

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman, dari segi adat, budaya, suku dan bahasa. Negara kepulauan yang memiliki luas sekitar 9 juta km yang mana terletak diantara dua samudra dan dua benua yang memiliki jumlah pulau sekitar 17.500 pulau yang memiliki panjang garis pantai sekitar 95.181 km. Kekayaan sumber daya alam akan melimpah. Apabila dikelola dengan baik¹. Sumber daya alam dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan masyarakat sekitar. Salah satu bidang yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah industri pariwisata. Mayoritas penduduk Negara Indonesia adalah beragama islam, yang memiliki potensi dengan sektor ekonomi islam yang besar². Dari total keseluruhan 87,18% penduduk Indonesia beragama islam. Dalam konteks global, penduduk muslim Indonesia sebanyak 12,9% dari total muslim dunia. Jumlah penduduk muslim Indonesia merupakan yang paling tinggi diantara negara-negara di dunia, mencapai sekitar 217 juta orang. Keseluruhan sektor ekonomi Islam berlandaskan pada prinsip syariah baik dari segi produk maupun dari implementasinya³.

Pariwisata secara terminologi berasal dari bahasa sansekerta yang memiliki arti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata artinya “pergi” atau “berpergian”. Maka pariwisata dapat diartikan perjalanan yang

¹ Lailatussyukriah, “Indonesia Dan Konsepsi Negara Agraris,” *Jurnal Seuneubok Lada* 2, no. 1 (2015): 1–8.

² Abu bakar Sidik, Mail Hillian Batin, and M. Junestrada Diem, “Peranan Baznas Dan Sistem Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kelompok Bina Zakat (Kbz) Di Kabupaten Oku Timur,” *Zizwaf: Jurnal Zakat dan Wakaf* 5, no. 2 (2018): 386–408.

³ and others, „The Biodiversity of Flora in Indonesia”, *Journal of Natural Resources and Environmental Management*, 5.2 (2015), 187–98

dilakukan secara berulang kali dari satu tempat ke tempat lain.⁴ Kegiatan wisata di Indonesia saat ini berkembang pesat dengan banyaknya destinasi baru yang memenuhi salah satu kebutuhan masyarakat. Konsep yang trend saat ini dalam perkembangan ekonomi islam di Indonesia yaitu konsep halal, yang diterapkan dalam kebutuhan sehari-hari, mulai dari kosmetik, fashion, kuliner, farmasi, dan bahkan pariwisata. Wisata halal merupakan salah satu sektor pariwisata yang mengalami perkembangan dan menjadi trend bagi para wisatawan saat ini. Banyak wisatawan dalam negeri maupun luar negeri tertarik dengan adanya wisata halal (*halal tourism*). Pariwisata dapat berperan penting untuk meningkatkan perekonomian suatu negara, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara ⁵ . Dengan adanya berbagai keunikan dalam pariwisata Indonesia diharapkan bisa semakin maju dan berkembang. Namun dengan adanya covid 19 yang sejak tahun 2019 menyerang beberapa negara dan salah satunya Indonesia sendiri, sehingga banyak kegiatan aktivitas diluar harus dihentikan dengan terpaksa, salah satu dampak pariwisata menjadi ajang keterlambatan untuk menghasilkan perekonomian, karena pada masa covid 19 tidak diperbolehkan adanya kunjungan dari wisatawan mancanegara.⁶ Hal tersebut dilihat pada data statistic jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari periode beberapa tahun terakhir sebagai berikut.

⁴ Ria Wati, "Analisis Pengembangan Wisata Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Kawasan Masjid Agung Jawa Tengah Skripsi," Ayan, 2019.

⁵ Sudarto, "Teknologi Proses Pegaraman Di Indonesia," *Manajemen Sumberdaya Perairan* 7, no. 1 (2011): 13–25.

⁶ I Dewa Gde Sugihamretha, "Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata," *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 4, no. 2 (2020): 191–206.

Table 1.1

Data kunjungan wisatawan ke Indonesia periode tiga tahun terakhir.

Tahun	Jumlah kunjungan
2018	15.810.305
2019	16.106.954
2020	4.052.923
Januari – juli 2021	937.747

Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan jumlah kunjungan pada tahun 2018 sebanyak 15.810.305 pengunjung berada pada posisi stabil, pada tahun 2019 mengalami peningkatan dengan jumlah 16.106.954 pengunjung, sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat pesat yaitu sebanyak 4.052.923 pengunjung, pada tahun 2021 juga mengalami penurunan lagi dari bulan januari sampai juli sebanyak 937.747 pengunjung.

Pariwisata mempunyai tujuan untuk menikmati keindahan alam yang direnovasi sebaik mungkin ,sehingga menjadi lebih indah lagi unutm dinikmati oleh pengunjung yang dilakukan oleh satu orang atau banyak orang. Wisatawan merupakan sebutan bagi orang yang melakukan kegiatan perjalanan atau pariwisata ketempat tertentu karena adanya sumber daya yang menarik untuk dikunjungi baik karena sumber daya alam manusia dan budaya. Letak geografis, perubahan cuaca, dan potensi fisik merupakan faktor dari sumber daya alam yang dapat dikembangkan dalam suatu wisata. Sedangkan sumber daya manusia (SDM) termasuk faktor yang memiliki peran penting dalam mewujudkan keberhasilan untuk mengembangkann pariwisata yang ada di Indonesia. Sumber daya

budaya sebagai salah satu faktor yang memberikan daya tarik para wisatawan untuk mengunjungi pariwisata⁷.

Pariwisata di Indonesia bukan hanya berpatok dalam satu wisata saja namun memiliki beberapa jenis wisata yang meliputi wisata budaya, bahari, cagar alam, konvensi, pertanian, buru, dan wisata ziarah. Beberapa jenis wisata di Indonesia ada wisata Syariah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan oleh negara, dimana wisata Syariah bukanlah wisata eksklusif yang diperuntukkan untuk kelompok wisatawan tertentu. Wisatawan nonmuslim juga dapat menikmati keindahan, pelayanan, serta segala macam daya tarik wisata yang beretika Syariah. Wisata Syariah memiliki produk dan jasa wisata yang serupa dengan konsep wisata secara konvensional hanya perbedaannya semua pendekatan dan kebijakan yang diterapkan mengacu kepada nilai-nilai Syariah islam.

Kabupaten Gresik merupakan wilayah yang terletak dibagian utara Pulau Jawa, dan dekat dengan kota Surabaya serta Selat Madura. Kabupaten Gresik diapit oleh beberapa kabupaten yaitu antara lain Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Lamongan dan Kabupaten Mojokerto. Sebagai kota satelit Surabaya, Gresik memegang peran penting sebagai penyuplai perekonomian dan kebutuhan pokok Surabaya⁸. Kabupaten Gresik juga memiliki potensi alam yang sangat menawan, baik dataran tinggi maupun keindahan pantainya. Tidak hanya itu Kota Gresik memiliki luas dan lahan sebagai kota yang kaya sumber daya alam dan keindahannya dan merupakan kota memiliki beberapa julukan, seperti julukan Gresik sebagai kota santri dan kota wali, karena kota Gresik sendiri terkenal religious, namun untuk wisata Syariah yang berbau

⁷ I Gusti Ngurah Fredi Firawan and Ida Bagus Suryawan, "Potensi Daya Tarik Wisata Air Terjun Nungnung Sebagai Daya Tarik Wisata Alam," *Jurnal Destinasi Pariwisata* 4, no. 2 (2016): 92.

⁸ Rimet Rimet, "Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat: Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2019): 50–61.

⁹ Tisa Angelia and Eddy Imam Santoso, "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Religi Bukit Surowiti Di Kecamatan Panceng, Gresik," *Jurnal Planoeearth* 4, no. 2 (2019): 102.

dengan alam Adapun beberapa wisata yang cukup terkenal di Gresik antara lain: wisata religi sunan giri, wisata religi sunan maulana malik Ibrahim, wisata pantai delegan, wisata taman petik buah naga, wisata pulau bawean, wisata bukit kapur setigi.

Kota Gresik saat ini mulai muncul bibit-bibit dari wisata Syariah yaitu dengan adanya pemandian hijaber di wisata bukit kapur (SETIGI) yang berada di Desa Sekapuk Kecamatan Ujungpangkah. Wisata bukit kapur (SETIGI) terletak di lokasi yang sangat strategis dan bernilai tinggi. Wisata tersebut dirancang oleh pemerintah Desa Sekapuk dengan memanfaatkan dana desa yang telah diberikan oleh pemerintah pusat⁹. Adanya wisata bukit kapur (SETIGI) merupakan salah satu upaya pelestarian lokasi bekas galihan tambang batu kapur sebagai pencegahan dan pelestarian yang ada di Desa sekapuk tidak akan kehilangan kekayaan alam tersebut. Perbukitan yang sangat exotis seperti diberadaban kuno, goa-goa yang sangat menjulang, dan perbukitan yang menawan menjadikan wisata SETIGI ini mempunyai keunikan dari yang lain.

Wisata bukit kapur (SETIGI) memiliki beberapa wahana. Salah satu wahana yang memiliki potensi wisata halal yakni adanya pemandian hijaber. Wahana tersebut memiliki konsep pemandian tertutup yang di khususkan untuk wanita bak pemandian putri yang ada pada jaman dahulu sehingga para wisatawan mendapatkan suasana asri dengan adanya pemandian tersebut namun, Wahana ini belum banyak dikunjungi oleh wisatawan.¹⁰ “Kami luncurkan wahana wisata pemandian hijaber. Harapannya kedepan Wisata Setigi juga menjadi wisata dakwah dengan menghadirkan pemandian Syariah, yaitu hanya perempuan berhijab yang bisa menikmati pemandian hijaber.” Ungkapan bapak Abdul Halim selaku Kepala Desa.

Dari beberapa wahana yang terdapat di wisata bukit kapur (SETIGI) maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian tentang strategi

pengembangan wisata halal menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM di wisata bukit kapur (SETIGI). Analisis SWOT dan QSPM merupakan metode yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan wisata halal, dimana analisis SWOT merupakan suatu kerangka penganalisisan yang terintegrasi antara internal perusahaan dan lingkungan eksternal, dengan membangun pendekatan SWOT. Matriks SWOT dipilih karena merupakan alat yang cepat, efektif dan efisien dalam menemukan kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan, pengambilan keputusan dan memperluas visi dan misi organisasi. Hasil dari keseluruhan wawancara maupun observasi nantinya akan dikelompokkan sesuai dengan komponen yang ada pada analisis SWOT sehingga dapat mempermudah untuk menemukan rencana jangka Panjang¹¹. Komponen tersebut antara lain yaitu *Strengths* (kekuatan) atau kemampuan apa saja yang dimiliki dari objek penelitian dan *Weakness* (kelemahan) yang ditemukan di lapangan kemudian dapat disesuaikan dengan *Opportunities* (peluang) setelah mengetahui peluang apa saja yang ada dalam penelitian kemudian kita bisa mengetahui *Threats* (ancaman). Sedangkan untuk metode yang kedua yaitu *Quantitative Strategic Planning Matrix* ((QSPM) yang mana merupakan suatu alat untuk melakukan evaluasi pilihan alternatif secara objektif, untuk menetapkan daya tarik relatif dari Tindakan alternatif yang layak dan memutuskan strategi mana yang terbaik, sehingga bisa dikatakan sebagai model pendukung dalam mengambil keputusan untuk bisa menyelesaikan suatu permasalahan dalam pengambilan keputusan untuk bisa menyelesaikan suatu permasalahan, dalam pengambilan keputusan harus mengetahui matriks yang ada pada QSPM itu sendiri yang diawali dengan penentuan tujuan, kriteria dan alternative.¹²

¹¹ Rimet, "Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat : Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)."

¹² Nyimas Ekinevita Putri, Retno Astuti, and Shyntia Atica Putri, "Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT Dan

Adapun tujuan dari penggunaan analisis SWOT dan QSPM yaitu untuk merumuskan alternatif-alternatif strategi pemasaran yang dilihat dari kondisi internal dan eksternal. Dalam penelitian ini digunakan alat analisis SWOT dan QSPM untuk merumuskan strategi pemasaran yang terlebih dahulu dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal. Analisis lingkungan internal digunakan untuk mendapatkan kekuatan dan kelemahan, dan analisis lingkungan eksternal digunakan untuk mendapatkan peluang dan ancaman. Dari hasil analisis SWOT didapatkan dua strategi SO (Strength Opportunity), dua strategi WO (Weakness Opportunity), dua strategi ST (Strength Threat), dan tiga strategi WT (Weakness ThreatS). Dari Sembilan strategi tersebut, dipilihlah satu strategi yang lebih diunggulkan atau di prioritaskan dengan menggunakan alat analisis QSPM.

Berdasarkan urgensitas di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pengembangan Potensi Wisata Halal Menggunakan Metode Analisis SWOT dan QSPM Pada Wisata Setigi Sekapuk Ujungpangkah Gresik”**

B. Rumusan Masalah

Melihat uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian adalah:

1. Bagaimana analisis SWOT dan QSPM pada wisata halal di objek wisata setigi?
2. Bagaimana strategi pengembangan potensi wisata halal di objek wisata setigi sekapuk Gresik menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Melihat uraian permasalahan diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah;

1. Untuk dapat mengetahui analisis SWOT dan QSPM pada wisata halal di objek wisata setigi sekapuk Gresik.
2. Untuk dapat mengetahui strategi pengembangan wisata halal di objek wisata setigi sekapuk Gresik.

Adapun manfaat dari penelitian, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengetahuan serta pemahaman bagi penulis mengenai strategi pengembangan potensi wisata halal menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM di wisata setigi sekapuk Gresik.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi mengenai pendekatan analisis SWOT dan QSPM bagi peneliti selanjutnya yang tertarik tentang wisata halal.

3. Bagi Pemangku Kebijakan atau Pemerintah

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk terus memperhatikan dan mengembangkan kondisi wisata halal.

D. Kajian Pustaka

Untuk mendapatkan hasil maksimal dari sebuah penelitian maka penulis akan menguraikan penelitian terdahulu sebagai penunjang penelitian dengan permasalahan yang berbeda supaya tidak terjadi kesalahan fahaman dikemudian hari. Berikut uraian penelitian terdahulu:

1. Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah oleh Rimet Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2019) dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Setelah mengetahui pendekatan yang digunakan meliputi *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* maka peneliti menghasilkan sebuah strategi pengembangan pada wisata syariah yang ada di Sumatera Barat sebagai berikut, menjadikan pariwisata sebagai sector unggulan, yang diimplementasikan dalam suatu gerakan pengembangan pariwisata rapat koordinasi dengan pemerintah dan stakeholder terkait mendapatkan kesepakatan menjadikan wisata Syariah di kota sumatera barat sebagai wisata halal, terpilihnya sebagai destinasi halal, kuliner, world’s best halal destination, world’s best halal culinary terbaik nasional, dan memberikan subsidi untuk pengurusan sertifikasi halal industry (rumah tangga atau restoran)”.¹³
2. Jurnal “Farida Rahmadani dkk. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung (2020) dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Bandung Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi pengembangan wisata Syariah di kota bandung yang sesuai dengan analisis SOAR terdapat enam alternatif strategi yakni; mengoptimalkan seluruh potensi dan melakukan peningkatan daya Tarik wisata membuat asosiasi antara

¹³ Rimet, “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat : Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat.”

stakeholder, mengoptimalkan media informasi dengan konsep digital, melakukan sosialisasi pariwisata Syariah pemerintah melakukan pelatihan bagi pelaku usaha, pemerintah menyusun peraturan daerah mengenai penyelenggaraan wisata Syariah, menciptakan inovasi daya tarik wisata, dan memperkuat upaya promosi”.¹⁴

3. Skripsi “Rizky Septa Dinary” Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura (2021) dengan judul “Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Desa Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil dari penelitian ini membahas mengenai upaya yang dilakukan oleh pemerintah desa Sekapuk dalam meningkatkan pendapatan masyarakat yang telah dilakukan melalui program-program pemberdayaan desa yang dijalankan oleh BUMDes Sekapuk seperti program bantuan bagi penambang dan wisata setigi serta program yang dimiliki PKK yakni dapur Mbok Inggih, upaya melalui program pemberdayaan desa yang dilakukan telah mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dari yang sebelumnya tidak memiliki penghasilan kini sekarang memiliki penghasilan.¹⁵

4. Skripsi “Uzlifatul Jannah” Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (2019) dengan judul “Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Baru (Studi Deskriptif Kualitatif Wisata Bukit Kapur Setigi di Desa Sekapuk Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik”. Hasil dari penelitian ini membahas mengenai untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran BUMDES dan pokdarwis Pelangi dalam memasarkan wisata bukit kapur SETIGI dalam menarik pengunjung.

¹⁴ Farida Rahma Ramdhani, Popon Srisusilawati, and M. Andri Ibrahim, “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Kota Bandung Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR,” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* (2020): 226,

¹⁵ Rizky Septa Dinary, “Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Desa Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam” (2021)

Dengan menerapkan harga yang murah untuk tiket masuk ke wisata akan menarik banyak pengunjung, melakukan promosi melalui media cetak, media social, maupun media elektronik agar wisata bisa dikenal oleh masyarakat luas. Dan melakukan Kerjasama dengan macam-macam media, para Stakeholder, pemerintah, tour&travel, hotel dan perusahaan swasta untuk bersinergi dan bekerjasama dalam strategi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola wisata bukit kapur (SETIGI).¹⁶

¹⁶ uzlifatul jannah, “Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Wisata Baru ; Studi Deskriptif Pada Wisata Bukit Kapur Setigi Di Desa Sekapuk Kecamatan Ujungpangkah Gresik” (2019)