesia (KLI) menggelar lomba burung lovebird. Peserta pecinta burung lovebird mencapai 1000 lebih dengan rincian 600 orang mendaftarkan burungnya mengikuti kontes burung ocean dan 500 peserta lainnya mendaftar kecantikan bulu dan tampilannya (*beauty contest*). Dari pendaftar kecantikan bulu dan tampilannya tidak hanya dari madura tetapi juga dari berbagai daerah diluar jawa timur seperti sumatera, Jakarta dan semarang, sedangkan pendaftar burung ocean dari kalangan madura.

Pada bulan juli Pemerintah Kabupaten Sumenep menggelar lomba ayam bekisar, dilombakan dari seni suaranya. Perlu diketahui bahwa ayam bekisar merupakan kategori hewan yang hampir punah keberadaannya. Dengan demikian, Pemkab Sumenep menyelenggarakan lomba tersebut untuk melestarikan kembali ayam bekisar. Peserta tersebut juga dari berbagai daerah yang ada di Negara Indonesia, termasuk Surabaya, Jakarta, Trenggalek, Malang dan Jawa Barat. Ayam bekisar tersebut dilombakan dengan tiga kategori pemula, madya dan utama. Tujuan lainnya Pemkab Sumenep mengadakan perlombaan ayam bekisar agar para peserta dan

penonton mengetahui bahwa bibit ayam bekisar berawal dari kabupaten Sumenep yakni kepulauan kangean.

4. Melukis Sumenep (Pesona Indonesia)

Melukis Sumenep merupakan salah satu program visit Sumenep tahun 2018 diadakan bertujuan merangkul para seniman Sumenep, dalam kegiatan ini lukisan di dari berbagai seniman diletakkan di dinding kemudian diberi lampu agar lukisan lebih eksotis, pameran lukisan ini lebih terhadap keindahan alam, budaya yang dimiliki Kabupaten Sumenep, serta lukisan bupati dan istrinya juga dipamerankan.

Pelaksanaan pameran lukisan ini pada tanggal 1 Mei Tahun 2018, di adakan di gedung Adipoday Sumenep. Seniman lukis berasal dari berbagai daerah, tetapi lukisan tersebut harus menuju pada keindahan alam atau budaya yang dimiliki Kabupaten Sumenep.

5. Zakat Keraton (Kiai Kanjeng dan Kupatan Lebaran)

Kabupaten Sumenep tidak hanya memiliki destinasi bahari, tetapi juga banyak memiliki wisata religi. Sebagai bentuk eksistensi kota yang memiliki peninggalan sejarah, Kabupaten Sumenep tidak bisa menghindari adat istiadat yang sering dilakukan masyarakat, terutama dalam masalah zakat. Zakat keraton ini, dilakukan juga sebagai bentuk mengenang para raja-raja Sumenep dan haturan terima kasih yang telah membangun Sumenep sampai saat ini.

Zakat keraton ini bertepatan dengan hari raya ketupat, yaitu hari ketujuh setelah hari raya idul fitri. Dengan demikian, pemerintah Kabupaten Sumenep

juga menggelar festival ketupat yang dibuat dari berbagai bentuk, ada yang berbentuk ketupat masjid, ada yang berbentuk kuda, dan ada juga yang berbentuk segi empat sebagaimana yang lazim masyarakat sekitar membuatnya.

6. Kuliner Sumenep (Cita Rasa Indonesia)

Salah satu program visit adalah kuliner Sumenep, yang merupakan program terspektakuler dikarenakan acaranya diadakan dua hari dan dipusat kota. Pada kesempatan tersebut, berbagai macam makanan khas Sumenep dan juga makanan khas nusantara juga dihidangkan sebagai bentuk promosi wisata kuliner Sumenep.

Promotor kegiatan tersebut, menjadikan hidangan kuliner Sumenep dan kuliner nusantara sebagai festival kuliner. Kegiatan festival kuliner tersebut diawali dengan pawai dan workshop kuliner, dilanjutkan dengan fam trip bersama biro-biro travel dari berbagai daerah. Kemeriahan program visit ini, semakin bertambah dengan hadirnya chef Marinka dan chef Adi dari Jakarta. Kegiatan kuliner Sumenep ini, dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2018.

7. Kerapan Sapi (Budaya Eksotik dan Bergengsi di Madura)

Kerapan Sapi adalah salah satu program visit yang bergengsi bagi para pemilik sapi dan pecinta ekstrim, dikarenakan program ini menjadi salah satu tradisi Madura dan banyak pecinta dari kalangan umum. Pihak pemerintah menggelar lomba kerapan sapi antar kabupaten sebagai tujuan untuk menjaga tradisi dan juga mempererat tali silaturahmi antar kabupaten di pulau Madura.

Acara ini diselenggarakan di lapangan giling tanggal 05 Agustus tahun 2018, tradisi kerapan sapi sudah turun temurun dilestarikan. Kerapan sapi termasuk icon Madura yang sudah internasional, dan suatu perlombaan yang mengedapankan budaya eksotik juga merupakan suatu kebanggaan bagi masyarakat Madura. Kerapan sapi tradisional ini sudah berlangsung sejak dulu yang memiliki potensi perekonomian rakyat yang sangat besar. Para pecinta sapi kerapan memiliki kesemangatan yang terus dipelihara dan melestarikan sapi khas madura.

8. Rokat *Tasek* (Prosesi selamat laut)

Rokat tasek merupakan acara yang sudah dilakukan tiap tahun dan juga menjadi program visit Sumenep tahun 2018. Rokat tasek merupakan sebuah ritual yang dilakukan sebagai bentuk rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas hasil laut yang melimpah. Karena acaranya yang unik, masyarakat diluar masyarakat pesisir tertarik untuk menontonnya.

Acara ini dilaksanakan tanggal 22 November Tahun 2018. Karena menjadi salah satu program visit acara ini lebih banyak pengunjung dari tahun sebelumnya. Menjadi kebanggaan tersendiri dari masyarakat setempat karena selain mengadakan ritual sebagai bentuk ke-Ilahian, juga menjadi bahan perekonomian.

9. Festival Keraton dan Masyarakat Adat ASEAN

Kabupaten Sumenep menjadi tuan rumah festival keraton dan masyarakat ASEAN (FKMA). Karena bertepatan dengan menjadinya tuan rumah, pihak Pemerintah Kabupaten Sumenep menjadikan kesempatan tersebut untuk

dijadikan program visit tahun 2018. Festival keraton ini digelar oleh forum silaturahmi keraton nusantara. Diselenggarakan selama tiga hari dari tanggal 27-31 Oktober tahun 2018. Kabupaten sumenep menjadi acara puncak dari terselenggaranya FKMA yang sudah terselenggara dari lima keraton Solo, Medan, Menpawa, Ternate dan Denpasar.

10. Parade Musik *Tongtong*

Tongtong merupakan sebutan salah satu musik yang berawal dari tradisi tabuhan bambu untuk membangunkan masyarakat diwaktu sahur pada bulan *ramadhan*, kemudian dikembangkan menjadi salah satu musik tradisional madura dengan memberikan alat tambahan dan tempat pemusik dihias dengan berbagai hiasan agar dilihat lebih menarik. Pada tanggal 31 Oktobe 2018 musik *tongtong* dilombakan dan juga termasuk salah satu event visit.

Sebagai acara penutup dari rangkaian acara festival keraton dan masyarakat adat ASEAN, perlombaan musik *tongtong* ini mampu mendobrak perekonomian masyarakat Sumenep pada umumnya. Banyaknya pengunjung pada malam perlombaan menunjukkan bahwa kabupaten Sumenep menjadi salah satu masyarakatnya yang tetap mempertahankan musik tradisionalitas daerah.

11. Engrang Sumenep

Engrang adalah permainan tradisi dan juga termasuk budaya Madura, utamanya Sumenep. Pada event kali ini, Pemkab memecahkan rekor dunia dengan kegiatan jalan jalan sehat yang diikuti sekitar ribuan orang.

Masyarakat Sumenep menyebutnya *thenjhak*. Dua mambu yang memanjang dan diberi kayu berbentuk segitiga yang melekat pada kaki.

JJS engrang ini diikuti oleh 2018 peserta dengan kostum unik yang tercatat oleh LEPRID (lembaga prestasi dunia) sebagai prestasi luar biasa masyarakat Sumenep dan tercatat pemain engrang dengan pakaian unik terbanyak secara nasional dan dunia. Dengan demikian, prestasi ini membuahkan hasil sebagai rekor dunia. Dilaksanakan pada tanggal 2 September tahun 2018.

E. Kalender Of Event Visit Sumenep 2018

Visit Sumenep tahun 2018 merupakan salah satu event yang mempunyai dampak baik terhadap pemerintah ataupun masyarakat yang terlibat didalam event tersebut. Visit Sumenep mempunyai jadwal yang padat, sehingga tiap bulan dari tahun 2018 terisi dengan event-event visit. Adapun kalender of event visit Sumenep 2018, adalah:⁸⁴

No	Nama program	Tanggal Pelaksanaan	Terlaksana/Tidak Terlaksana
1	Sumenep Mengukir	17 Januari 2018	Terlaksana
2	Batik <i>On The Sea</i>	15 Februari 2018	Terlaksana
3	Rokat <i>Tasek</i>	25 Februari 2018	Terlaksana
4	Kontes Kucing Internasional	17 Maret 2018	Terlaksana

⁸⁴ <https://visitsumenep.com/sumenep-luncurkan-kalender-wisata-2018/>

5	<i>Ghathering</i> Media dan Pelaku Usaha Pariwisata se- Indonesia	14-15 April 2018	Terlaksana
6	Pameran Lukisan	2-5 Mei 2018	Terlaksana
7	Kejuaraan Catur Provinsi Jawa Timur	5-9 Mei 2018	Terlaksana
8	Gebyar Mancing Internasional	9 Mei 2018	Tidak Terlaksana
9	Pekan Tilawatil Qur'an Nasional	26 Mei 2018	Terlaksana
10	Prosesi Upacara Adat Penyerahan Zakat Fitrah Keraton Sumenep	11 Juni 2018	Terlaksana
11	Festival Kuliner Indonesia	14-15 Juli 2018	Terlaksana
12	Pelangi di Sumenep	21-23 Juli 2018	Tidak Terlaksana
13	Kerapan Sapi Tradisional	5 Agustus 2018	Terlaksana
14	Pameran Keris	13-15 Agustus 2018	Tidak Terlaksana

	Internasional dan Peresmian Museum Pusaka Sumenep		
15	Festival Budaya Sumenep	24-26 Agustus 2018	Tidak Terlaksana
16	Jalan-Jalan Santai Menggunakan Engrang	2 September 2018	Terlaksana
17	Festival Topeng Dalang Sumenep	7-8 September 2018	Terlaksana
18	Jasaman dan Kirap Pusaka Keraton Sumenep	16-17 September 2018	Terlaksana
19	Festival Kreasi Pemuda Indonesia	5-7 Oktober 2018	Terlaksana
20	Festival Santri se- Indonesia	19-21 Oktober 2018	Terlaksana
21	Kontes Sapi Sonok	21 Oktober 2018	Terlaksana
22	Pameran Pembangunan dan Sumenep Expo	22-26 Oktober 2018	Terlaksana

23	Grand Final Pemilihan Duta Wisata Kacong <i>Chebbing</i>	24 Oktober 2018	Terlaksana
24	Istighasah Muharram Haul Akbar Raja-Raja Sumenep dan Tasyakkuran Hari Santri Nasional	25 Oktober 2018	Terlaksana
25	Royal <i>Dinner</i> dan Pembukaaan Festival Keraton dan Masyarakat Adat se- ASEAN	27-31 Oktober 2018	Terlaksana
26	Ngontel Wisata Sehat Pulau Oksigen	4 November 2018	Terlaksana
27	Sumenep Spektakuler	11 November 2018	Terlaksana
28	Sumekar Heart 10 KM	18 November 2018	Terlaksana
29	Puncak Peringatan Hari Guru Nasional dan Temu Guru se- Jawa Timur	25 November 2018	Terlaksana

30	Festival Pencak Pesisir Nasional	26-28 November 2018	Terlaksana
31	Festival Batik Nusantara	15-16 Desember 2018	Terlaksana
32	Ajang Tangkastrail Mania	16 Desember 2018	Terlaksana
33	Gema Sholawat Sejuta Umat	31 Desember 2018	Terlaksana

F. Penanggung Jawab Tiap Event Visit Sumenep 2018

Setiap event yang dikelola oleh pemerintah mempunyai tanggung jawab dari setiap perangkat daerah yang diberi tanggungan untuk mengelola salah satu visit. Adapun penanggung jawab visit Sumenep 2018, yakni:⁸⁵

No	Nama program	Penanggung Jawab
1	Sumenep Mengukir	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa
2	Batik <i>On The Sea</i>	Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga
3	Rokat <i>Tasek</i>	Dinas Perikanan
4	Kontes Kucing Internasional	Dinas Peternakan dan Ketahanan Pangan

⁸⁵ Hasil wawancara dengan kepala TIC kabupaten Sumenep.

5	<i>Ghathering</i> Media dan Pelaku Usaha Pariwisata se- Indonesia	Dinas Perindustrian dan Perdagangan
6	Pameran Lukisan	Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga
7	Kejuaraan Catur Provinsi Jawa Timur	Dinas Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
8	Gebyar Mancing Internasional	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
9	Pekan Tilawatil Qur'an Nasional	Dinas Pendidikan
10	Prosesi Upacara Adat Penyerahan Zakat Fitrah Keraton Sumenep	Dinas Kearsipan dan Kepegawaian Dinas
11	Festival Kuliner Indonesia	Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah
12	Pelangi di Sumenep	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
13	Kerapan Sapi Tradisional	Dinas Koperasi dan Usaha Mikro
14	Pameran Keris Internasional dan Peresmian Museum Pusaka Sumenep	Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Olahraga

15	Festival Budaya Sumenep	Dinas Pendidikan
16	Jalan-Jalan Santai Menggunakan Engrang	Dinas Kesehatan
17	Festival Topeng Dalang Sumenep	Dinas Pariwisata Kebudayaan dan Pemuda Olahraga
18	Jasaman dan Kirap Pusaka Keraton Sumenep	Dinas Pemberdayaan Masyarakat
19	Festival Kreasi Pemuda Indonesia	Dinas Perumahan Rakyat Kawasan Pemukiman dan Cipta Karya
20	Festival Santri se-Indonesia	Dinas Lingkungan Hidup
21	Kontes Sapi Sonok	Dinas Pariwisata Kebudayaan dan Pemuda Olahraga
22	Pameran Pembangunan dan Sumenep Expo	Dinas Komunikasi dan Informasi Sumenep
23	Grand Final Pemilihan Duta Wisata Kacong <i>Chebbing</i>	Dinas Pariwisata Kebudayaan dan Pemuda Olahraga
24	Istighasah Muharram Haul Akbar Raja-Raja Sumenep dan Tasyakkuran Hari Santri Nasional	Dinas Pemberdayaan Masyarakat
25	Royal <i>Dinner</i> dan	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

	Pembukaaan Festival Keraton dan Masyarakat Adat se-ASEAN	
26	Ngontel Wisata Sehat Pulau Oksigen	Dinas Lingkungan Hidup
27	Sumenep Spektakuler	Dinas PU Bina Marga
28	Sumekar Heart 10 KM	Dinas Lingkungan Hidup
29	Puncak Peringatan Hari Guru Nasional dan Temu Guru se-Jawa Timur	Dinas Pendidikan
30	Festival Pencak Pesisir Nasional	Dinas Peternakan dan Ketahanan Pangan
31	Festival Batik Nusantara	Dinas PU Bina Marga
32	Ajang Tangkastrail Mania	Dinas Kesehatan
33	Gema Sholawat Sejuta Umat	Dinas Pendidikan

G. Visit dan Kerja Sama yang Terjalin

Dinas komunikasi dan informasi sebagai bentuk promosi visit Sumenep tahun 2018 untuk penginapannya bekerja sama dengan penginapan yang ada di Sumenep, seperti hotel dan vila. Untuk akses perjalannya dinas kominfo dan

informasi bekerja sama dengan biro perjalanan wisata. Adapun dari segi makanannya dinas kominfo bekerja sama dengan beberapa resto dan warung yang ada di sekitar kota kabupaten Sumenep.

Adapun hotel yang bekerja sama dengan program visit Sumenep, yaitu:⁸⁶

No	Nama Hotel	Alamat
1	Contage Gili	Pantai Sembilan kec gili genting
2	Garuda	JL. Kamboja No 20 A
3	Utami	JL. Trunojoyo No 51
4	Sumekar	JL. Trunojoyo No 53
5	Mitraland	JL. Trunojoyo No 191
6	Dreamland	JL. Lingkar Barat Babbalan
7	Safari	JL. Trunojoyo No 59
8	Wijaya	JL. Trunojoyo No 9
9	Surabaya	JL. Mustika No 1
10	Kangen	JL. Adi Poday Gg. V No 93
11	Baitul Kamil	JL. Pelabuhan Kalianget
12	Dubai	JL. Payudan Barat No 10
13	Rubat	Podak, Pabian, Kota Sumenep.

⁸⁶ Muhammad Nurdin, *Sumenep Travel Guide...*, 42.

Adapun travel yang menjadi akses perjalanan wisatawan kabupaten Sumenep, meliputi:⁸⁷

No	Nama Travel	No. Telepon
1	Madura Vocation	0856-3366-391
2	Jelajah Sumenep	0819-3493-1957
3	Kencana Tour	0813-3428-7550
4	Madura Trip	0857-0858-1174
5	Travel Gili Labak	0822-3452-3988
6	Kampung Imaji	0823-3752-1223
7	Bersaudara Travel	0812-3009-0974
8	Balqis Travel	0819-3936-3544
9	M2 Travel	0851-0275-8447
10	Dieng Travel	0811-3430-082
11	Anugerah Travel	0877-5000-5161
12	Jawara Tour Travel	0878-7710-0400
13	Kurnia MD	0852-3230-8454
14	Ilham Travel	0852-3113-2109
15	Sumekar Travel	0812-3277-291
16	Maren Travel	0853-31233939

⁸⁷ Muhammad Nurdin, *Sumenep Travel Guide ...*, 35.

Kuliner dan resto yang tersedia dan bekerja sama dengan program visit Sumenep 2018, yakni:⁸⁸

No	Nama Kuliner/Resto	Alamat
1	Warung Rama	JL. Siwalan, Pengarangan, Kota Sumenep
2	Berung Keraton	JL. Dr. Sutomo No. 6
3	Warung Kornies	JL. Kemala No. 24, Pajinggaan, Bangselok Kota Sumenep
4	Nasi Romi	JL. Lentnan ramli Gg. 1, Ps. Sore, Kepanjin, Kota Sumenep.
5	Soto Kangean	JL. Dr. Wahidin
6	Warung Up Normal	JL. KH. Mansur
7	Ayoka Kafe	JL. Seludang
8	Anita Kafe	JL. Setia Budi
9	Mahdaly Coffe Shop	JL. Dr. Cipto
10	JBL Kafe dan Resto	JL. Seludang
11	Java In	JL. Adirasa, Kota Sumenep
12	Kanca Kona Coffe and Resto	JL. Lingkar Barat, Kota Sumenep
13	Man Nyaman Resto	JL. KH. Mansur, Kota Sumenep
14	Rumah Makan Tiara	JL. Trunojoyo, Kota Sumenep
15	Geslim Resto dan Karaoke	JL. Trunojoyo, Kota Sumenep

⁸⁸ Muhammad Nurdin, *Sumenep Travel Guide...*, 30.

16	Kafe Bambu	JL. Trunojoyo, Kota Sumenep
17	Ayam Brewok Sakera	JL. Pahlawan, Kota Sumenep
18	Warung Djati	JL. Kartini, Kota Sumenep
19	HK Kafe dan Resto	JL. Trunojoyo, Kota Sumenep
20	Adi Dopay Kafe dan Resto	JL. Trunojoyo, Kota Sumenep

H. Analisis Visit Sumenep 2018 Perspektif Manajemen Syariah

1. Visit Sumenep 2018 dalam Konsep Manajemen Syariah

Salah satu event visit Sumenep 2018 merupakan event yang sudah menjadi kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat Sumenep. Contohnya *nyadhar*, *rokat tase'*, kerapan sapi dan lainnya yang sudah banyak didengar oleh masyarakat Sumenep secara khusus. Pemerintah Sumenep menjadikan tiap budaya yang sudah berjalan di masyarakat sebagai ladang perekonomian yang langsung di peroleh masyarakat. Seperti hasil wawancara dengan pihak TIC pemerintah Kabupaten Sumenep.

“,,Yang kedua diharapkan kembali lagi yang tadi taraf hidup masyarakat meningkat, gitu loh. Pemerintah tak endhek jheg yak pesse sajutaan sajutaan sajutaan tapi kalau dikemas dengan konsep seperti itu mungkin benni tamak yaa kan. Kita kan Cuma berusaha pemerintah itu, kesejahteraan masyakat kabupaten Sumenep,,”⁸⁹

Pengelola visit yakni pemerintah daerah Sumenep dan sebagai manager mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dari tiap tahunnya. Sebagai

⁸⁹ Hasil wawancara dengan kepala TIC kabupaten Sumenep

manager pemerintah Sumenep mengonsep berbagai event yang mempunyai tujuan dan arah tidak lain sebagai kesejahteraan masyarakat. Hal ini sesuai dengan konsep dasar manajemen bisnis islam, dimana manajerial mampu menjadikan visit sebagai event yang memiliki tujuan yang jelas.

Tujuan yang dimaksudkan, menjadi bagian penting terhadap pertumbuhan perekonomian masyarakat dari sektor lapangan usaha, dimana pada tahun 2017 hanya 5,11 dan di tahun 2018 naik 5,30. Hal ini dapat diketahui melalui data BPS Sumenep tahun 2019. Sebagai berikut:⁹⁰

Regional Income		
Tabel/ Table 10.4		
Lanjutan/ Continued		
Lapangan Usaha Sector	Tahun Year	
(1)	2017 (2)	2018 (3)
18. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3,30	2,4
19. Pertambangan dan Penggalian	-3,19	-1,5
20. Industri Pengolahan	6,67	7,9
21. Pengadaan Listrik dan Gas	3,87	3,7
22. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah	3,46	3,1
23. Konstruksi	6,19	7,4
24. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	6,87	8,2
25. Transportasi dan Pergudangan	8,09	7,6
26. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	9,80	9,1
27. Informasi dan Komunikasi	8,12	8,9
28. Jasa Keuangan dan Asuransi	5,98	6,8
29. Real Estate	5,71	6,5
30. Jasa Perusahaan	6,22	6,8
31. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial wajib	4,09	5,2
32. Jasa Pendidikan	7,36	8,3
33. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	7,24	7,9
34. Jasa Lainnya	5,79	6,3
PDRB	2,86	3,58
PDRB Tanpa Migas	5,11	5,30

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep
Source : Statistics Of Sumenep Regency

Sumenep in Figures 2019

283

⁹⁰ Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep, *Sumenep Dalam Angka 2019*, (BPS Kabupaten Sumenep, 2019), 283.

Pemerintah kabupaten Sumenep sudah melakukan beberapa program visit Sumenep 2018 sebagai hal baik bagi masyarakatnya, sebagaimana hal ini sesuai dengan hadis nabi Muhammad SAW:⁹¹

عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ

فَإِذَا قَتَلْتُمْ فَأَحْسِنُوا الْقِتْلَةَ وَإِذَا ذَبَحْتُمْ فَأَحْسِنُوا الذَّبْحَ وَالْيُحْدِ أَحَدُكُمْ شَفْرَتَهُ فَايْرُخْ

ذَيْحَتَهُ (رواه مسلم)

Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya Allah mewajibkan perbuatan yang dilakukan dengan baik dalam segala hal, jika kamu membunuh binatang maka lakukanlah dengan cara yang baik, jika kamu mau menyembelih maka sembelihlah dengan cara yang baik, pertajamlah alat potongnya, kemudian istirahatkanlah binatangnya.” (HR. Muslim)

Adanya tiap OPD sebagai penanggung jawab tiap event visit Sumenep 2018, maka pemerintah secara sistematis sudah menjalankan fungsi pengorganisasian. Dengan demikian, pemerintah dapat mendesain perilaku perekonomian berjalan dengan efektif dan dinamis.

Pengkordinasian antara sumber daya manusia, material dan dana telah dilakukan oleh pihak pemerintah kabupaten Sumenep pada tahun 2017 yakni FGD (*focus grup discussion*) sebagai perencanaan awal atau ide dari pemerintah sampai kepada masyarakat.

⁹¹ Abdurrahman dan Firman Setiawan, *Tahfidz Ayatdan Hadists Iqtishady*, (Pamekasan:DUTA MEDIA CENTRE, 2016), 33.

2. Visit Sumenep 2018 Tinjauan Unsur-Unsur Manajemen Syariah

Unsur-unsur manajemen syariah dalam visit Sumenep 2018, sebagai berikut:

- a) Visit Sumenep tahun 2018 merupakan tingkatan dari visit tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut berpengaruh terhadap meningkatnya wisatawan lokal dan wisatawan asing yang berkunjung ke Kabupaten Sumenep. Hasil dari meningkatnya kunjungan wisatawan tersebut menjadikan visit Sumenep tahun 2018 berdampak besar terhadap kesejahteraan masyarakat Sumenep. Contohnya salah satu pemilik hotel c1 yang sampai memohon-mohon kepada pihak TIC untuk terus meningkatkan program-program visit Sumenep.⁹² Dengan demikian, visit Sumenep tahun 2018 sebagai pengaruh meningkatnya perekonomian daerah.
- b) Pengorganisasian dalam visit Sumenep 2018 terlihat sangat relevan dengan teori yang dipakai peneliti yakni suatu kerapian dalam membentuk tanggung jawab tiap event yang diselenggarakan. Misalnya, tiap OPD yang diberi tanggung jawab sesuai dengan organisasi yang dijalankan.
- c) Bupati Sumenep sebagai pemimpin tertinggi dalam tanggung jawab berjalannya visit dikira mampu memimpin dalam beberapa tahun ini setelah terpilih mulai tahun 2016. Sebagai penancang visit Sumenep KH. Busyro Karim berhasil memotivasi para perangkat daerah untuk

⁹² Hasil wawancara dengan kepala TIC kabupaten Sumenep

bertanggung jawab terhadap visit yang diberikan kepada tiap OPD di Sumenep.

- d) Visit Sumenep merupakan batu loncatan untuk menuju smart city, visit Sumenep merupakan salah satu pengendalian pemerintah yang memiliki tujuan yang jelas. Dengan demikian, Sumenep memiliki roda pemerintahan dengan tujuan mensejahterahkan masyarakatnya.

3. Konsep Visit Sumenep 2018 Perspektif Managerial Bisnis Syariah

Sesuai dengan teori yang telah dicantumkan di bab dua, peneliti menggunakan konsep managerial bisnis Syariah sebagai pisau analisis terhadap manager/penanggung jawab tertinggi visit Sumenep 2018, adapun konsep tersebut meliputi:

- a. Sosok managerial yang dalam hal ini Bupati Sumenep, memiliki konsep keterampilan dengan menggunakan berbagai tradisi yang dijadikan acuan menariknya wisatawan dalam negeri atau wisatawan mancanegara. Salah satunya mengembangkan berbagai tradisi yang hampir punah dikalangan masyarakat. Dengan demikian, konsep dan tujuan yang direncanakan managerial mampu mengembalikan marwah ke-Khasan Sumenep sebagai kota yang memiliki keraton yang terjaga sampai saat ini. Mengadakan festival tradisi *topeng dalang* bagi berbagai kalangan baik dari anak-anak sampai yang sudah lanjut usia.

b. Melihat Sumenep dari sudut pandang sejarahnya, Kabupaten Sumenep lahir dari kerajaan yang sangat patuh terhadap budaya dan keagamaannya. Hal ini terbukti sampai sekarang dengan peninggalan sejarahnya yakni tempat peribadahan umat Islam yaitu Masjid Jamik yang terletak di pusat kota Sumenep. Tidak hanya itu, Sumenep didukung oleh banyaknya pesantren yang berdiri di beberapa daerah lainnya yang tersohor di Jawa Timur, pondok pesantren Al-Amien Parenduan misalnya.

Banyaknya rutinitas keagamaan menjadikan Kabupaten Sumenep lebih eksis dengan panggilan kota pesantren. Kepala daerah yang terpilih yaitu KH. Busyro Karim merupakan sosok Kyai dan mempunyai lembaga pesantren di rumahnya. Dengan demikian, segala program yang meliputi pemerintahan termasuk Visit Sumenep 2018 terkonsep dengan Islami. Hal ini terbukti dengan beberapa peraturan daerah yang memiliki tempat wisata seperti pantai menggunakan pelarangan bikini.

c. Bupati Sumenep belum memiliki keterampilan teknis yang mampu menjadi contoh bagi kalangan masyarakat pegiat tradisi. Ketidakmampuan manager dalam hal ini tidak terlalu berpengaruh terhadap keberlangsungannya kelompok tradisi-tradisi yang sudah berjalan di kehidupan masyarakat Sumenep.

d. Sebagai kota yang berbudaya ke keratonan, bupati Sumenep menjadikan hari-hari besar Sumenep, misalnya hari jadi Sumenep

sebagai *cover* kebudayaan bahwa kepemimpinannya dapat memberikan inspirasi terhadap bawahannya ataupun masyarakat Sumenep. Segala baju kekeratonan yang dipakai serta acara yang di adakan di hari jadi tersebut. Semuanya itu, mengandung kepemimpinan yang khas dan inspirator.

4. Pemasaran Syariah Visit Sumenep 2018

a. Komponen-Komponen Pemasaran Syariah Pariwisata

Visit Sumenep dalam pandangan pemasaran Syariah memiliki tiga komponen yang harus di analisis, sebagai berikut:

1) *Attraction*, daya tarik wisata Sumenep dengan panorama keindahan alamnya yang tersedia mampu menarik para wisatawan berkunjung ke kabupaten Sumenep. Tidak hanya itu, kabupaten Sumenep memiliki wisata religi yang juga menarik wisatawan luar kota *ziarah* ke Sumenep. Sebagaimana hasil data kunjungan wisatawan tahun 2018, Sumenep lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan baik dari luar kota atau wisatawan luar negeri.

2) *Accesability*, merupakan salah satu hal terpenting bagi wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Sumenep untuk meengetahui wisata yang ada di kabupaten Sumenep. Sumenep memiliki tiga akses yang bisa dilalui oleh wisatawan yakni udara, laut dan darat. Akses udara, Sumenep memiliki bandara sendiri yang mempermudah bagi wisatawan yang berkunjung dari jauh dan mempercepat akses menuju Sumenep.

3) *Aminiteas*, sebagaimana data yang diperoleh oleh peneliti Sumenep memiliki fasilitas yang mumpuni bagi wisatawan. Fasilitas ini dari segala kebutuhan wisatawan yakni penginapan, kuliner dan transportasi.

b. Strategi Pemasaran Visit Sumenep 2018

Adapun analisis peneliti terhadap pemasaran visit Sumenep perspektif Syariah, meliputi:

1) Segmentasi dan Karakteristik Visit Sumenep 2018 yang Memadai

Banyaknya kelompok masyarakat yang memiliki kebudayaan masing-masing, terlihat oleh pemerintah kabupaten Sumenep sebagai potensi kebudayaan yang patut untuk dibanggakan. Tidak hanya potensi sumber daya manusianya yang kreatif dan inovatif tetapi didukung juga oleh potensi alamnya yang menawarkan panorama keindahan alam yang alami. Misalnya, pantai lombang dengan cemara udangnya, pantai gili labak yang mayoritas pengunjungnya menamakan surga tersembunyinya sumenep, hal ini karena pantai dengan pasir putihnya juga karang lautnya yang masih alami.

Banyaknya dukungan dari kebudayaan dan potensi alam menjadi perhatian penting pemerintah kabupaten sumenep untuk menjadikan setiap kegiatan atau event yang melibatkan pelaku kebudayaan. Tahun 2018 pemerintah kabupaten Sumenep membuat event yang dinamakan visit, adanya event tersebut menjadikan kota Sumenep semakin banyak dikunjungi oleh wisawatan daerah dan wisatawan manca Negara.

Wisata religi dikabupaten Sumenep juga menjadi perhatian penting bagi wisatawan. Asta tinggi misalnya, pemakaman para raja yang mendirikan kabupaten Sumenep waktu awal terbentuknya kerajaan Sumenep.

2) Saluran Distribusi Visit Sumenep 2018 Berdasarkan Kemampuan Tiap OPD (Organisasi Perangkat Daerah)

Setiap event yang sudah disebutkan diatas, menjadi tanggung jawab tiap OPD (Organisasi Perangkat Daerah) baik yang berkaitan dengan tugasnya atau yang sedikit menyinggung organisasinya. Hal ini disebutkan oleh pihak TIC (tourism information center) kabupaten Sumenep dalam chat *WhatsApp*.

OPD sebagai perangkat pemerintahan diberi tugas oleh bupati sebagai sarana kesejahteraan rakyat. Oleh karenanya, setiap OPD melakukan tugasnya dengan tupoksi masing-masing dinasny. Semisal *rokat tase*’ diberikan kepada dinas perikanan kabupaten Sumenep.⁹³

Event visit tahun 2018 pemerintah kabupaten Sumenep dibantu oleh beberapa perangkat dinas daerah dengan bertujuan saling tolong menolong untuk membangun Sumenep lebih sejahtera. Tiap OPD Sumenep juga membantu dalam hal mempromosikan dan OPD yang diberi tanggung jawab harus mampu menjadi tombak terhadap perkembangan perekonomian daerah karena hal tersebut sebagai tujuan

⁹³ Wawancara dengan pihak Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Sumenep

adanya visit. Hal ini disebutkan oleh pak Ronny selaku pengatur strategi pemasaran event visit Sumenep.

“Begini, iya memang benar. Begini tadi kan saya sampaikan bahwa ini adalah salah satu cara untuk eee mempromosikan kabupaten Sumenep ya kan. Jadi, dalam konteks event kita itu jhongrojhung, jhongrojhung itu artinya bergotong royong sama-sama bareng. Contoh misalnya, kecil-kecilan saja, misalnya ada kegiatan A kita butuh tenda misalnya dan tenda yang punya bagian umum ayo dong saya pinjam tendanya kamu gitu. Terus eee ini siapa yang ngisi tendanya apakah ada batik atau ada apa ee disperindak kan punya ini, punya apa namanya anak didik.”⁹⁴

Tujuan dan fungsi pemasaran visit Sumenep 2018, dalam perspektif pemasaran Syariah:

- 1) Setelah menganalisis tentang acuan ide dan gagasan konsep visit Sumenep 2018, ditemukan bahwa konsep yang digunakan yaitu melalui konsep Syariah. Dengan demikian, pengelolaan visit Sumenep sudah termasuk pengelola yang berlandaskan Syariah. Akan tetapi Sumenep sebagai kota yang memiliki banyak kebudayaan turun temurun, masih belum mampu menjadikan setiap produk pemasaran yang berlandaskan Syariah.

⁹⁴ Wawancara dengan kepala TIC Kabupaten Sumenep

2) Sebagaimana data tentang tujuan adanya Visit Sumenep yakni untuk mensejahterahkan Masyarakatnya,⁹⁵ sudah memiliki tujuan dan fungsi men-Syariahkan-kan marketing. Sebagaimana teori yang digunakan peneliti untuk pemasaran visit Sumenep 2018. Hal ini, sudah memiliki dampak yang jelas bagi masyarakat setelah keberlangsungannya visit Sumenep 2018.

3) Bauran Pemasaran dalam Pemasaran Visit Sumenep 2018

Adapun analisis peneliti terhadap visit Sumenep dengan menggunakan teori bauran pemasaran sebagai berikut:

a) Produk Visit Sumenep 2018

Image positif dalam teori bauran pemasaran merupakan salah satu hal terpenting bagaimana mempromosikan produknya. Oleh karena itu, promosi yang dibangun oleh dinas kominfo tersebut sudah sesuai dengan teori yang dilakukan oleh peneliti dalam bab dua. Pentingnya hubungan masyarakat juga membentuk strategi promosi yang baik. Banyaknya promosi yang dilakukan juga mempengaruhi wisatawan berkunjung ke kabupaten Sumenep. Dinas kominfo Sumenep sudah mempunyai kanal sendiri untuk mempromosikan event visit 2018 baik media cetak dan online. Dari tiga media tersebut kominfo yang bertanggung jawab terhadap promosi visit masih saja memperluas

⁹⁵ Hasil Wawancara dengan TIC

coverage sebagai salah satu bentuk penyebaran advertorial⁹⁶ kepada seluruh media. Hal ini tercantum dalam wawancara peneliti.

*“kita punya kanal sendiri untuk mempromosikan visit sumenep tapi untuk memperluas coverage maka kita menyebarkan advertorial kepada seluruh media yang ada di kabupaten Sumenep baik cetak, elektronik maupun online. Kanal kita ada media cetak dan online dulu kita punya radio tutup karena terbentur regulasi undang-undang penyiaran”*⁹⁷

b) Distribusi Pemasaran Visit Sumenep

Dalam teori bauran pemasaran antara penanggung jawab dan event yang dilaksanakan harus sesuai karena nantinya akan sesuai dengan target-target yang dituju oleh pemerintah kabupaten Sumenep. Dalam hal ini, kesesuaian tersebut akan berdampak pada promosi yang dilakukan seperti desain event, periklanan, pengendalian biaya, dan pengetahuan pasar. Dinas perikanan dalam event tersebut sudah sesuai dengan tupoksinya yakni *rokat tase*'. Dimana terjadinya kegiatan masyarakat tahunan tersebut akan berdampak besar ketika promosi dilakukan oleh dinas perikanan, yang secara perekonomian juga membuka masyarakat sumenep non pesisir untuk berjualan ketika sudah banyaknya pengunjung yang hadir dalam acara tersebut.

Dalam tahapan promosi tidak hanya TIC (*Tourism information Center*) yang mempromosikan event visit Sumenep 2018 tetapi juga dibantu

⁹⁶ Dalam KBBI aktual berarti bentuk periklanan yang disajikan dengan gaya bahasa jurnalistik.

⁹⁷ Wawancara dengan pihak Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Sumenep

oleh dinas komunikasi dan informasi. Dinas tersebut, juga sebagai pengendali media-media lain selain dari pihak pemerintah. Sebagaimana hasil wawancara dengan pihak dinas kominfo.

“...kami sebnarnya punya tugas promosi, tapi lebih bagaimana mengendalikan media agar tetap memberikan image positif. Karena pariwisata tidak lebih bagaimana image baik itu dibangun, terutama media...”⁹⁸

c) Media, Alat Utama Promosi Pemasaran Visit Sumenep 2018

Kabupaten Sumenep merupakan kota yang memiliki banyak keindahan alam, potensi manusianya yang kreatif dan peninggalan sejarahnya yang terawat sampai saat ini. Dengan demikian, Sumenep semakin unik dengan masyarakatnya yang merawat banyak kebudayaan yang berjalan sampai saat ini, hal ini karena Sumenep merupakan peninggalan sejarah serta kota paling ujung timur madura yang ketika ditarik sejarahnya pra kemerdekaan Sumenep menjadi salah satu pelabuhan kolonial untuk menjajah Indonesia. Kecamatan dungkek misalnya, sampai saat ini masih ada keturunan asli kolonial yang secara silsilah sampai ke orang-orang putih yakni China.

Peninggalan keraton di kabupaten Sumenep juga menjadi sebab masyarakatnya tetap mempercayai ritual-ritual sebagai salah satu bentuk rasa syukur terhadap potensi alamnya yang melimpah. Misalnya *Nyadhar* , kegiatan tersebut merupakan rasa syukur

⁹⁸ Wawancara dengan pihak Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Sumenep

masyarakat pesisir terhadap kadar air lautnya yang bisa dijadikan garam. Sama halnya dengan *Rokat Tase'* yaitu sebuah kegiatan dalam bentuk rasa syukur terhadap tuhan yang telah memberikan kekayaan laut yang melimpah. Dalam hal ini kebanyakan masyarakat pesisir lebih terhadap tangkapan ikannya yang melimpah. Kedua kegiatan tersebut dilakukan secara rutin tiap tahunan. Bukan hanya itu masyarakat Sumenep non pesisir juga memiliki banyak kebudayaan yang berjalan sampai saat ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai strategi pemasaran visit Sumenep 2018 dalam pandangan manajemen Syariah pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran visit Sumenep menggunakan model strategi yang mengandalkan promosi dan kerja sama. Promosi ini, meliputi segala bentuk media baik dari cetak maupun online serta pernah *launching* visit Sumenep 2018 di Jakarta sebagai salah satu bentuk promosi. Sedangkan kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah daerah Sumenep yaitu segala bentuk kebutuhan wisatawan diantaranya penginapan, transportasi dan kuliner.
2. Strategi pemasaran visit Sumenep 2018 didukung oleh terbentuknya kelompok-kelompok masyarakat yang menjalankan tradisi dari turun temurun. Hal ini, menjadi bagian penting bagi pemerintah kabupaten Sumenep untuk menjalankan strategi pemasaran visit Sumenep 2018. Banyaknya tempat wisata baru serta ditemukannya pulau wisata juga menjadi strategi pemasaran visit Sumenep 2018. Sedangkan wisata religi yang ada di Sumenep juga mengundang para *peziarah* sebagai bentuk karakteristik pasar yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Sumenep. Adapun produk yang terdapat pada visit Sumenep 2018,

tidak semuanya berlandaskan Syariah. Akan tetapi secara konsep pemasarannya sudah berlandaskan asas-asas Syariah.

B. Saran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak pemerintah sudah berjalan dengan baik. Akan tetapi, tidak adanya media asing yang dijadikan sebagai bahan promosi oleh pemerintah kabupaten Sumenep menjadikan wisatawan asing tidak dapat mengakses event-event visit secara internasional.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Abdullah Boedi Dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Bandung: Cv Pustaka Setia, 2014.
- Abdurrahman Dan Firman Setiawan, *Tahfidz Ayat dan Hadits Iqtishady*, Pamekasan: Duta Media Centre, 2016.
- Amin, Riawan, *Menggagas Manajemen Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep, *Sumenep Dalam Angka 2019*, BPS Kabupaten Sumenep, 2019
- Buchori, Alma Donni Junni Priansa, *Manajemen Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Burhan, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007.
- Cholid Narbuko Dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.
- Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif; Teori & Praktik*, Yogyakarta: Calpulis.
- Darmadi Duriyanto, *Strategi Memimpin Pasar*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.

- Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data Cet Ke 3* Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- Fansy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- Fatwa Dsn-Mui Nomor 108 Tahun 2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.
- Heidjrachman Ranupandojo, *Manajemen*, Yoyakarta: UPP-AMP YKPN, 1996.
- Herdiana, Nana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirusahaan*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Iban Sofyan, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet Ke-36 Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Depok: Rajawali Pres, 2017.
- Muhammad, *Paradigma Metodologi Dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Mulyadi A.J Dan H. Andri Warman, *Kepariwisata Dan Perjalanan*, Depok: Pt Grafindo Persada, 2010.

- Mustafa Edwin Nasution Dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2010.
- Nopirin, *Pengantar Ekonomi Makro Dan Mikro*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep 2018, *Buku 1 Masterplan Smart City Kabupaten Sumenep 2019-2023*, Sumenep: 2018.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Sumenep 2018, *Buku 2 Masterplan Smart City Kabupaten Sumenep 2019-2023*, Sumenep: 2018.
- Pradja, Juhaya S, *Ekonomi Syariah*, Bandung:Pustaka Setia, 2012.
- Subhash C. Jain, *Internasional Marketing Management*, Jakarta: Erlangga 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Sujoko Efferin, Stevanus Hadi Darmaji, Dan Yuliawati Tan, *Metode Penelitian Untuk Akuntansi*, Malang: Bayumedia Publishing, 2004.
- Tim Penyusun, *Panduan Wisata Sumenep The Soul Of Madura*, Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, Dan Olahraga Kabupaten Sumenep: 2018.
- Tim Penyusun, *Sumenep Dalam Angka 2018*, BPS Kabupaten Sumenep: Sumenep, 2018.
- Tjiptono, Fansy, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.

Uci Yuliati, *Manajemen Internasional*, Malang: Umm Press, 2006.

Undang, Ahmad Kamaluddin Dan Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2009.

Unggul Priadi, *Pariwisata Syariah Prospek Dan Perkembangan*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.

Yoeti Oka A, *Pemasaran Pariwisata*, Bandung: CV Angkasa, 2013.

Zainal Arifin, Dra.Dahlia Husin, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2006.

Zakiyatun Ais, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.

JURNAL

Ismail Nawawi, *Manajemen Syariah : Sebuah Pemikiran, Wacana, dan Realita (Bagian Utama)*, Al-Qanun, Vol. 13, No. 2, Desember, 2010.

Muhammad Nizar, *Prinsip-Prinsip Manajemen Syariah (Studi Pengembangan Koperasi Syariah Fatayat NU Kecamatan Purwodadi Kabupaten Pasuruan)*, (Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis Vol.4 / No.2: 114-129, Juli 2018.

Chusnul Muali dan Khoirun Nisa, *Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual*, An-Nisbah, Vol 05 2019

Nurul Mubarak, Erizka Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islami Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*, I-Economic Vol 3 No 1 2017

Moh. Ibram Malik Wilopo, M.Kholid Mawardi, “Pengaruh *City Branding* “THE SOUL OF MADURA” Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kabupaten Sumenep ”, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 37 No. 1

WEB

http://id.m.wikipedia.org/wiki/kabupaten_Sumenep diakses 28 mei 2019, 21.25.

<http://suryamalang.tribunnews.com/amp/2018/07/17/inilah-desa-aeng-tong-tong-penghasil-keris-terbesar-sedunia> diakses 28 mei 2019, 21.39

<http://sitijamilahmaghfiroh.wordpress.com/pantai-sembilan> diakses 28 mei 2019, 21.15.

[http://id.wikipedia.org/wiki/manajemen syariah](http://id.wikipedia.org/wiki/manajemen_syariah), diunduh pada tanggal 4 Desember 2019.

WAWANCARA

Wawancara kepala bidang TIC Kabupaten Sumenep, pada 11 September 2019 di kantor TIC kabupaten Sumenep.

Wawancara dinas komunikasi dan informasi Kabupaten Sumenep, pada 7 Agustus 2019 di kantor Diskominfo Kabupaten Sumenep.

