

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Pariwisata Halal

a. Pengertian Pariwisata Halal

Suwantoro mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya. Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan.¹

Pariwisata merupakan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya dan alam.²

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke dan menetap di daerah yang bukan biasanya selama jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu luang, tujuan bisnis dan tujuan lainnya.³

¹Baginda Syah Ali, "Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut." *Skripsi Unipersitas Pendidikan Indonesia*, 2015.

²Guslila Sari Nasution.dkk, "Implementasi Webgis Pariwisata Pada Kabupaten Mandailing Natal." *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, vol.7, no.3, 2020

³Gusti Bagus Arjana, "Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.", Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h.6.

Sebagai suatu konsep, pariwisata dapat ditinjau dari beberapa segi yang berbeda. Pariwisata dapat dilihat sebagai suatu kegiatan melakukan perjalanan dari rumah dengan maksud tidak melakukan usaha, melainkan bersantai. Pariwisata dapat juga dilihat sebagai suatu bisnis, yang berhubungan dengan penyediaan barang dan jasa bagi wisatawan dan menyangkut setiap pengeluaran oleh wisatawan atau pengunjung dalam perjalanan.⁴

Faktor penunjang potensi pariwisata adalah kondisi fisik lapangan, keterjangkauan, pemilikan dan penggunaan lahan, hambatan dan dukungan serta faktor lain seperti upah tenaga kerja dan keadaan politik. Berikut adalah faktor-faktor penunjang potensi pariwisata, diantaranya:

- a. Kondisi alam seperti iklim, keadaan tanah, jenis bantuan dan morfologi, hidrosfer, jenis binatang, dan tumbuhan.
- b. Pertunjukan menjadi salah satu daya tarik wisata yang mampu menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu, seperti pertunjukan tari, lagu daerah, kesenian daerah, upacara adat istiadat, dan lain sebagainya.
- c. Keterjangkauan, berkaitan dengan usaha seseorang mencapai objek wisata. Semakin mudah objek wisata dijangkau, maka semakin banyak pula wisatawan yang berminat datang, begitupun sebaliknya. Namun ketika sebuah objek wisata memiliki keindahan dan keunikan tertentu, kendala akses tidak memiliki pengaruh yang cukup besar untuk mempengaruhi wisatawan datang ke lokasi.
- d. Pemilikan dan penggunaan lahan dapat mempengaruhi lokasi tempat wisata antara lain lahan negara, lahan masyarakat dan lahan pribadi.
- e. Sarana wisata seperti transportasi, biro perjalanan wisata, akomodasi penginapan dan tempat makan. Prasarana wisata adalah segala fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta mampu memberikan pelayanan baik kepada wisatawan yang berbeda-beda.

⁴Hery Bajora Nasution, "*Potensi Dan Perkembangan Pariwisata Di Kabupaten Mandailing Natal.*", Repository USU, 2009.

- f. Kesadaran masyarakat menjadi faktor yang cukup penting untuk pengembangan sebuah objek wisata, dengan kesadaran masyarakat yang tinggi untuk mengembangkan sebuah objek wisata, maka akan semakin tinggi pula potensi yang dimilikinya.⁵

Pariwisata syariah atau yang biasa lebih dikenal dengan pariwisata halal adalah pariwisata yang mengedepankan nilai keislaman disetiap aktivitas yang dilaksanakan. Istilah pariwisata halal secara difinisi di kalangan para pelaku wisata masih cenderung asing. Pariwisata halal lebih masih banyak yang memaknai atau menyamakannya dengan wisata religi, yaitu kunjungan ke tempat ibadah untuk berziarah atau tempat ibadah lainnya. Padahal, pariwisata halal tidak hanya terfokus pada objek saja, tetapi perilaku saat melaksanakan perjalanan dan fasilitas pendukung lainnya.⁶

Menurut Sofyan, arti dari pariwisata halal atau dapat diperluas menjadi pariwisata religi yaitu pariwisata yang berdasarkan terhadap prinsip-prinsip syariat Islam. Selain itu pariwisata halal adalah pariwisata yang menyediakan fasilitas liburan yang berdasarkan prinsip Syariah.⁷

Munculnya istilah halal tourism atau pariwisata halal pada awalnya kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan atas dasar untuk menumbuhkan motivasi rasa atau nilai religi yang ada pada dirinya dengan mengunjungi tempat-tempat ibadah, tempat pemakaman, atau tempat bersejarah yang memiliki nilai-nilai religi sesuatu dengan agama yang dianut. Pada awalnya pariwisata ini disebut juga sebagai wisata religi. Wisata religi ini pertama kali diperkenalkan oleh *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun 1967 saat melaksanakan pertemuan bertemakan "*Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations*".

⁵Firdausia Hadi dan M. Khoirul Hadi, "Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syari'ah." *Jurnal Mitra Bestari*, vol 3, no 1, 2017, h. 106-109.

⁶Unggul Priyadi, *Pariwisata Syariah Prospek Dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016, h 94.

⁷M. Zaki Mubarak Lubis, "Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis Ovop (One Village One Product)." *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol 3, no 1, 2018, h 36.

Wisata religi kemudian mengalami perkembangan karena segmen dari wisata ini tidak hanya sebatas agama tertentu. Nilai yang lebih universal dan memiliki manfaat bagi masyarakat, seperti nilai edukasi, dan nilai kearifan lokal juga tidak ditinggalkan. Sedangkan persepsi publik tentang wisata halal adalah kegiatan yang dilakukan wisatawan untuk mengunjungi masjid maupun kuburan, Padahal wisata halal sendiri mencakup wisata budaya, wisata alam, maupun wisata buatan yang dirangkai dengan prinsip dan nilai Islam. Beberapa istilah yang juga digunakan oleh beberapa negara dalam menerapkan wisata halal, seperti *halal travel*, *halal lifestyle*, *islamic tourism*, *halal friendly tourism destination*, atau *muslim friendly travel destination*.⁸

Wisata halal pada umumnya didefinisikan sebagai produk dan layanan pariwisata yang mencakup segala kebutuhan wisatawan muslim yang berkaitan dengan makanan dan kegiatan ibadah. Bon and Hussain mendefinisi pariwisata halal sebagai orientasi perjalanan muslim yang dibuat untuk alternatif. Konsep halal sendiri digunakan secara umum untuk perbuatan yang diizinkan untuk dilakukan, konsep halal tidak hanya diaplikasikan pada makanan. Namun, juga termasuk semua aspek produk yang ditawarkan.⁹

a. Objek Wisata : Destinasi (Sasaran Kunjungan)

Semua objek wisata yang ada dapat dikelola menjadi destinasi wisata halal selagi tidak ada faktor yang bertentangan dengan syariat Islam. Pertama, destinasi wisata harus memiliki tujuan untuk terwujudnya kemaslahatan dan kebaikan umum. Kedua, sarana dan prasarana yang ada pada objek wisata harus dilengkapi dengan fasilitas ibadah yang memadai, mudah dijangkau, dan sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Ketiga, destinasi wisata harus terhindar dari perbuatan yang dilarang oleh agama.¹⁰

⁸Alwafi Ridho Subarkah, "Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat." *Intermestic: Journal of International Studies* 2, vol 1, no 2, 2018, h 192-193.

⁹Oktaviani Winarti, "Halal Tourism in Indonesia: Does It Attract Only Muslim Tourists." *Jurnal Komunikasi*, no 3, 2017, h 234.

¹⁰Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang: UIN Malik Press, 2017, h 100.

b. Perhotelan : Infrastruktur Akomodasi

Sebagai penunjang kegiatan pariwisata, membutuhkan infrastruktur pendukung seperti ketersediaan hotel untuk tempat menginap bagi para wisatawan. Bisnis perhotelan memiliki dua fungsi penting, yaitu menyediakan produk riil (tangible product) dalam wujud penyediaan kamar dan fasilitasnya beserta konsumsi baik makanan maupun minuman. Selain itu juga menjual produk yang tidak tampak yaitu layanan jasa yang bisa dirasakan oleh wisatawan.

Maka dari itu, fasilitas yang dijual oleh hotel dalam pandangan fikih tidak boleh ada aspek apapun yang bertentangan dengan syariah. Seperti, terbebas dari segala jenis makanan dan minuman memabukkan dan mengandung bahan yang haram dikonsumsi. Mengutamakan layanan yang mencerminkan etika Islam, tidak hanya yang tampak secara lahir tetapi juga batin, seperti ramah, amanah, jujur, dan tindakan terpuji lainnya.¹¹ Dalam penyediaan fasilitas perlu dibedakan berdasarkan jenis kelamin, seperti fasilitas kolam renang, fasilitas spa, fasilitas kamar, kecuali mahram dan memiliki surat keterangan telah menikah.

c. Restoran : Infrastruktur Kebutuhan Konsumsi

Setiap usaha restoran memiliki sumber daya manusia, tempat dan objek yang dijual seperti jasa, makanan dan minuman. Dalam aspek fikih etika pelayan harus berpakaian sopan dan sesuai syariat, menjaga aurat, tersedianya fasilitas ibadah yang memadai, adanya daftar harga tiap produk yang dijual, adanya label halal pada tiap makanan yang disajikan dan lain sebagainya.¹²

Infrastruktur kebutuhan konsumsi bukan hanya terbatas pada penyediaan restoran saja, namun juga meliputi penyediaan toko maupun gerai penjualan oleh-oleh yang biasanya menjadi tujuan wisatawan untuk mendapatkan buah tangan. Aspek tersebut juga harus sesuai dengan syariat islam sesuai yang telah dijelaskan di atas.

¹¹ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, 104.

¹² *Ibid*, hal.105

d. Travel : Infrastruktur Biro Perjalanan dan Transportasi

Biro perjalanan harus memberikan pelayanan sesuai dengan etika Islam. Memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk berhenti di titik tertentu untuk istirahat, makan dan melaksanakan ibadah shalat. Rumah makan yang digunakan untuk aktivitas tersebut juga harus memiliki standar restoran atau rumah makan halal sebagai sarana pendukung perjalanan wisata halal. Hal tersebut adalah salah satu cara untuk memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan sebagai salah satu bentuk pelayanan excellent dari sebuah usaha transportasi agar tercipta kesan perusahaan yang digunakan mengedepankan etika Islam.

e. Sumber Daya Manusia (Human Resourch)

Manusia menjadi daya dukung kegiatan pariwisata yang sangat krusial, baik kemampuannya sebagai pengusaha, pemangku kebijakan, pemandu wisata (pramuwisata), kaum intelektual, dan masyarakat luas. Semua unsur sumber daya manusia (SDM) memiliki peran dan fungsinya masing-masing.¹³ Unsur yang tidak kalah penting untuk disoroti adalah seorang pemandu wisata atau pramuwisata dalam perannya menyukseskan pembaangunan pariwisata halal. Bagaimana cara berpakaian, menentukan tarif jasa ketika memandu, harus transparan untuk menciptakan kenyamanan antara pramuwisata dan wisatawan.

Pramuwisata harus memahami dan menjalankan nilai-nilai syariah dalam melaksanakan tugasnya, diantaranya adalah bersikap profesional, paham dan dapat melaksanakan fikih pariwisata, berperilaku sesuai etika Islam, mampu berkomunikasi dengan baik, ramah, jujur, menarik, dan bertanggungjawab. Dengan demikian, Sumber daya manusia yang berkecimpung di industri pariwisata halal harus paham akan kebutuhan dasar wisatawan muslim. Sebagai wujud komitmen pengembangan di bidang industri halal tourism.¹⁴

¹³ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, h.107-108

¹⁴ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, h.109.

Tabel 2.1
Perbedaan Wisata Halal, Religi dan Konvensional

No	Unsur	Konvensional	Religi	Halal
1.	Objek	Alam, warisan budaya, kuliner	Peninggalan sejarah, tempat ibadah	Wisata alam, budaya, kuliner, peninggalan sejarah, tempat ibadah, dan lain sebagainya.
2.	Tujuan	Hiburan	Menambah rasa spiritual	Meningkatkan rasa religiusitas dengan menghibur
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, untuk menghibur semata	Aspek spiritual menenangkan jiwa, mencari ketentraman batin semata	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4.	Pemandu wisata	Paham dan menguasai objek wisata agar wisatawan tertarik	Mengetahui dan paham sejarah tentang lokasi dan tokoh objek wisata	Membangkitkan spirit religi wisatawan dan menjelaskan fungsi dan peran kebahagiaan rohani dalam konteks Islam
5.	Pasilitas Ibadah	Hanya Perlengkapan	Hanya Perlengkapan	Menjadi satu bagian dengan destinasi wisata, serta ritual dalam

				beribadah menjadi paket hiburan
6.	Kuliner	Umum	Umum	Sertifikasi Halal
7.	Relasi dengan masyarakat disekitar destinasi wisata	Komplementer dan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan	Komplementer dan hanya untuk mendapatkan keuntungan	Terintegrasi, interaksi berdasarkan prinsip Islam
8.	Rencana Perjalanan	Tidak memperhatikan waktu	Peduli dengan waktu	Waktu perjalanan diperhatikan

b. Faktor Pariwisata Halal

Menurut Cchookaew, terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata halal dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan, yaitu :

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan.
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip prinsip-prinsip Islam.
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi
7. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.

8. Berpergian ketempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.¹⁵

Selain beberapa faktor diatas, terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan potensi wisata halal di indonesia, yaitu :

1. Pertumbuhan populasi muslim yang relatif cepat
2. Pertumbuhan middle-class income penduduk muslim yang juga cukup besar
3. Banyaknya populasi muslim yang masih muda dan gemar melakukan traveling
4. Akses informasi pariwisata yang berkembang pesat
5. Fasilitas dan layanan yang ramah dan memuaskan
6. Adanyaramadhan travel yang menarik minat wisatawan
7. Bisnis travel yang semakin berkembang dan cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan.

c. Ciri-Ciri Pariwisata Halal

Berikut ini merupakan tiga penilaian GMTI 2016 yaitu destinasi yang aman dan ramah untuk destinasi wisata keluarga, fasilitas dan pelayanan yang ramah muslim, serta kesadaran destinasi tentang wisata halal :

1. Destinasi yang aman dan ramah untuk aktifitas liburan keluarga.
 - a. Destinasi wisata yang ramah keluarga.
 - b. Keamanan secara umum maupun khusus untuk wisatawan muslim.
 - c. Jumlah kunjungan muslim.
2. Fasilitas dan pelayanan yang ramah muslim.
 - a. Pilihan dan jaminan kehalalan makanan.
 - b. Fasilitas solat.
 - c. Fasilitas bandara.
 - d. Pilihan akomodasi.
3. Pemasaran dan kesadaran destinasi tentang wisata halal.
 - a. Kemudahan berkomunikasi.

¹⁵Ida Nurlatifah, *Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia : Peluang, Tantangan, Dan Strategi*.Hal 12-13.

- b. Kesadaran tentang kebutuhan wisatawan muslim dan usaha untuk memenuhinya.
- c. Transportasi udara.
- d. Persyaratan visa.

Panduan umum wisata syariah mengatur beberapa panduan dalam mengaplikasikan wisata syariah, yang meliputi destinasi, akomodasi, biro perjalanan wisata, usaha penerbangan dan juga tempat perbelanjaan dan persinggahan. Adapun beberapa panduannya yaitu:¹⁶

1. Destinasi wisata syariah
 - a. Destinasi wisata meliputi wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan.
 - b. Tersedia fasilitas ibadah yang layak dan suci.
 - c. Tersedia makanan dan minuman yang halal.
 - d. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang tidak bertentangan dengan kriteria umum pariwisata syariah.
 - e. Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan.
2. Akomodasi
 - a. Tersedia Fasilitas yang layak untuk bersuci.
 - b. Tersedia fasilitas yang layak untuk beribadah.
 - c. Tersedia makanandan minuman halal.
 - d. Fasilitas dan suasana yang aman, nyaman, dan kondusif untuk keluarga dan bisnis.
 - e. Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan.
3. Biro Perjalanan Wisata Syariah
 - a. Menyelenggarakan paket perjalanan atau wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata syariah.
 - b. Memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata syariah,

¹⁶Hery Sucipto dan Fitria Andayani, *Wisata Syariah, Karakter, Potensi, Prospek & Tantangannya*. Grafindo Books Media : Jakarta, 2014, h 24-25.

- c. Memiliki daftar usaha penyedia makanan yang sesuai dengan panduan usaha pariwisata syariah.
4. Kriteria Pramuwisata syariah
 - a. Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas.
 - b. Berakhlak baik, komunikatif ramah, jujur, dan bertanggung jawab.
 - c. Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan etika islam.
 - d. Memiliki kompetensi kerja sesuai standar profesi yang berlaku.
 5. Penerbangan Syariah
 - a. Menyediakan penerbangan ke sejumlah negara islam.
 - b. Memberikan makanan halal selama perjalanan.
 - c. Memberikan pelayanan yang maksimal dan ramah sesuai dengan prinsip islam.
 - d. Para pramugari berpakaian sopan.
 6. Pusat Perbelanjaan dan Tempat Persinggahan
 - a. Menyediakan masjid ataupun musholla yang layak.
 - b. Lokasi mesjid tidak berada di tempat yang tersembunyi.
 - c. Menjaga kebersihan bangunan.¹⁷

d. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Oka A.Yoeti jenis-jenis pariwisata diklasifikasikan menurut letak geografis, pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, alasan atau tujuan perjalanan, waktu berkunjung dan menurut objeknya. Berikut merupakan kegiatan pariwisata yang berkembang sesuai letak geografisnya :

1. Pariwisata Lokal

Adalah pariwisata yang memiliki ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja, misalnya kepariwisataan Bandung, Jakarta, Medan, dll.

¹⁷Inten Eqa Saputri, "Analisis Potensi Pengembangan Wisata Halal Sebagai Lapangan Kerja Baru Untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat." Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020, h 23-25.

2. Pariwisata Regional

Adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang dengan ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan pariwisata lokal, misalnya kepariwisataan Bali, Sumatera Utara, dan sebagainya.

3. Pariwisata Nasional

Adalah Pariwisata yang berkembang dalam suatu negara.

4. Pariwisata Regional-Internasional

Adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang masih terbatas tetapi melewati batas-batas lebih dari dua negara dalam wilayah tersebut, misalnya kepariwisataan ASEAN, Timur Tengah dan sebagainya.

5. Kepariwisataan Dunia

Adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang di seluruh dunia, termasuk didalamnya terdapat regional –*Internationaltourism* dan *national tourism*.¹⁸

e. Pariwisata Halal dalam Kajian Islam

Pariwisata adalah salah satu destinasi destinasi yang sekarang lagi trend di kalangan masyarakat. Pariwisata merupakan salah satu pendapatan negara setelah pajak. Melihat perkembangan pariwisata yang semakin meningkat maka Majelis Ulama Indonesia memutuskan dan menetapkan fatwa tentang pariwisata yang diatur dalam No: 108/DSN-MUI/X/2016. Tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Berikut penjelasan mengenai pariwisata dalam kajian islam menurut al-Quran Al-Mulk. 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهَا وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ ١٥

artinya :“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

¹⁸Layin Lia Febriani, "Analisis Potensi Pengembangan Wisata Halal (Halal Tourism) Pada Destinasi Wisata Lereng Gunung Wilis Kabupaten Madiun." IAIN PONOROGO, 2021, h 16-17.

Maksud dari ayat ini adalah Allah menciptakan bumi untuk manusia, maka Allah pun menundukkan dan memudahkannya kemudian dijadikannya lembut sehingga mudah di tanami sekaligus kokoh sehingga bisa dibangun gedung-gedung di atasnya. Di bumi ini juga dia mengalirkan mata air, serta menyediakan berbagai manfaat dan tempat untuk ditanami dan dikelola sehingga bisa di ambil manfaatnya.¹⁹

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah SWT. menciptakan bumi untuk dijelajahi segala penjurunya dalam keadaan mudah dimanfaatkan.

a. QS Nuh:19-20

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ بِسَاطًا ۙ ١٩ لَتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا ۙ فِجَاجًا ۙ ٢٠

Artinya :*“dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan, supaya kamu menjalani jalan-jalan yang Luas di bumi itu”.*

Berdasarkan ayat diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa Allah SWT telah menciptakan bumi sebagai hamparan untuk bisa di tempati dan dinikmati keindahannya.

b. QS Ar-Rum: Ayat 9

أَوْ لَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً ۙ وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ ۖ فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ ٩

Artinya : *“dan Apakah mereka tidak Mengadakan perjalanan di muka bumi dan memperhatikan bagaimana akibat (yang diderita) oleh orang-orang sebelum mereka? orang-orang itu adalah lebihkuat dari mereka (sendiri) dan telah mengolah bumi (tanah) serta memakmurkannya lebih banyak dari apa yang telah mereka makmurkan. dan telah datang kepada mereka Rasul-rasul mereka dengan membawa bukti-bukti yang nyata. Maka Allah sekali-kali tidak Berlaku zalim kepada mereka, akan tetapi merekalah yang Berlaku zalim kepada diri sendiri.”*

¹⁹Ismail bin Umar Ibnu Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al- 'Adzim*.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa (Manusia) kurang melakukan perjalanan di muka bumi sehingga mereka tidak dapat mengambil pelajaran dari peristiwa yang telah terjadi masa lalu.²⁰

2. Industri Kreatif

a. Pengertian Industri Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang.²¹

Ekonomi Kreatif atau bisa disebut industri kreatif merupakan suatu industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeskplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Dalam hal ini, industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi, dan bisa diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi, dan bisa diartikan konsep ekonomi yang menitik beratkan pada pengoptimalan informasi dan kreativitas, mengandalkan gagasan inovasi serta ketersediaan sumberdaya sebagai faktor produksi utama menjalankan kegiatan ekonomi. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan proses teknologi dari tradisional menjadi beralih ke proses modern, perubahan penggunaan-penggunaan sumberdaya alam beralih ke sumber daya manusia, dan perubahan industri dari manufaktur menjadi jasa berkembang menjadi industri kreatif.²²

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan atau berkreasi. memiliki kreativitas berarti kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan

²⁰Sulfiadi, "Potensi Pengembangan Wisata Halal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Bulukumba." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021, h 17-18.

²¹Ria Arifianti dan Mohammad Benny Alexandri, "Aktifasi Sub-Sektor Ekonomi Kreatif Di Kota Bandung." Jurnal AdBispreneur, vol 2, no 3, 2017, h 204.

²²Dinna Mellita, *Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Ur Ban D Kota Palembang*.h.3.2009.

menghadapi peluang. Kreativitas bukan hanya sekedar keberuntungan tetapi merupakan kerja keras yang disadari.²³

Pada dasarnya terdapat lima teori mengenai industri kreatif, diantaranya adalah teori menurut *John Howkins, Dr, Richard Florida, Robert Lucas, Alvin Toffler*, serta menurut visi pemerintah Indonesia. Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan, hanya dengan gagasan seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak. Gagasan yang seperti apakah yang dimaksud? yaitu gagasan yang orisinal dan dapat di proteksi oleh HKI.²⁴

Menurut Florida “Seluruh umat manusia adalah kreatif, apakah ia seorang pekerja di pabrik kecamatan atau seorang remaja di gang senggol yang sedang membuat musik hip-hop. Namun perbedaannya adalah statusnya (kelasnya), karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut dibidang kreatif dan mendapat faedah ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut.²⁵

Menurut Robert Lucas mengatakan bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktivitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya²⁶.

Menurut Alvin Toffler menyatakan bahwa gelombang peradaban manusia itu dibagi menjadi tiga gelombang. Gelombang pertama adalah abad pertanian. Gelombang kedua adalah abad industri dan gelombang ketiga adalah abad informasi. Sementara ini Toffer baru berhenti disini. Namun teori-teori terus berkembang, saat ini peradaban manusia dengan kompetisi yang ganas dan globalisasi, masuklah manusia pada era peradaban baru yaitu Gelombang ke-4.²⁷

²³Suryana, *Kewirausahaan Kiat Dan Proses Menuju Sukses*.h.21. 2013

²⁴ Anggraini, Nenny, 2008. “Industri Kreatif, Jurnal Ekonomi Desember 2008 Vol. XIINo. 3, h. 144-155.

²⁵ ibid, h. 145.

²⁶ ibid, h. 146.

²⁷ ibid, h. 150-151.

b. Faktor-faktor Industri Kreatif

Faktor-Faktor yang melatarbelakangi industri kreatif ini berkembang pesat adalah sebagai berikut :

1. Kreativitas Anak Muda

Di balik industri kreatif pastinya ada pelaku yang memainkannya. Dan ternyata kebanyakan para pelaku industri kreatif ini adalah anak muda. Para pemuda memang orang paling banyak memiliki potensi daya kreatifitas. Sudah banyak contoh para pemuda yang memaksimalkan potensi kreatifitasnya untuk menghasilkan karya ekonomi yang menguntungkan.

2. Kemajuan Teknologi

Para pemuda yang menghasilkan ekonomi kreatifmenguntungkan ini banyak hidup diabad 21. Seperti kita tahu bahwa diabad ke 21 ini dipenuhi beragamnya kecanggihan teknologi. Dan kecanggihan teknologi ini jelas menjadi pelengkap dan pendukung kreativitas para pemuda. Maka tak ayal, industri kreatif berbasis komputer dan internet kini banyak bermunculan menghiasi negeri ini.

3. Mudahnya Akses Komunikasi

Dengan adanya komunikasi, maka dapat menampilkan karya di hadapan publik dengan cepat dan tepat sasaran.

4. Meningkatnya pengguna media social

Dengan pertumbuhan media sosia yang semakin tinggi, maka industri kreatif sangat terbantu. Dengan melihat tren pengguna media sosial yang meningkat dan addictif, maka para pelaku industri kreatif akan berkembang.

5. Sisi Kehidupan Seseorang

Kreatifitas muncul dari sebuah kehidupan yang kurang baik. Hal ini membuat seseorang dipaksa untuk berfikir dan mengeluarkan daya upaya

untuk keluar dari kehidupan tersebut. Di saat seseorang dipaksa berfikir keras, maka akan muncul berbagai kreatifitas.²⁸

c. Ciri-ciri Industri Kreatif

Adapun karakteristik industri kreatif yaitu sebagai berikut:

1. Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah terjadi hampir pada seluruh subsektor industri kreatif. Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah tersebut diikuti oleh Fluktuasi pertumbuhan jumlah perusahaan.
2. Fluktuasi pertumbuhan penyerapan tenaga kerja tinggi, tetapi tidak setinggi fluktuasi pertumbuhan perusahaan.
3. Memiliki tingkat teknologi dan produktivitas modal yang relatif konstan. Artinya teknologi yang di gunakan bukan teknologi tinggi dan bukan industri padat modal (capital intensive).²⁹

d. Jenis-jenis Industri Kreatif

Berikut ini merupakan beberapa sektor yang tergabung dalam Industri Kreatif, antara lain:

- 1 Periklanan: kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan delivery advertising materials atau samples, serta penyewaan kolom untuk iklan.
- 2 Arsitektur: yaitu jasa konsultasi arsitek yang mencakup usaha seperti kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (Town planning, urban design,

²⁸Ria Arifianti dan Mohammad Benny Alexandri, "Aktifasi Sub-Sektor Ekonomi Kreatif Di Kota Bandung." Jurnal AdBispreneur, vol.2, No.2, Desember 2017, Hal 204.

²⁹Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang*.h.98. 2012.

- landscape architecture) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior). Saat ini arsitektur tidak hanya diartikan sebatas bentuk dan fungsi dari sebuah konstruksi bangunan, tetapi juga seni yang memiliki estetika. Oleh karena itu arsitek tidak bisa dibatasi oleh garis, titik, dan bidang. Melainkan berkembang menjadi sebuah
- 3 keindahan seni yang bersumber dari nilai-nilai budaya, moral, kehidupan, sejarah, dan lain-lain.
 - 4 Industri Barang Seni: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang seni asli, unik, langka, dan berasal dari masa lampau yang dilegalkan oleh undang-undang serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, automobile, film, seni rupa dan lukisan.
 - 5 Kerajinan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serta alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).
 - 6 Desain: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
 - 7 Fashion: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fashion, serta distribusi produk fesyen. Fashion bukan hanya mengenai industri pakaian sebagai kebutuhan dasar manusia. Lebih dari itu, fashion mampu menggambarkan gaya hidup dalam berpenampilan, juga pencerminan identitas diri atau kelompok.
 - 8 Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan

film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film¹⁹, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.³⁰

- 9 Permainan Interaktif: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat
 - 19Dubbing Film adalah proses mengisi suara pada suatu tayangan video baik itu film, drama, kartun dan sejenisnya dengan karakter suara yang khas pada tokoh-tokoh film dengan menggunakan teknik vocal yang berbeda-beda. hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.
- 10 Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- 11 Seni Pertunjukan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- 12 Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (engraving)²⁰ dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
- 13 Layanan Komputer dan Piranti Lunak: kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak,

³⁰ Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*., Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021, h 15.

integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

- 14 Televisi dan Radio: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.
- 15 Riset dan Pengembangan: kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.³¹

e. Industri Kreatif dalam Kajian Islam

Didalam al-Quran memang tidak ada dijelaskan mengenai industri kreatif secara khusus, namun jika di dipelajari secara seksama unsur-unsur yang berkaitan dengan industri kreatif dapat ditemukan didalamnya.

Dalam Al-Quran konsep tentang kreatifitas dan inovasi dapat ditemukan diantaranya terdapat dalam :

QS. Yusuf ayat:47-49

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلَةٍ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ ٤٧ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ ٤٨ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْرِضُونَ ٤٩

Artinya : Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan

³¹Siti Nurjannah, "Analisis Pengembangan Program Industri Kreatif Penerapannya Melalui Pendidikan Tinggi.", Jurnal JMA, vol 18, 2013, h 43-45.

datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur."³²

Ayat tersebut menjelaskan tentang kisah nabi Yusuf yang menafsirkan mimpi sang raja dengan mana negeri mesir akan mengalami masa subur dan akan mengalami krisis setelahnya. Untuk mengatasinya Nabi Yusuf AS menawarkan sebuah solusi yang inovatif yang dibagi dalam dua priode yang masing-masing dibagi menjadi 7 tahun.

Q.S Al-Ankabut Ayat 3

وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَلَيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكٰذِبِينَ ۝۳

Artinya: *“dan Sesungguhnya Kami telah menguji orang-orang yang sebelum mereka, Maka Sesungguhnya Allah mengetahui orang-orang yang benar dan Sesungguhnya Dia mengetahui orang-orang yang dusta.”*

Ayat tersebut membahas tentang nilai Ketuhanan, dengan menjunjung tinggi nilai kebenaran, kejujuran, keberanian dan konsisten pada kebenaran. Dalam perspektif islam Kegiatan ekonomi harus dijalankan dengan ketelitian, dan cara berfikir yang berpaku padanilai-nilai moral islam dan nilai-nilai ekonomi. Masyarakat sebagai pelaku industri harus menggunakan prinsip ketuhanan dimana adanya kejujuran dalam melaksanakan kegiatannya dan sifat saling terbuka antara pemilik usaha dan orang-orang yang bekerja dalam industri tersebut.³³

3. Pengembangan Potensi

Menurut Nur Hayati potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan seperti kekuatan, kesanggupan, dan daya

³²Al-Qur'an, Surah Yusuf Ayat:47-49, Yayasan Pentashih Mushaf Al-Qur'an, Al-Qur'an Dan Terjemahnya (Jakarta: Departemen Agama, 1982).

³³ Isnaini Harahap dkk, "Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, vol 8, no 02, 2022, h 4.

yang bisa dikembangkan menjadi lebih besar. Istilah potensi tidak hanya ditunjukkan untuk manusia tetapi juga untuk entitas lain, seperti istilah potensi daerah, potensi wisata dan lain sebagainya.³⁴

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Pengembangan adalah suatu proses mendesain pembelajaran secara logis dan sistematis dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan belajar dengan memperhatikan potensi dan kompetensi peserta didik.³⁵

B. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).³⁶

Analisis SWOT apabila dilihat berdasarkan filosofinya analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang pernah diterapkan baik di medan pertempuran maupun bisnis.

2. Faktor- Faktor Analisis SWOT

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu melihat faktor- faktor analisis SWOT, yaitu: faktor eksternal dan internal suatu perusahaan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing faktor tersebut:

a. Faktor Eksternal

³⁴Kiki Endah, "Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal DESA.", Jurnal Moderat, vol 6, no 1, 2020, h 138.

³⁵Abdul Majid, "Perencanaan Pembelajaran : mengembangkan standar kompetensi guru.", Bandung : Remaja Rosda Karya, 2006, h 24.

³⁶Swardono, Manajemen Strategi Konsep dan Kasus, (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2002), h.5

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hokum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.³⁷

b. Faktor Internal

Faktor Internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasional, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, system informasi manajemen dan budaya perusahaan.³⁸

3. Hal- Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Analisis SWOT

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cermat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain: kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*).

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

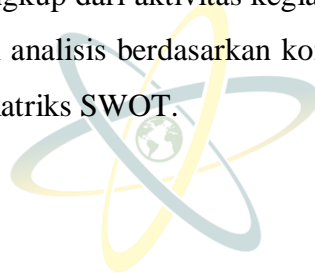
³⁷Irham Fahmi, Manajemen Resiko Teori, Kasus, dan Solusi, (Bandung: Alfabeta,2010), h. 270

³⁸Ibid.

Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu analisis strategi dan acuan logis dalam pembahasan sistematis tentang situasi perusahaan dan alternatif- alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan perusahaan.

4. Model Analisis SWOT

Dalam rangka menciptakan suatu analisis SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat suatu model analisis SWOT yang *representative*. Penafsiran *representative* disini adalah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, atau dengan kata lain kita melakukan penyesuaian analisis berdasarkan kondisi yang ada. Yaitu dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

C. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan referensi penulis dalam menyusun penelitian ini, antara lain:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fatimah Syahra Lubis	Implementasi Kebijakan Pnpm Mandiri Pariwisata Melalui Desa Wisata Terhadap Pengembangan Potensi Pariwisata di Kabupaten Mandailing Natal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan potensi Desa Wisata di Desa Padang Bulan Kabupaten Mandailing Natal sudah dijalankan dengan baik, meskipun masih terdapat beberapa kendala dalam pengembangannya, seperti kebutuhan pendanaan, pembebasan lahan pada sebagian titik lokasi, program-program yang belum sepenuhnya dapat dijalankan. Berbedaan: Pada penelitian terdahulu membahas tentang implementasi kebijakan pengembangan objek wisata sedangkan penelitian yang dilakukan penulis membahas tentang strategi pengembangan wisata melalui analisis SWOT.
2.	Yurizal Agus	Pengembangan Potensi Wisata Desa Sopo Batu Kecamatan Panyabungan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan yang dilakukan oleh dinas pariwisata hanya sebatas mempertahankan dan memperbaiki objek wisata yang

		Kota Kabupaten Mandailing Natal	<p>rusak, memberikan bantuan berupa perbaikan jalan. Ivent wisata yang dilakukan berupa panen durian, jalan yang rusak dan berlobang telah selesai diperbaiki serta beberapa sarana dan prasarana seperti toilet dan musolla telah di tambah. Pengembangan SM berupa pembentukan pokdarwis serta dinas pariwisata juga memberdayakan dua orang penduduk sebagai pemandu wisata.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian terdahulu hanya membahas tentang pengembangan potensi desa wisata, sedangkan pada peelitian penulis membahas tentang strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Mandailing natal.</p>
3.	Guslila Sari Nasution, Muhammad Irwan Padli Nasution, Septiana Dewi Andriana	Implementasi webgis Pariwisata Pada Kabupaten Mandailing Natal	<p>1. Sistem ini menggunakan Google MapsAPI untuk menentukan titik persebaran dalam sistem informasi geografis pariwisata pada kabupaten Mandailing Natal</p> <p>2. Dalam sistem yang telah dibangun, memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mengakses titik persebaran dan informasi yang terkait mengenai objek wisata alam yang ada di Kabupaten Mandailing Natal.</p>

			<p>3. Sistem yang dibangun berupa informasi geografis yang didalamnya memuat, titik lokasi wisata, deskripsi wisata, detail gambar, berita, event, dan layanan pengunjung.</p> <p>Perbedaan : penelitian sebelumnya membahas tentang implementasi webgis pariwisata sedangkan penelitian yang penulis buat membahas Strategi pengembangan potensi Pariwisata.</p>
4.	Hery Bajora Masution	Potensi dan Perkembangan Pariwisata di Kabupaten Mandailing Natal.	<p>Dengan semakin berkembangnya teknologi dalam bidang komunikasi dan transportasi, maka pengaruh kebudayaan asing merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindarkan, hal ini dapat membawa nilai-nilai kebudayaan bangsa kita. Untuk itu kewajiban melestarikannya harus diperhatikan. Perkembangan kepariwisataan ditinjau dari pembinaan dimana kita harus ikut berpartisipasi untuk mengembangkan kepariwisataan yang semaksimal mungkin, akan tetapi tidak merusak nilai budaya bangsa sendiri. Dengan kata lain kebudayaan bangsa jangan sampai terpengaruh arus globalisasi.</p> <p>Perbedaan : Pada Penelitian</p>

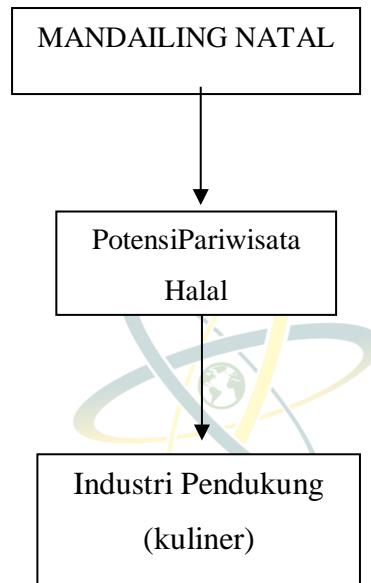
			<p>terdahulu menggunakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan pengumpulan data dengan memperoleh strategi dengan menggunakan analisis SWOT.</p>
5.	Eria Erika	<p>Strategi Pemerintahan Kabupaten Mandailing Natal Dalam Mengembangkan Objek Wisata</p>	<p>Hasil dari penelitian yaitu: Strategi yang tepat di terapkan terhadap pemandian air panas terkail kelemahan, kelebihan, peluang, dan ancaman adalah menciptakan sosialisasi sadar wisata kepada masyarakat, meningkatkan kualitas sumber daya manusia pariwisata yang professional dan berkompentensi tinggi, dan memotivasi masyarakat agar turut berperan aktif dalam pengembangan pembuatan ekonomi kreatif.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian terdahulu terdapat studi kasus yaitu menggunakan satu objek wisata saja yaitu pemandian air panas sibanggor sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis membahas mengenai strategi pengembangan objek wisata se Kabupaten Mandailing Natal.</p>

6.	Desi Ayu Puspita Sari (Skripsi IAIN Padangsidimpua n 2021)	Potensi Wisata Halal Pantai Natal Kabupaten Mandailing Natal	<p>Hasil dari penelitian ini adalah diketahui bahwa wisata pantai natal memiliki kekuatan berupa keindahan dan keunikan pemandangan dan spot foto yang menarik. kelemahan pantai natal adalah fasilitas seperti taman dan pondok kayu yang ada di sekitaran pantai sudah banyak yang rusak serta jalan setapak yang licin jika hujan tiba yang tentunya akan membahayakan para wisatawan yang berkunjung. yang menjadi ancaman dari pantai natal sendiri adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang konsep wisata halal, dan kurangnya dukungan dari pemerintah serta investasi yang mendukung terwujudnya destinasi wisata halal.</p> <p>Perbedaan : Pada penelitian terdahulu terdapat studi kasus yaitu menggunakan satu objek wisata saja sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis membahas mengenai strategi pengembangan objek wisata se Kabupaten Mandailing Natal.</p>
7.	D. Hariani, S. Dinitri (Jurnal Syarikah,	Strategi Pengembangan wisata Halal	Hasil penelitian menunjukkan kawasan barbarubg siap menjadi kawasan wisata halal di bogor.

	2020)	Kota Bogor dengan Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif	<p>kawasan barbarung didukung dengan industrinkreatif seperti kuliner,fashion, spa, yang sudah mengikuti persyaratan pariwisata halal seperti ketersediaan tempat ibadah, adanya logo halal, setrta tempay yang bersih, dan lain-lain. Akan tetapi kawasan ini masih membutuhkan dukungan dari pemerintah untuk di sertifikasi halal karena masih banyak terdapat tempat makan atau restoran yang belum memiliki restifikasi hahal. selain itu peran masyarakat juga penting untuk menjaga dan mempertahankan penganbangan pariwisata halal di daerah Bangbarung.</p> <p>Perbedaan: penelitian sebelumnya berlokasi di Bogor sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berlokasi di Kabupaten Mandailing Natal.</p>
--	-------	--	---

D. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN