

Strategi Pengembangan Potensi Wisata Religi dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Rita Mustika, Popon Srisusilawati, Shindu Irwansyah

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Ritsmustika554@gmail.com, Poponsrisusilawati@gmail.com, shinduirwansyah@gmail.com

Abstract— Indonesia has a variety of tourism potentials. Tourism has important roles including increasing economic growth, improving people's welfare, removing poverty, and overcoming unemployment. Subang Regency has a great opportunity for religious tourism, a religious tourism in the tomb of Rd Aria Wangsa Goparana, but has not been developed. Religious tourism is a journey with the aim of gaining enjoyment, satisfaction and knowledge. Religious tourism can be to the mosque, grave of the great person, historic, leader, or figure. The purpose of this research is to analyse the development strategy of religious tourism potential and the impact of religious tourism in improving the community economy. The research method used is qualitative with the SOAR analysis method, which is the analysis of external internal factor identification. In this case the author of the Development Strategy analysis potential religious tourism. Based on the results of the study, the conclusion gained first, alternative strategy generated there are four strategies namely SA (Strength and Aspirations) strategy, OA strategy (Opportunities and Aspirations), SR strategy (Strength and Results), and Strategies OR (Opportunities and Results). Secondly, with religious tourism proved to be an increase in the number of SMES and reduced unemployment and the opening of new jobs around the area of tourist areas.

Key words— *Sharia tourism, religious tourism, development strategy.*

Abstrak— Indonesia memiliki potensi wisata yang beraneka ragam. Pariwisata mempunyai peran penting diantaranya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, dan mengatasi pengangguran. Kabupaten Subang memiliki peluang besar dalam wisata religi, yaitu wisata religi pada Makam Rd Aria Wangsa Goparana, namun belum begitu berkembang. Wisata religi merupakan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan. Wisata religi bisa ke mesjid, makam orang besar, bersejarah, pemimpin, atau tokoh. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan Potensi wisata religi dan dampak wisata religi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis SOAR yaitu analisis identifikasi faktor internal eksternal. Dalam hal ini penulis menganalisis strategi pengembangan potensi wisata religi. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh pertama, Alternatif strategi yang dihasilkan terdapat empat strategi yaitu strategi SA (Strength dan Aspirations), Strategi OA (Opportunities dan Aspirations), Strategi SR (Strength dan Results), dan strategi OR (Opportunities dan Results). Kedua, dengan adanya wisata religi terbukti terjadinya peningkatan jumlah UMKM dan

berkurangnya pengangguran serta terbukanya lapangan pekerjaan baru di sekitar area tempat wisata.

Kata kunci— *Pariwisata Syariah, Wisata Religi, Strategi Pengembangan.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Indonesia memiliki potensi wisata yang beraneka ragam mulai dari wisata alam, wisata religi, wisata kuliner, wisata bahari dan lain sebagainya. Saat ini bisnis pariwisata berdasarkan syariah telah berkembang dengan pesat dan pariwisata syariah memiliki potensi bisnis yang besar. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yakni pariwisata mempunyai peran penting diantaranya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya.

Kabupaten Subang memiliki peluang besar dalam wisata religi, yaitu wisata religi pada Makam Rd Aria Wangsa Goparana. Wisata religi merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan. Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar, bersejarah, pemimpin yang di agungkan, atau tokoh. (Pendit N. S., 2002)

II. LANDASAN TEORI

B. Pengertian pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. (Spillane, 1987) Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan pariwisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ketempat wisata, yaitu ketika keamanan dan kenyamanan ditingkatkan, maka minat wisatawan

dalam mengunjungi tujuan-tujuan pariwisata akan meningkat. (Srisusilawati, 2020)

C. Tujuan Penyelenggaraan Kepariwisataaan

Menurut Pasal 4 UU No. 10 Tahun 2009 tujuan dari penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia yaitu sebagai berikut: (A.J., 2010) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Meningkatkan kesejahteraan rakyat, Menghapus kemiskinan, Mengatasi pengangguran, Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, Memajukan kebudayaan, Mengangkat citra bangsa, Memupuk rasa cinta tanah air, Memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, Mempererat persahabatan antar bangsa.

D. Wisata religi

Wisata religi merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan. Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar, atau pemimpin yang di agungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda. (Pendit N. S., 2002). Tujuan wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat ke-Esaan Allah. Mengajak dan menuntun manusia supaya tidak tersesat kepada syirik atau mengarah kepada kekufuran. (N, 2007)

E. Starategi pengembangan

Menurut Stephani K. dalam buku Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin mendefinisikan yang di maksud strategi yaitu suatu proses penentuan rencana suatu pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai. (Nurnajamiddin, 2011)

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan. (R, 2004)

F. Prinsip-prinsip untuk mensukseskan strategi menurut Hatten

Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya; Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi; Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tak menceraiberaikan satu dengan yang lainnya; Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya; Strategi

hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu bias; Tanda-tanda dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak terkait. (Salusu, 2003)

G. Peningkatan Ekonomi

Peningkatan berarti kemajuan, perubahan, perbaikan. (Bintarto, 1997) Peningkatan ekonomi dapat diartikan sebagai proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang. Tekananya dititikberatkan pada tiga aspek yaitu, proses, peningkatan output per kapita dan dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses bukan suatu gambaran ekonomi pada suatu saat (one shoot). Disini dapat dilihat adanya aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu melihat perekonomian sebagai sesuatu yang berkembang atau berubah dari waktu ke waktu. Tekananya pada perubahan atau perkembangan itu sendiri. (Budiono, 1992)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pengembangan Potensi Wisata Religi di Makam Rd Aria Wangsa Goparana

Berikut ini akan diuraikan analisis terhadap kondisi yang dihadapi dalam pengembangan wisata religi Makam Rd Aria Wangsa Goparana dengan menggunakan konsep wisata sejarah yang meliputi analisis terhadap kondisi internal dan eksternal sebagai berikut.

TABEL 1.1 DIAGRAM ANALISIS SOAR FAKTOR INTERNAL

Faktor	Bobot	Rating	Skor
Strength/Kekuatan			
Adanya peninggalan situs sejarah.	0.07	4	0,28
Memiliki sarana tempat ibadah yang lengkap untuk mendukung pengembangan dan pembangunan wisata religi.	0.15	3	0,45
Memiliki daya tarik dari budaya, kearifan lokal.	0.10	4	0,4
Tersedianya fasilitas penunjang seperti tempat makanan, toko souvenir, fasilitas keamanan, tempat parkir, toilet yang bersih.	0.20	3	0,6
Aspirasi/Aspirations			
Memperbaiki sarana dan prasarana sebagai penunjang dalam mengembangkan wisata.	0,14	4	0,56
Dengan adanya wisata religi tidak hanya mendorong frekuensi kunjungan wisata, tetapi menciptakan peluang usaha untuk masyarakat.	0,16	3	0,48
Meningkatkan kebersihan pada tempat wisata, mengingat didalam islam kebersihan adalah sebagian dari iman.	0,08	4	0,32
Akses ke tempat wisata mudah dijangkau	0,10	3	0,3
Total	1.00		3,39

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola wisata religi Makam Rd. Aria Wangsa Goparana dalam faktor internal pada kekuatan (Strength) yaitu tersedianya fasilitas penunjang seperti tempat makanan, toko souvenir, fasilitas keamanan, tempat parkir, toilet yang bersih. Dengan memiliki skor 0,6. Inilah Strategi yang bisa kita perbaiki dalam meningkatkan kekuatan untuk mencapai aspirasi. Kemudian pada Aspirasi yang memiliki faktor harapan paling tinggi skornya yaitu Dengan adanya wisata religi tidak hanya mendorong frekuensi kunjungan wisata, tetapi menciptakan peluang usaha untuk masyarakat. Faktor ini memiliki skor paling besar 0,48 maka hal inilah yang dapat

dikembangkan untuk mencapai apa yang di impikan organisasi.

TABEL 1.2

DIAGRAM ANALISIS SOAR FAKTOR EKSTERNAL

Faktor	Bobot	Rating	Skor
Peluang / Opportunities			
Minat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi wisata dari tahun ke tahun bertambah	0,15	4	0,6
Aksesibilitas yang baik dan terjangkau	0,08	4	0,32
Memberikan keuntungan ekonomi bagi masyarakat setempat.	0,12	3	0,36
Mengurangi pengangguran bagi masyarakat disekitar tempat wisata religi.	0,10	3	0,3
Hasil/Results			
Peningkatan sarana dan prasarana	0,12	4	0,48

Komunikasi dan informasi yang mudah dijangkau	0,08	3	0,24
---	------	---	------

Lanjutan Tabel 1.2

Dapat melestarikan wisata religi	0,09	4	0,36
Perekonomian masyarakat meningkat	0,15	4	0,6
Mengurangi pengangguran	0,11	3	0,33
Total	1,00		3,59

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola wisata religi Makam Rd. Aria Wangsa Goparana dalam faktor eksternal pada peluang (*opportunities*) faktor Minat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi wisata dari tahun ke tahun bertambah memiliki skor sebesar 0,6 maka dengan adanya kesempatan tersebut menjadi peluang terbaik yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi lingkungan eksternal. Begitu pula dalam faktor eksternal pada *result* (hasil) faktor peningkatan perekonomian masyarakat menjadi faktor terbesar dalam faktor result ini dengan memiliki skor 0,6 hal ini membuktikan bahwa hal yang ingin dicapai dengan adanya wisata religi ini yaitu salah satunya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Hasil akhir skor analisis faktor internal sebesar 3,39 dan skor analisis faktor eksternal sebesar 3,59. Maka jika kedua skor tersebut diatas 2,5 yang artinya wisata religi memiliki kemampuan diatas rata-rata untuk dapat memanfaatkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*Opportunity*) yang dimiliki serta mampu menciptakan aspirasi yang akan menghasilkan *Result* (hasil). (David, 2006)

Berdasarkan hasil analisis diagram faktor internal dan analisis diagram faktor eksternal diperoleh alternatif strategi yaitu sebagai berikut:

Alternatif Strategi SA (*Strength* dan *Aspirations*), Strategi OA (*Opportunities* dan *Aspirations*), Strategi SR (*Strength* dan *Results*), dan strategi OR (*Opportunities* dan *Results*). Pada pada strategi SA mendapatkan alternatif strategi dengan Meningkatkan sarana dan prasarana untuk melestarikan situs sejarah; Menciptakan peluang usaha dan membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar. Pada strategi OA menghasilkan alternatif strategi Mengembangkan potensi kawasan wisata yang sudah ada dengan memanfaatkan dukungan masyarakat dan pengunjung; Meningkatkan kebersihan di dalam tempat wisata, sedangkan pada strategi SR (*Strength* dan *Results*) Menghasilkan alternatif strategi Meningkatkan fasilitas ibadah dan menjaga kebersihan; Menciptakan peluang usaha untuk mengurangi pengangguran. Dan yang terakhir strategi OR (*Opportunities* dan *Results*) mengasilkan alternatif strategi dengan Meningkatkan fasilitas sarana dan

prasarana dan menjaga kenyamanan serta keamanan pengunjung; Meningkatkan komunikasi, informasi serta akses yang baik untuk menuju tempat wisata; Meningkatkan kualitas produk-produk usaha local; Meningkatkan produksi produk halal; Menciptakan lapangan pekerjaan baru.

B. Dampak Wisata Religi Makam Rd. Aria Wangsa Goparana Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Pengembangan pariwisata dilakukan dengan tujuan untuk menjadikan wisata maju dan berkembang ke arah yang lebih baik dari segi kualitas sarana-prasarana dan menjadikan manfaat yang baik secara ekonomi bagi masyarakat sekitar. (Santosa) Pengembangan yang ada pada Wisata Religi Makam Rd Aria Wangsa Goparana dilakukan untuk membuat para peziarah datang ke tempat wisata religi, sehingga menarik para wisatawan untuk berpartisipasi aktif dalam meningkatkan UMKM dilingkungan tempat sekitar, seperti mengunjungi tempat wisatanya, berbelanja makanan minuman, mengunjungi tempat aksesoris dan lain-lain.

Dengan adanya wisata religi dan dikembangkannya potensi wisata religi disisi lain disisi lain akan dapat berdampak jauh lebih baik bagi perekonomian dan berkurangnya pengangguran serta terbukanya lapangan pekerjaan baru sekitar area tempat wisata

IV. KESIMPULAN

Alternatif strategi yang dihasilkan untuk wisata religi Makam Rd. Aria Wangsa Goparana terdapat empat strategi yaitu strategi SA (*Strength* dan *Aspirations*), Strategi OA (*Opportunities* dan *Aspirations*), Strategi SR (*Strength* dan *Results*), dan strategi OR (*Opportunities* dan *Results*).

Dengan adanya wisata religi terbukti terjadinya peningkatan jumlah UMKM dan berkurangnya pengangguran serta terbukanya lapangan pekerjaan baru di sekitar area tempat wisata. Sehingga adanya wisata religi tersebut berdampak baik dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di area tempat wisata religi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.J., M. (2010). Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- [2] Bintarto. (1997). Buku Penuntun Geografi Sosial. Yogyakarta: UP Apring.
- [3] Budiono. (1992). Teori Pertumbuhan Ekonomi. Yogyakarta: PBFEE.
- [4] David, F. R. (2006). manajemen strategis:konsep. Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2005). Jakarta: Balai Pustaka.
- [6] N, R. A. (2007). Ziarah Wali Spiritual Sepanjang Masa. Yogyakarta: Pustaka Timur.
- [7] Nurnajamiddin, M. H. (2011). Manajemen Produksi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [8] Pendit, N. S. (2002). ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana .
- [9] Pendit, N. S. (2002). Ilmu Pariwisata, Sebuah pengantar perdana . Jakarta: Pradnya Paramita .
- [10] R, D. F. (2004). Manajemen Strategis Konsep-Konsep. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- [11] Salusu, J. (2003). Pengambilan Keputusan Strategi untuk Organisasi Publik dan Organisasi non Profit, Jakarta:J. Salusu, Pengambilan Keputusan Strategi untuk Organisasi Publik dan Organisasi non Profit. Jakarta: PT. Grasindo.
- [12] Santosa, E. D. (t.thn.). Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal (Studi Kasus Objek Wisata Banyu Biru Di Kabupaten Pasuruan). Jurnal Administrasi Publik (JAP), 89.
- [13] Sharia Tourism. Al;Uqud Journal of IslamicEconomic Vo. 5 No 2. Juli , 64.
- [14] Spillane, J. J. (1987). Ekonomi Pariwisata. Yogyakarta: Kanisius.
- [15] Srisusilawati, P. (2020). Factors Affecting Tourist Interest On Sharia Tourism. Al;Uqud Journal of IslamicEconomic Vo. 5 No 2. Juli , 64.