

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH
PANTAI KUALA PEUDAWA
DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT
DI KABUPATEN ACEH TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

MASYITTAH AZMI
NIM : 4022017114

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA
1444 H / 2022 M**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

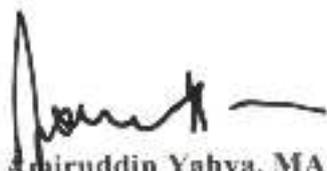
**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH PANTAI
KUALA PEUDAWA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT DI KABUPATEN ACEH TIMUR**

Oleh:
MASYITTAH AZMI
Nim. 4022017114

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 29 Desember 2021

Pembimbing I


Dr. Amiruddin Yahya, MA
NIP:19750909 200801 1 013

Pembimbing II


Chahayu Astina, S. E, M. Si
NIP: 19841123 201903 2 007

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

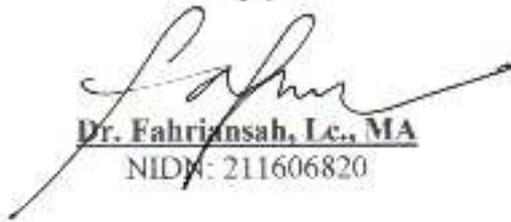

Dr. Fahriansah, Lc, MA
NIDN: 211606820

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH PANTAI KUALA PEUDAWA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DI KABUPATEN ACEH TIMUR" Masyittah Azmi, NIM 4022017114 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 21 Januari 2022 Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 24 Januari 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Penguji I


Dr. Fahriansah, Le., MA
NIDN: 211606820

Penguji II


Chahayu Astina, M. Si
NIP: 1984 1123 201903 2 007

Penguji III


Zikriatul Ulva, M.Si
NIDN: 2024029102

Penguji IV


Shelly Midesia, S.E., M.Si., Ak
NIP: 19901112 201903 2 007

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
IAIN Langsa


DR. Iskandar, M.Cl
NIP: 19650616 199503 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Masyittah Azmi
NIM : 4022017114
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala
Peudawa dengan Menggunakan Analisis SWOT di
Kabupaten Aceh Timur

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa seluruh isi skripsi ini merupakan karya saya sendiri, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya dalam notasi.

Jika kemudian hari didapati ini bukan karya asli saya, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Langsa, 29 Desember 2021

Hormat saya,



Masyittah Azmi

MOTTO

“ALLAH TIDAK AKAN MEMBEBANI SESEORANG
MELAINKAN DENGAN KESANGGUPANNYA. IA
MENDAPAT PAHALA (DARI KEBAIKATAN) YANG DIA
USAHAKAN DAN MENDAPAT SIKSA (DARI
KEJAHATAN) YANG DIKERJAKANNYA”
QS. AL-BAQARAH; 286.

“HANYA YANG BERANI BERIMAJINASI TINGGILAH
YANG AKAN SAMPAI KE TEMPAT DIMANA ORANG
LAIN TIDAK AKAN BISA MERASAKANNYA”

~SYAFII EFENDI dalam bukunya “MY ENEMY IS ME”.

ABSTRAK

Aceh merupakan salah satu provinsi yang sangat kaya akan hasil alamnya. Salah satu potensi yang dimiliki yakni sumber daya kelautan dan pantai yang indah. Kebutuhan masyarakat dalam berwisata menjadikan mereka tidak luput akan kewajibannya kepada Allah SWT, hal ini mendorong masyarakat Gampong Kuala Peudawa untuk memanfaatkan dan mengembangkan obyek wisata yang ada di desa mereka, dengan penerapan Qanun terkait kearifan lokal yang dimiliki oleh Gampong Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur dan menawarkan panorama alam yang indah, garis pantai yang luas, dan penyediaan jasa dari pondok-pondok di sepanjang garis pantai Kuala Peudawa. Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini ialah: kualitatif deskriptif, dengan penelitian lapangan (*field reseach*). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan obyek wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur ialah memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, fokus utama dalam pengembangan obyek wisata tersebut berada pada pengembangan kemajuan Sumber Daya Manusia, pengembangan produk-produk wisata yang di tawarkan, pemanfaatan teknologi untuk mempromosikan lokasi wisata yang akan berdampak pada terjadinya produksi dan pelayanan yang lebih baik, sehingga pendapatan juga akan semakin naik yang juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan, Wisata, Syariah, SWOT.

ABSTRAC

Aceh is a province that is very rich in natural products. One of its potentials is marine resources and beautiful beaches. The needs of the community in traveling make them not escape their obligations to Allah SWT, this encourages the people of Gampong Kuala Peudawa to utilize and develop tourism objects in their village, by implementing Qanun related to local wisdom owned by Gampong Kuala Peudawa, East Aceh Regency and offering beautiful natural scenery, wide coastline, and the provision of services from cottages along the Kuala Peudawa coastline. The research methods that the author uses in this research are: qualitative descriptive, with field research. Based on the results of the study, it shows that: The application of SWOT analysis in the strategy for developing sharia beach tourism objects in Kuala Peudawa, East Aceh Regency, has great potential to be developed. offered, the use of technology to promote tourist sites which will have an impact on the occurrence of better production and service, so that income will also increase which can also improve the welfare of the community.

Key words: Strategy, Development, Tourism, Shari'a, SWOT

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang senantiasa mencurahkan dan melimpahkan kasih sayang-Nya kepada hamba-Nya dan dengan hidayah-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan Salam kepada Rasulullah Muhammad SAW. yang merupakan rahmatan Lil Alamin yang mengeluarkan manusia dari zaman jahiliyah, menuju zaman peradaban yang islami. Semoga jalan yang dirintis beliau tetap menjadi penerang bagi perjalanan hidup umat manusia, sehingga ia selamat dunia akhirat. Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa dengan Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur”, tulisan ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri Langsa.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran penuh, dalam penulisan skripsi ini terdapat berbagai kendala yang dihadapi penulis. Akan tetapi atas izin Allah SWT., dan bantuan serta doa dari semua pihak, maka semua kendala yang dihadapi penulis dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasi sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr.H. Basri Ibrahim, M.A, selaku Rektor IAIN Langsa
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.C.L, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Fahriansah, Lc, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Amiruddin Yahya, MA selaku Pembimbing I dan Ibuk Chahayu Astina, M.Si, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam membimbing dan memberikan pengarahan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, M.A, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan nasihat serta menjadi pribadi yang berkualitas.

6. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
7. Beribu terimakasih Saya ucapkan kepada Ibunda saya bernama Ibu Aminah, S. Pd, yang telah memberikan segalanya untuk saya termasuk waktu, materi dan perhatian yang tidak pernah luput. Kepada Almarhum Ayahanda saya Drs. Aziz bin Muhammad terimakasih atas kehadiran mu walaupun hanya sebentar waktu yang kita hasbiskan bersama, namun sosok mu tidak pernah luput dalam ingatan dan hidup Saya.
8. Terimakasih sebesar-besarnya untuk abangnda saya Ns. Eridha Putra, S. Kep, M. Kep, yang selalu bersedia membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Kepada abangnda saya Arif Fadhillah, S. Pd, dan Muhammad Maulidin, S. H, kakak saya Ari Yuliani, S. Pd, dan Zatur Riza, S. Keb atas nasihat dan dukungan yang selalu di curahkan.
9. Terimakasih sebanyak-banyak nya untuk sahabat-sahabat saya Zuraida, Amd. Keb, Safira Ramadhani, S.Pd, M. Khairul Ramadhan, Naufal Al-farisyi, Rizkina Zurriani ZN, Syarifah Mizanna, Nuslima, Miftahul Muttaqin, Amd.T, dan Nur Amalia, S.E, atas dukungan dan waktu yang kita habiskan bersama, semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan untuk Saya.

Akhir kata dengan segala keterbukaan dan ketulusan, skripsi ini penulis persembahkan dan semoga skripsi ini bermanfaat adanya, aamiin. Kesempurnaan hanyalah milik Allah dan kekurangan tentu datangnya dari penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran-saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ilmiah yang berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Penulis

Masyittah Azmi

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ś	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	L
—	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antarharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ء' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbūtah.

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) ta marbutahhidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) ta marbūtahmati

Ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalaupun pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: اَل, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata

sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئى

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman tranliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

MOTTO	i
ABSTRAK	ii
ABSTRAC	iii
KATA PENGANTAR	iv
TRANSLITERASI	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Batasan Masalah.....	10
1.6. Penjelasan Istilah.....	11
1.7. Metode Penelitian.....	11
1.7.1. Pendekatan Penelitian.....	12
1.7.2. Sumber Data.....	12
1.7.3.Lokasi Penelitian.....	13
1.7.4. Subjek dan Objek Penelitian.....	14

1.7.5. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Bahan.....	14
1.7.6. Metode Analisis Data.....	17
1.7.7. Faktor Strategi Internal dan Faktor Strategi Ekstenal.....	19
1.8. Sistematika Pembahasan.....	31
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	33
2.1 Konsep Strategi.....	33
2.1.1. Pengertian Strategi.....	33
2.1.2. Jenis Strategi.....	33
2.1.3. Tujuan Strategi.....	35
2.2. Konsep Wisata.....	37
2.2.1. Pengertian Wisata.....	37
2.2.2. Ciri-Ciri Wisata.....	37
2.2.3. Jenis Wisata.....	38
2.2.4. Tujuan Berwisata.....	40
2.2.5. Obyek dan Daya Tarik Wisata.....	41
2.2.6. Sarana Wisata.....	41
2.3. Wisata Syariah.....	42
2.4. Konsep Analisis SWOT.....	45
2.4.1. Manfaat Analisis SWOT.....	46
2.4.2. Fungsi Analisis SWOT.....	47
2.5. Kerangka Teori.....	47
2.6. Penelitian Terdahulu.....	49
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
3.1 Gambaran Umum Lokasi Wisata Syariah.....	57

3.2. Analisis SWOT dalam Pengembangan Wisata Syariah	64
3.2.1. Faktor Internal.....	64
3.2.2. Faktor Eksternal.....	65
3.2.3. Hasil Pembobotan Faktor Internal Eksternal.....	67
3.3. Analisis SWOT dan Arah Pengembangan	72
BAB IV PENUTUP.....	80
4.1 Kesimpulan.....	80
4.2. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1.1 Matrik Pembobotan Faktor Strategi Internal (IFAS).....	22
Tabel 1.2 Matrik Pembobotan Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	23
Tabel 1.3 Diagram Matrik Analisis SWOT.....	30
Tabel 3.1 Faktor Internal Kekuatan (<i>Strength</i>).....	65
Tabel 3.2 Faktor Internal Kelemahan (<i>Weakness</i>).....	65
Tabel 3.3 Faktor Eksternal Peluang (<i>Opportunities</i>).....	66
Tabel 3.4 Faktor Eksternal Ancaman (<i>Threat</i>).....	67
Tabel 3.5 Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS).....	68
Tabel 3.6 Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	69
Tabel 3.7 Diagram Matriks SWOT dalam Pengembangan Wisata.....	73
Tabel 3.8 Perangkingan Alternatif Strategi.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 1.1 Diagram Cartesius Analisis SWOT	24
Gambar 1.2 Matriks Internal Eksternal (IE).....	26
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	48
Gambar 3.1 Luas Wilayah Pantai Gampong Kuala Peudawa.....	59
Gambar 3.2 Jarak Tempuh Menuju Wisata Pantai Kuala Peudawa.....	60
Gambar 3.3 Lokasi Wisata Pantai Kuala Peudawa.....	61
Gambar 3.4 Lokasi Wisata Pantai Kuala Peudawa dan Fasilitas.....	62
Gambar 3.5 Penyediaan Spot Foto pada salah satu Pondok Wisata.....	62
Gambar 3.6 Lokasi Wisata Pantai Bola Kuala Peudawa.....	63
Gambar 3.7 Peneliti Melakukan Wawancara.....	63
Gambar 3.8 Hasil Diagram Cartesius Analisis SWOT.....	70
Gambar 3.9 Hasil Matriks Internal Eksternal (IE).....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
Lampiran 1 Kuesioner.....	87
Lampiran 2 Dokumentasi.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki potensi laut dan wisata bahari yang sangat besar, sehingga membuat negara ini terkenal dengan keindahannya. Oleh sebab itu sebagai umat manusia patut menjaga, melestarikan dan memanfaatkan apa yang telah di sediakan oleh Tuhan sang maha pencipta. Indonesia adalah negara maritim yang terdiri dari pulau-pulau dengan beragam macam jenis wisata, salah satunya adalah wisata di ujung pulau Sumatera yaitu di Provinsi Aceh. Provinsi Aceh sangat kaya akan potensi sumber daya kelautan dan perikanan, luas daratan Provinsi Aceh sebesar 57.365,57 km², berada pada ketinggian rata-rata 125 m diatas permukaan laut, sedangkan luas perairannya mencapai 295.370 km² yang terdiri dari 56.563 km² berupa perairan teritorial dan kepulauan, serta 238.867 km² berupa perairan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE), dengan panjang garis pantai mencapai 1.666,3 km.¹

Wisata sendiri memiliki arti yakni bepergian bersama-sama untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan bertamasya.² Salah satu tempat rekreasi yang menjadi daya tarik bagi sebagian orang ialah wisata pantai (*marine tourism*) yakni merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya,

¹Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Aceh Nan Kaya Budaya (*The Richly Culture Of Aceh*), Ppid.acehprov.go.id, Banda Aceh, 2011, h. 12.

²KBBI, kamus versi online, kbbi.web.id, diakses tanggal 04 agustus 2021, pukul 13:47 WIB.

termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum. Manusia sebagai makhluk hidup membutuhkan istirahat dari kegiatan sehari-hari agar tubuh dan pikirannya kembali segar. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan adalah dengan berlibur dan mengunjungi lokasi wisata guna untuk menjaga kesehatan, mengisi lagi energi yang terkuras karena pekerjaan, mendapatkan waktu yang berkualitas dengan keluarga atau teman, mendapatkan kualitas tidur yang baik, menambah wawasan, membuat bahagia, membuat awet muda. Oleh karena itu dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat juga tidak luput akan kewajibannya kepada Allah SWT sebagai makhluk yang ta'at dan selalu membutuhkan perlindungannya.

Pada saat ini masyarakat sudah mulai mengenal aturan syariah yang mengacu pada aturan agama, salah satunya yakni dengan mengunjungi lokasi wisata yang berbasis syariah. Terminology wisata syariah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *Islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel*, ataupun *as muslim friendly destination*. Yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/ atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam Fatwa DSN MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016, yaitu wisata syariah yang merupakan salah satu bentuk wisata yang berbasis budaya dengan mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat Islam sebagai landasan dasar.³

Terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan, hal tersebut dapat

³Hendri, Mila, dan Ana, "Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya", 2018, h. 33.

menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu: 1) Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan; 2) Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati 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 pelayanan halal; 6) Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi; 7) Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan; dan 8) Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.⁴

Wisata syariah akan terus menerus mengalami perkembangan dikarenakan munculnya kesadaran masyarakat untuk kehalalan sebuah produk dan jasa, sehingga akan mengurangi dampak negatif yang sering ditimbulkan secara sosial dengan adanya kegiatan wisata konvensional pada umumnya. Akan tetapi, target wisata syariah sebenarnya bukan hanya wisatawan muslim, tetapi juga wisatawan non-muslim. Karena pada dasarnya wisata syariah hanya sebagai pelengkap jenis wisata konvensional.⁵

Objek wisata syariah pantai Kuala Peudawa merupakan suatu lokasi wisata syariah berdasarkan Qanun Gampong Kuala Nomor 1 Tahun 2021 tentang Kewenangan Berdasarkan Hak Asal Usul dan Kewenangan Lokal Berskala

⁴Chookaew, Sureerat, *et al.* "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country". Dalam *Journal of Economics, Business and Management*. Vol. 3. No. 7. 2015, h. 277-279.

⁵Ade Ela Pratiwi, "Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta", *Jurnal Media Wisata*, Vol 14, Nomor 1, 2016.

Gampong.⁶ Letaknya yang strategis menjadikan lokasi wisata ini berkembang dengan baik. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke pantai Kuala Peudawa pada tahun 2020 yakni sebesar 3.250 pengunjung, dan mengalami penurunan pada Januari hingga Juni 2021 yakni sebesar 1.684 pengunjung atau 48,18%, salah satu penyebabnya kondisi pandemi Covid-19 yang belum mereda.⁷

Pantai Kuala Peudawa yang terletak di kawasan Kabupaten Aceh Timur yang memiliki asset wisata disepanjang garis pantainya dengan panjang 124 Km, luas laut 1.683 KM² dan luas perairan umum 1.322 Ha.⁸ Hasil observasi yang peneliti lakukan pada 1 Agustus 2021 akses menuju lokasi wisata dari jalan Medan-Banda Aceh berjarak 8 menit/ KM, dengan fasilitas jalan beraspal yang dapat di lalui oleh kendaraan roda 2 dan roda 4, jarak tersebut terbilang dekat dan mudah untuk di akses.

Wisata Pantai Kuala Peudawa dipadati oleh pengunjung di akhir pekan, hari libur nasional dan terbilang normal di hari biasa. Bahkan pemilik dari salah satu Pondok wisata di Pantai Kuala Peudawa yakni Muklis, menyatakan mereka membutuhkan 8 orang tenaga kerja pada hari libur nasional dengan pengunjung yang terbilang ramai, dan membutuhkan 4-6 orang tenaga kerja pada hari biasa dan akhir pekan dengan omset yang didapat kurang lebih sebesar Rp. 500.000,- sampai Rp. 2.000.000,- perhari.⁹

⁶Penyelenggaraan Kepariwisataaan, Qanun Gampong tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan, 2021, h. 4.

⁷Dinas Pariwisata Aceh Timur, Idi, Tanggal 02 Agustus 2021.

⁸harianrakyataceh.com, "Potensi Perikanan Aceh Timur Cukup Besar Rambah Pasar Australia dan Singapura", diakses tanggal 04 agustus 2021, pukul 14:33 WIB

⁹Muklis, Pemilik Wisata Pondok Blackpink, Kuala Peudawa Aceh Timur, Peudawa, 1 Agustus 2021.

Terdapat beberapa fasilitas yang tersebar di pantai Kuala Peudawa seperti mushola, pemandian dan bilik untuk mengganti pakaian, lokasi parkir roda dua dan roda empat, penyediaan makanan, minuman, dan tempat untuk beristirahat yang berada di Pondok Pantai Bola dan Pondok *Blackpink* yang dikelola langsung oleh pemilik dan karyawan pondok-pondok wisata, namun sejauh ini belum ada fasilitas tersebut yang dikelola oleh masyarakat sendiri atau kepemilikan umum dari obyek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa baik itu uluran tangan pemerintah atau dana anggaran lainnya.¹⁰ Aturan yang ada di sesuaikan dengan Qanun gampong yang mengatur untuk membatasi jam wisatawan berkunjung ke lokasi wisata, yakni pukul 17:00 WIB untuk dapat meninggalkan lokasi wisata agar terciptanya wisata yang halal, terjaga dan aman.¹¹

Pengelola pondok wisata berharap bisa mendapat perhatian pemerintah yang lebih banyak untuk pariwisata yang ada di Aceh Timur agar lebih berkembang, dikarenakan terdapat banyak keterbatasan dari pengelolaan wisata di sepanjang pantai gampong Kuala Peudawa untuk mengembangkannya sendiri. Salah satunya seperti bak penampungan sampah yang sangat di butuhkan untuk menjaga lingkungan sekitar lokasi wisata agar terjaga dan tetap asri, karena dibukanya wisata pantai Kuala Peudawa Aceh Timur tidak hanya untuk mencari nafkah dan membuka lowongan pekerjaan tetapi juga untuk menjaga lokasi wisata yang sangat potensial. Karena sebelum lokasi wisata pantai Kuala Peudawa dibuka wisatawan yang datang tidak menjaga kebersihan lokasi wisata. Sehingga terjadinya penumpukan sampah dan pencemaran lingkungan, oleh karena itu

¹⁰ Observasi Peneliti, Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur, 1 Agustus 2021.

¹¹ Penyelenggaraan Kepariwisata, Qanun Gampong tentang Penyelenggaraan Kepariwisata, 2021, h. 6.

masyarakat sekitar memiliki inisiatif untuk membuka lokasi wisata tersebut.¹² Namun pihak Dinas Pariwisata sendiri menunggu waktu yang tepat untuk mengalokasikan dana pembangunan sampai warga dan masyarakat gampong sepenuhnya siap dan bersedia bahwa desa mereka menjadi tujuan wisatawan dari berbagai macam daerah.¹³

Wisatawan yang berkunjung ke pantai Kuala Peudawa umumnya berasal dari Langsa, Kuala Simpang, Aceh Timur dan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, wisatawan memilih berkunjung ke pantai Kuala Peudawa karena jarak dari bibir pantai ke darat yang panjang dan lebih aman untuk anak-anak bermain dengan pantauan orang tua masing-masing. Wisatawan juga berharap untuk lokasi wisata yang lebih bersih, bukan hanya di titik tertentu namun juga disekitaran lokasi wisatanya. Karena dengan terciptanya lingkungan wisata yang bersih juga dapat menjadi daya tarik yang lebih di mata wisatawan.¹⁴

Wawancara pra-penelitian di lakukan sekitar lokasi wisata syariah pantai Kuala Peudawa yang berdekatan dengan pemukiman penduduk gampong, mereka mengaku senang dengan dibukanya lokasi wisata tersebut, karena sejak awal mereka juga menyadari bahwa pantai yang ada di Gampong Kuala Peudawa memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Namun dengan bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung memunculkan rasa kekhawatiran di kalangan masyarakat sekitar, karena banyak kendaraan roda dua yang sering berkendara secara ugal-ugalan, sementara di daerah tersebut banyak anak-anak yang bermain.

¹²Muklis, Pemilik Wisata Pondok *Blackpink*, Kuala Peudawa Aceh Timur, Peudawa, 1 Agustus 2021.

¹³Dinas Pariwisata Aceh Timur, Idi, 2 Agustus 2021.

¹⁴Ade, pengunjung Pantai kuala Peudawa, Aceh Timur, 1 Agustus 2021

Masyarakat Gampong Kuala Peudawa sendiri berharap agar adanya perhatian dari pemerintah guna untuk memasang rambu-rambu yang bisa dijadikan sebagai tanda agar pengunjung yang datang mengetahui bahwa di daerah tersebut banyak anak-anak yang bermain.¹⁵

Kajian penelitian yang sama pernah dilakukan oleh Yulius Habita Nggini yang menganalisis kebijakan pengembangan pariwisata dengan menggunakan Analisis SWOT. Hasil penelitian didapat bahwa kebijakan pengembangan pariwisata yang berorientasi pada upaya melibatkan masyarakat dapat mewujudkan pengembangan pariwisata yang mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.¹⁶

Sedangkan Tri Budi Astuti menjabarkan hasil analisis SWOT pada penelitian objek wisata syariah yaitu kondisi lingkungan dan letak geografis objek wisata syariah itu sendiri yang menjadi kekuatan (*strength*), rendahnya dukungan masyarakat menjadi kelemahan (*weakness*), dalam hasil penelitiannya untuk kesempatan (*opportunities*) dari hasil penelitian Tri Budi Astuti yakni adanya pariwisata yang menarik para pengunjung dari berbagai daerah, dan tingkat kriminalitas yang tinggi di daerah tersebut menjadi ancaman bagi pengembangan wisata syariah khususnya di desa Bubohu, Gorontalo.¹⁷

Hasil penelitian Mentari Rendayani, menunjukkan bahwa variabel SWOT pada faktor internal dan eksternal memberi kontribusi dalam pengembangan wisata syariah sebesar 82% dan 18% nya dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi,

¹⁵Nurlela Wati, Masyarakat Gampong Kuala Peudawa, Aceh Timur, 4 September 2021.

¹⁶Yulius Habita Nggini, "Analisis Swot (*Strengths, Weaness, Opportunity, Threats*) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali", Universitas Pendidikan Nasional, 2019.

¹⁷Tri Budi Astuti, *et all*, "Pengembangan objek wisata syariah desa bubohu gorontalo: pendekatan SWOT dan ANP", STIE Ahmad Dahlan Jakarta, 2019.

pengembangan produk wisata, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), di lokasi Puncak Mas Sukadanahan, Bandar Lampung.¹⁸

Dari pemaparan permasalahan yang didapat selama masa observasi dan adanya hasil penelitian yang berbeda menunjukkan bahwa perbedaan pada subjek dan objek penelitian menjadi celah bagi peneliti untuk meneruskan kajian strategi pengembangan wisata syariah dengan harapan akan mendapatkan solusi bagi pengembangan wisata syariah khususnya di Kabupaten Aceh Timur, oleh sebab itu judul pada penelitian ini ditetapkan yaitu: ***“Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa dengan Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur”***.

1.2. Identifikasi Masalah

- a. Adanya akses menuju lokasi wisata yang dekat dari jalan utama Medan-Banda Aceh, dengan kemudahan jalan yang sudah di aspal sehingga di identifikasikan sebagai *Strength*/Kekuatan.
- b. Minimnya keterlibatan pihak swasta dalam pengembangan fasilitas di lokasi wisata syariah pantai Kuala Peudawa, seperti belum adanya wahana permainan pendukung seperti *Banana boat*, wisata perahu, dan permainan sekitar pantai lainnya, juga pengembangan wisata kuliner, sehingga di identifikasikan menjadi kelemahan/ *Weakness* dari pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.

¹⁸Mentari Rendayani, *et all*, “Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanahan Bandar Lampung”, Universitas Islam Indonesia.

- c. Pemerintah yang melakukan sosialisasi kepada masyarakat guna untuk membuka wawasan agar dapat mengembangkan wisata syariah pantai Kuala Peudawa yang di identifiikasikan sebagai *Opportunities/* Kesempatan.
- d. Adanya lokasi wisata pantai yang berdekatan dengan wisata syariah Kuala Peudawa sehingga menimbulkan persaingan dalam menarik para wisatawan. Selain itu, dikhawatirkan masih ada masyarakat yang kontra jika pantai Kuala Peudawa dijadikan objek wisata atau dapat mengganggu jalannya syariah Islam yang di identifikasikan sebagai *Threats/* Ancaman.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang akan di angkat adalah: “Bagaimana strategi pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, dengan menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur”.

1.4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penlitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis strategi pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa dengan menggunakan analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat secara teoritis, diharapkan berguna untuk:
 - 1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, gambaran, dan pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi bisnis mengenai

pengembangan wisata syariah pada Pantai Kuala Peudawa dengan menggunakan analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur. Dengan kegiatan penelitian ini sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

2. Melalui penelitian pengembangan wisata syariah di Pantai Kuala Peudawa dengan menggunakan analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur ini diharapkan dapat menjadi salah satu pemenuhan syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana pada Institut Agama Islam Negeri Langsa.

b. Manfaat secara praktis, diharapkan dapat berguna untuk:

Memberikan informasi kepada masyarakat Indonesia secara umum, dan khususnya masyarakat Aceh Timur tentang pengembangan wisata syariah pantai Kuala Peudawa dengan menggunakan analisis SWOT.

1.5. Batasan Masalah

Agar kajian dalam penelitian ini tidak melebar dan fokus pada suatu permasalahan serta dapat dipahami secara baik dan benar sebagaimana yang diharapkan, maka peneliti membatasi penelitian ini pada pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa dengan menggunakan analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur, yaitu: *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman) dengan waktu pengambilan data selama tahun 2021.

1.6. Penjelasan Istilah

1. Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan suatu bidang usaha.¹⁹
2. Pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru.²⁰
3. Wisata syariah merupakan salah bentuk wisata yang berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat Islam sebagai landasan dasar.²¹
4. Analisis SWOT yaitu: mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama Anda ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.²²

1.7. Metode penelitian

Metode penelitian yaitu keseluruhan proses berfikir dari mulai menentukan, memilih dan merumuskan masalah, mengkaji kepustakaan, mengumpulkan data, menganalisis data, serta menginterpretasikan hasil sampai pada penarikan kesimpulan penelitian tersebut.²³

¹⁹Nana Herdiana Abdurrahman, “Manajemen Strategi Pemasaran” (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 197–198.

²⁰Yeni Imaniar H, “Potensi Media Sosial Sebagai Potensi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia”, 2013, h. 4

²¹Hendri, Mila, dan Ana, “Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya”, 2018, h. 33

²²Sugi priharto, cpssoft.com, diakses tanggal 23 february 2021, pukul 23:23

²³Anwar Sanusi, “Metodologi Penelitian Bisnis”, (Jakarta: Salemba Empat, 2014. Cetakan Keempat), h. 28.

1.7.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu jenis penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia.²⁴

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, yaitu suatu proses mencari jawaban permasalahan yang disesuaikan secara sistematis dengan didasarkan pada data-data yang ada di lapangan. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif seperti kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, dengan melakukan wawancara ataupun observasi lapangan pada pihak yang terkait yakni pengelola fasilitas-fasilitas di pantai Kuala Peudawa seperti Pondok *Blackpink* dan pondok Pantai Bola yang ada di Kuala Peudawa Aceh Timur, Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Timur, Wisatawan, tokoh masyarakat, dan masyarakat sekitar lokasi wisata.²⁵

1.7.2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau ada hubungan dengan subjek yang diteliti, data tersebut bisa diperoleh langsung dari personal yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan.²⁶ Pada penelitian ini sumber data primer di peroleh langsung dari hasil terjun lapangan di lokasi wisata berupa wawancara, observasi dan dokumentasi dalam bentuk foto dan rekaman suara di lokasi pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh.

²⁴Afrizal. "Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Berbagai Disiplin Ilmu", (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 13.

²⁵ Ibid, h. 15

²⁶Moh. Pabundu Tika, "Metodologi Riset Bisnis", Jakarta: Bumi Aksara, h. 57

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh instansi diluar dari penelitian sendiri, walaupun yang dikumpulkan ini sesungguhnya adalah data asli.²⁷ Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan diperoleh dari berbagai macam sumber terkait seperti jurnal, artikel, skripsi, berita, website, media social, Dinas Kepariwisataaan, serta sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu:

- a. Davin Muhammad Arsyah dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Melalui Media Sosial: Studi Kasus Wisata Watu Angkrik Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung”.
- b. Zuhrotun Nisak dalam jurnalnya yang di publis pada Academia.edu yang berjudul “Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif”.
- c. Mentari Rendayani, S.E, *et all*, dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanahan Bandar Lampung”.
- d. Hary Hermawan dalam jurnalnya yang berjudul “Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot”.
- e. Dewi Puspita Sari dalam Skripsinya yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Pariwisata (studi kasus pantai parangtritis di Kabupaten Bantul”.

1.7.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di pantai Kuala Peudawa yang termasuk kedalam kategori wisata syariah, berada di daerah pesisir pantai Gampong Kuala Peudawa,

²⁷Ibid, h. 58

Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh. Waktu penelitian dilaksanakan Maret 2021-Selesai.

1.7.4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang maupun lembaga organisasi. Subjek penelitian ialah yang pada dasarnya akan dikenai kesimpulan dari hasil penelitian. Informan sebagai subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Café/ Rek pada pantai Kuala Peudawa, Pengunjung/ wisatawan, masyarakat, Sekertaris Desa (SEKDES) Gampong Kuala Peudawa, dan Dinas Pariwisata Aceh Timur. Objek penelitiannya ialah pokok persoalan yang hendak di teliti untuk mendapatkan data secara terarah dan jelas, pada penelitian ini objek penelitiannya yaitu strategi pengembangan wisata syariah di Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur dengan menggunakan analisis SWOT.

1.7.5. Teknik dan Instrument Pengumpulan Bahan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif, untuk metode pengumpulan bahan dilakukan melalui:²⁸

a. Metode Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, dan peristiwa mengenai hal-hal yang sekiranya berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Metode observasi yang digunakan adalah observasi langsung (*direct observation*), yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fokus

²⁸Dr. Farida Nugraha, M. Hum, "Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa", (Surakarta, 2014), h. 133.

penelitian yang akan dikaji. Peneliti akan terlibat langsung dengan aktivitas dan kegiatan yang ada di lokasi wisata syariah pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.²⁹

b. Metode Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian, atau merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh sebelumnya.

Metode yang digunakan adalah wawancara kombinasi/ semi terstruktur yakni campuran antara wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur atau wawancara bebas terpimpin, pada metode wawancara kombinasi selain menggunakan pedoman wawancara yang telah di buat sebelumnya, peneliti juga bebas melakukan improvisasi dengan menanyakan informasi lain, wawancara ini diharapkan dapat memberikan data yang lebih mendalam.³⁰

c. Metode Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang bersifat tertulis dan merupakan teknik yang sangat umum digunakan dalam penelitian kuantitatif. Namun pada penelitian kualitatif teknik kuesioner lazimnya digunakan sebagai langkah awal dalam pengumpulan data penelitian dan sebagai data pendukung, dalam penelitian ini kuisisioner lebih terfokus untuk data pendukung pada metode analisis data yang di gunakan yakni analisis SWOT dengan menggunakan matriks faktor internal dan eksternal untuk meneliti lebih lanjut

²⁹Ibid, h. 135.

³⁰V. Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Batu Press. 2015), h. 31.

mengenai strategi pengembangan wisata syariah di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur. Bentuk pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, yakni pertanyaan yang diikuti oleh kata kunci tertentu bahkan sejumlah jawaban yang dapat dipilih oleh responden.³¹

Pada penelitian ini yang menjadi populasi ialah pelaku pariwisata disekitar objek wisata. Populasi sampel ialah prosedur dalam pengambilan data yang mana hanya sebagian saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dalam suatu populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, yakni salah satu teknik sampling non random, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian, atau suatu teknik pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu.³²

Purposive sampling sendiri memiliki cara dalam menentukan jumlah sampel, seperti menekankan jumlah yang mencukupi untuk responden atau ketatnya batasan-batasan pada sampel. *Purposive sampling* dapat dikatakan suatu cara pemilihan sampel yang disesuaikan dengan keinginan peneliti dengan menetapkan

³¹Black dan Champion dalam Ratna, pada Dr. Farida Nugrahani, M.Hum, "Metode Penelitian Kualitatif Penelitian Pendidikan Bahasa", Surakarta, 2014, h. 140.

³²Statistikan.com, "Purposive Sampling, Pengertian, Tujuan, Contoh, Langkah, Rumus", diakses tgl 16 desember 2021, pukul 21:08 WIB

ciri khusus atau syarat khusus dengan tujuan agar dapat menjawab pertanyaan penelitian.³³

d. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, rekaman audio, dan data yang relevan dengan penelitian. Dokumen yang digunakan bisa berbentuk tulisan, gambar, video, audio atau karya-karya monumental.³⁴

1.7.6. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, kusioner, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data triangulasi kualitatif deskriptif dimana suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat diangkat oleh peneliti dengan menunjukkan bukti-buktinya dengan kuantitatif analisis SWOT.³⁵

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT yakni suatu identifikasi yang di gunakan dalam merumuskan secara sistematis strategi dalam pengambilan sebuah keputusan dan merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis dalam proses pengembangan suatu objek wisata. Dengan hal tersebut perencanaan strategi harus menganalisis faktor apa yang menjadi

³³ Ibid

³⁴ Sudaryono, "Metode Penelitian", (Jakarta: Rajawali Pers), 2017, h. 219

³⁵ Bogdan dalam Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D", (Bandung: CV. Alfabeta, Cet. IV) 2008, h. 334.

kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesss*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).³⁶

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pada analisis SWOT, yakni faktor internal yang menyangkut dengan kondisi yang terjadi pada proses pengembangan suatu lokasi wisata, dimana faktor ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*desition making*), yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) juga meliputi semua macam manajemen fungsional seperti pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan. Faktor eksternal yang menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar suatu lokasi wisata yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan (*desition making*), yakni peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*), mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya, sebagai berikut:³⁷

1. Kekuatan (*strengths*) adalah mengetahui situasi, kondisi, dan potensi wisata dari suatu wilayah, yang perlu dilakukan dalam analisis ini adalah peneliti perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dan di bandingkan dengan para pesaing yang ada di seputaran wilayah tersebut. Maka akan dapat bersaing dalam pasar dan mampu untuk pengembangan selanjutnya, dengan hal ini dapat digunakan untuk meraih peluang.

³⁶Yulius Habita Nggini. "Analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali". Dalam *jurnal ilmiah Dinamika Sosial*, vol 3, 1 februari 2019, h. 144.

³⁷Fajar Nur'aini DF, "Teknik Analisis SWOT", Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2020, h.13

2. Kelemahan (*weakness*) adalah segala sesuatu yang dapat merugikan sektor pariwisata. Pada umumnya kelemahan-kelemahan yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya promosi, pelayanan yang tidak maksimal, kurang profesional dalam pengadaan pariwisata di lapangan, dan sulitnya lokasi di jangkau.
3. Kesempatan (*opportunities*) adalah semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian.
4. Ancaman (*threats*) adalah berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi suatu objek wisata, seperti peraturan yang tidak memudahkan pengusaha, rusaknya lingkungan dan lainnya.³⁸

1.7.7. Faktor Strategi Internal dan Faktor Strategi Eksternal

Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*), dengan faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Faktor internal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*).³⁹

³⁸Rimet, "Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat: Analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunity, threats*)", (Universitas Islam Negeri Sultan Kasim Riau, *Syarikat: Jurnal Rumpun Syariah Volume 2, Nomor 1, 2019*), h. 57-58.

³⁹Fajar Nur'aini DF, "Teknik Analisis SWOT",... h. 28

a. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*):⁴⁰

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan suatu kelompok usaha. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Maksimum total bobot adalah 1,0.
3. Berikan *rating* 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (*rating* = 1), kelemahan yang kecil (*rating* = 2), kekuatan yang kecil (*rating* = 3) dan kekuatan yang besar (*rating* = 4). Jadi sebenarnya, *rating* mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
4. Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan skor.
5. Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

⁴⁰Freddy Rangkuti, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis", h. 31

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal kelompok usaha tersebut lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Terdapat lima tahap penyusunan Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS):⁴¹

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Maksimum total bobot adalah 1,0. Nilai bobot yang ditentukan adalah:
3. Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi suatu kelompok usaha.
4. Kalikan masing-masing bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.

⁴¹ Ibid. h.31

5. Jumlahkan semua *score* untuk mendapatkan nilai *total score*. Nilai total ini menunjukkan bagaimana pengembangan wisata Pantai Kuala Peudawa bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Sudah tentu bahwa dalam *EFAS Matrix*, kemungkinan nilai tertinggi *total score* adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa pengembangan wisata Pantai Kuala Peudawa merespon peluang yang ada dan menghindari ancaman-ancaman terhadap pengembangan wisata. *Total score* sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi pengembangan wisata Pantai Kuala Peudawa tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 1.1 Matrik Pembobotan Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Kekuatan	X	Y	X.Y	
Jumlah	X	Y	X.Y	
Kelemahan	X	Y	X.Y	
jumlah	X	Y	X.Y	
Total	X	Y	X.Y	

Tabel 1. 2 Matrik Pembobotan Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Keterangan
Kesempatan	X	Y	X.Y	
Jumlah	X	Y	X.Y	
Ancaman	X	Y	X.Y	
jumlah	X	Y	X.Y	
Total	X	Y	X.Y	

1. Diagram Analisis SWOT

Tahap ini dilakukan dengan cara menelaah melalui diagram cartesius analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total *Strength* dan total *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total antara *Opportunities* dan total *Threat*. Di bawah ini gambar Diagram Analisis SWOT sebagai berikut:⁴²

⁴²Marimin, "Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk", h. 208.

Gambar 1. 1 Diagram Cartesius Analisis SWOT

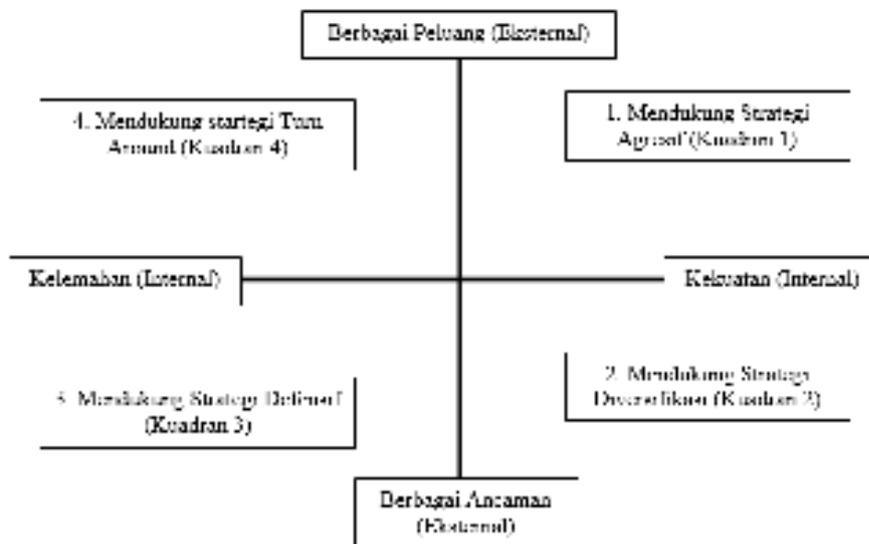


Diagram analisis SWOT pada gambar 1.1 menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:⁴³

a. Kuadran 1.

Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Pada penelitian ini yang menjadi lokasi penelitian ialah wisata pantai Kuala Peudawa yang memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal.

⁴³ Ibid, h. 209

b. Kuadran 2.

Kuadran ini menandakan bahwa wisata Pantai Kuala Peudawa memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/ pasar).

c. Kuadran 3.

kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi wisata Pantai Kuala Peudawa sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, arena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak internal.

d. Kuadran 4.

Kuadran Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah. Untuk itu diharapkan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan memperbaiki kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk.

2. Matriks Internal Eksternal (IE)

Matriks internal eksternal dikembangkan dari model General Elektrik. Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal suatu usaha dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk

memperoleh strategi bisnis yang lebih detail. Diagram tersebut dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, yaitu:⁴⁴

Gambar 1.2 Matriks Internal Eksternal (IE)

		Faktor Strategi Internal		
		Kuat (3.0-4.0)	Rata-rata (2.0-2.99)	Lemah (1.0-1.99)
Faktor Strategi Eksternal	Kuat (3.0-4.0)	I. GROWTH Konsentrasi melalui integrasi vertikal	II. GROWTH Konsetrasi melalui integrasi Horizontal	III. GROWTH <i>Turn around /</i> penciutan
	Rata-rata (2.0-2.99)	IV. STABILITY Hati-hati	V. GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi <i>Horizontal Stability</i> Tak ada perubahan profit strategi	VI. RETRENCHMENT Captive company atau Divestment
	Lemah (1.0-1.99)	VII. GROWTH Difersifikasi Konsentrik	VIII. GROWTH Diversifikasi Konglomerat	IX. RETRENCHMENT Pailit atau Likuidasi
		4.0	3.0	2.0

Berdasarkan lingkup kuadran pada Gambar 1.2 diatas dapat diidentifikasi sembilan sel strategi, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:⁴⁵

⁴⁴Yulihar Diyanti, Skripsi: “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahun di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan”, (Medan, 2018), h. 18.

⁴⁵ Ibid, h. 18

a. *Growth strategy* (sel I,II,IV) yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri untuk upaya diverifikasi atau tumbuh dan kembangkan. Strategi yang cocok untuk masing-masing posisi kolom ini adalah : strategi intensif (*market development, market penetration, product development*) atau integrasi (*backward integration, forward integration, and horizontal integration*).

b. *Stability strategy* (sel III,V,VII) adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang diterapkan atau menjaga dan mempertahankan (*hold & maintain*). Strategi yang cocok untuk masing-masing posisi kolom ini adalah *market penetration* dan *product development*.

c. *Retenchantment strategy* (sel VI, VIII, IX) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha atau menggunakan strategi *harvest* dan *divestiture*.

Berikut adalah penjelasan mengenai kesembilan yang terdapat pada sel matriks Internal - Eksternal (IE) seperti pada gambar 1.1:

a. Sel I Konsentrasi melalui Integritas Vertikal

Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dilalui integritas dengan cara *backward integration* atau *forword integration*. Hal ini merupakan strategi utama untuk suatu usaha yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam berdaya tarik tinggi.

b. Sel II dan V Konsentrasi melalui Integritas Horizontal

Strategi pertumbuhan integritas horizontal adalah kegiatan yang memperluas lokasi wisata dengan cara membangun dilokasi yang lain dan meningkatkan produk serta jasa.

c. Sel III *Turnaround*

Strategi ini tepat bagi pengembangan wisata pada daya tarik industri tinggi ketika masalah-masalah pada pengembangan wisata mulai dirasakan tetapi belum kritis. Strategi ini dilakukan dengan cara melakukan penghematan pada operasional.

d. Sel IV *Stability*

Strategi berdiam diri mungkin tepat untuk dijadikan sebagai strategi sementara yang memungkinkan bagi pengembangan wisata untuk menggabungkan semua sumber daya yang dimilikinya setelah mengalami pertumbuhan yang cepat dari industri yang kemudian menghadapi suatu masa depan yang tidak pasti.

e. Sel VI *Divestasi*

Merupakan strategi yang tepat bagi pengembangan wisata yang berada pada posisi kompetisi lemah dan dengan daya tarik industri menengah.

f. Sel VII *Diverifikasi Terkait*

Strategi pertumbuhan melalui diverifikasi umumnya dilakukan pada pengembangan wisata yang memiliki kondisi competitive posisi sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya rendah. Tekanan strategi ini lebih pada strategi financial dari pada *product market synergy* (strategi yang terdapat pada diverifikasi).

g. Sel IX *Pailit atau Likuidasi*

Likuidasi adalah strategi yang dilakukan dengan cara memperkecil atau mengurangi lokasi dengan tujuan agar mendapatkan keuntungan yang lebih

banyak dengan lokasi yang lebih sempit, guna saat kondisi sudah lebih membaik maka lokasi tersebut di perluas seiring dengan berjalannya waktu.

3. Diagram Matriks Analisis SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis pengembangan wisata adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal dan eksternal yang dihadapi oleh suatu objek wisata yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, matrik ini dapat menghasilkan 4 set kemungkinan alternatif strategis. Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif untuk pengembangan objek wisata. Matrik SWOT menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan didasarkan pada hasil analisis SWOT.⁴⁶

⁴⁶ Freddy Rangkuti, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis", h. 35

Table 1. 3 Diagram Matrik Analisis SWOT

IFAS EFAS	STRENGTH (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGY : Strength-Opportunities (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan Untuk memanfaatkan peluang	STRATEGY : Weaknesses-Opportunities (WO) Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGY : Strengths-Threats (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk Mengatasi ancaman	STRATEGY : Weaknesses-Threats (WT) Ciptakan strategi yang Meminimalkan kelemahan dan Menghindari ancaman

Strategi SO (*Strength-Opportunities*) Strategi ini dibuat berdasarkan peluang pengembangan wisata Pantai Kuala Peudawa, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya. Strategi ST (*Strengths-Threats*) adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki Pantai Kuala Peudawa untuk mengatasi ancaman. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) Strategi ini diterapkan

berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.⁴⁷

1.8. Sistematika Pembahasan

Guna untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai urutan pembahasan penelitian ini agar menjadi sebuah kesatuan yang utuh dan sistematis maka penulis akan memaparkan sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, Identifikasi masalah rumusan masalah, , tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, penjelasan istilah, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Membahas mengenai Strategi Pengembangan Wisata Syariah dengan Menggunakan Analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi penjelasan mengenai strategi, wisata dan pariwisata, wisata syariah, dan penelitian terdahulu.

⁴⁷Ibid, h. 36.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan, dimulai dari; gambaran umum lokasi penelitian, analisis SWOT, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian terakhir dari penelitian ini, yang meliputi kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1. Konsep Strategi

2.1.1. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategas* (*Stratos*: Militer, dan *Ag*: Memimpin) artinya seni dan ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi merupakan suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan, sedangkan taktik merupakan skema dari tindakan yang spesifik.⁴⁸ Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan.⁴⁹

2.1.2. Jenis Strategi

Adapun strategi terdiri dari beberapa jenis, diantaranya:⁵⁰

a. Strategi Integrasi

Strategi Integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan yang memperoleh kendali atas distributor, pemasok dan atau pesaing. Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:⁵¹

⁴⁸Robert M Grant dalam Zulkarnain, "Ilmu Menjual; Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual", (Yogyakarta: Graha Ilmu, edisi1, Cetakan 1, 2012), h. 76-75.

⁴⁹Nana Herdiana Abdurrahman, "Manajemen Strategi Pemasaran" (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 197-198.

⁵⁰Guswan, "Konsep Manajemen Strategis", 2015, h. 16

⁵¹Ibid, h. 16

1. Integrasi ke depan

Integrasi ke depan adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau peritel.

2. Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

3. Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

- b. Strategi Intensif

Strategi Intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya-upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

1. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.

2. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

3. Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

1. Diversifikasi terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi di mana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan yang lama.

2. Diversifikasi tak terkait

Jenis strategi dimana perusahaan perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak berkaitan sama sekali dengan garis bisnis perusahaan sebelumnya.

d. Strategi Defensif

Strategi defensif adalah jenis strategi di mana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan asset untuk meingkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

2.1.3. Tujuan Strategi

Setiap strategi yang di jalankan pasti memiliki tujuan. Maka dari itu strategi haruslah di rencanakan dengan matang agar tujuan yang di inginkan bisa tercapai.

Pada dasarnya strategi di rencanakan untuk menarik konsumen agar memiliki keinginan pada produk yang di tawarkan. Tujuan utama dari kegiatan pemasaran antara lain:⁵²

a. Modifikasi Tingkah Laku

Orang-orang melakukan komunikasi selalu mempunyai beberapa alasan, misalnya mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide atau pendapat. Pemasaran dari segi lain berusaha merubah tingkah laku, pendapat dan memperkuat tingkah laku yang ada.

b. Memberitahu

Kegiatan pemasaran dapat di lakukan untuk memberitahu pasar yang di tuju tentang penawaran perusahaan, sebelum mereka mengetahui produk dan manfaatnya maka mereka tidak akan membeli barang atau jasa tersebut.

c. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk ini juga di arahkan dominan jika produk yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan di dalam siklus kehidupan.

d. Mengingat

Tujuan pemasaran yang bersifat mengingat dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat dan perusahaan berusaha untuk mempertahankan pembeli yang ada.

⁵²Farida Robithoh Widyasti, "Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung", 2013. h. 13-14.

2.2. Konsep Wisata

2.2.1. Pengertian Wisata

Wisata ialah kegiatan perjalanan yang di lakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang di kunjungi, dalam jangka waktu sementara. Wisatawan merupakan semua orang yang memenuhi syarat yaitu meninggalkan rumah kediaman mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan sementara mengeluarkan uang di tempat mereka kunjungi tanpa dengan maksud tidak mencari nafkah di tempat tersebut.⁵³

2.2.2. Ciri-Ciri Wisata

Melakukan perjalanan merupakan kegiatan yang sering di lakukan seseorang untuk bepergian ke daerah atau tempat yang ingin di datangi. Perjalanan wisata merupakan kegiatan yang di sukai oleh semua orang, ciri-ciri wisata adalah:⁵⁴

- a. Perjalanan itu di lakukan untuk sementara waktu.
- b. Perjalanan itu di lakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya.
- c. Perjalanan itu walaupun apa bentuknya harus selalu di kaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi.
- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah dari tempat yang di kunjunginya dan semata-mata hanya menjadi konsumen di tempat tersebut.

⁵³prof. Dr. I Gusti Bagus Arjana, M.S, "Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif", (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, edisi 1, cetakan 2, 2016), h. 6-7

⁵⁴Ibid, h. 17

2.2.3. Jenis Wisata

Terdapat beberapa jenis wisata diantaranya, adalah:⁵⁵

1. Wisata Budaya

Seorang melakukan perjalanan wisata atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau keluar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka dan budaya seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini di satukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan kegiatan budaya.

2. Wisata Olah Raga

Ini dimaksudkan dengan wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara seperti Asia Games, Olimpiade, *Thomas Cup*, *Uber Cup* dan lain-lain.

3. Wisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersil seperti industri, pameran dagang dan sebagainya. Tidak jarang pameran dan pekan raya ini di meriahkan dengan berbagai macam atraksi dan pertunjukan kesenian.

4. Wisata Industri

Wisata industri merupakan perjalanan yang di lakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang-orangkesuatu kompleksatu daerah

⁵⁵Ibid, h. 10-14

perindustrian dimana pabrik-pabrik atau bengkel besar, dengan tujuan dan maksud untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

5. Wisata Pertanian

Wisata pertanian adalah pengorganisasian perjalanan yang di lakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan atau peninjauan untuk studi atau hanya sekedar melihat-lihat sekelilingnya sambil menikmati segarnya tanaman beraneka ragam dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayur dan palawija disekitar perkebunan yang di kunjungi.

6. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis wisata ini banyak di kaitkan dengan kegiatan olahraga air seperti di danau, pantai, memancing, berlayar, berenang sambil melakukan pemotretan, kompetisi selancar, balap mendayung, berkeliling melihat taman laut dengan pemandangan yang indah dari permukaan air, seerta berbagi rekreasi perairanlainnya.

7. Wisata Buru

Jenis wisata ini banyak di lakukan di negeri yang memiliki daerah atau tempat berburu yang di benarkan oleh pemerintah yang di galakkan oleh agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini di atur dalam bentuk safari buru ke daerah hutan.

8. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini banyak di kaitkan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat yang di lakukan baik perorangan atau rombongan yang berkunjung ke tempat suci, ke makam-makam orang besar

atau pemimpin yang di agungkan, ke bukit atau gunung yang di anggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin, sebagai manusia penuh legenda. Di tanah air kita memiliki banyak tempat suci atau keramat yang di kunjungi oleh umat-umat beragama tertentu, misal seperti Candi Borobudur, Prambanan, Pura Besakih di Bali, Sedang Sono di Jawa Tengah, makam Wali Songo dan lainnya.

2.2.4. Tujuan Berwisata

Tujuan orang-orang melakukan perjalanan atau kunjungan sangat beraneka ragam tergantung dari tujuan yang di rencanakan. Mengetahui tujuan perjalanan seseorang atau sekelompok orang akan dapat di pahami konteksnya dalam pariwisata.⁵⁶

Menurut pasal 4 UU No. 10 Tahun 2009, tujuan dari penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia adalah:⁵⁷

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- c. Menghapus kemiskinan.
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya.
- f. Memajukan kebudayaan.
- g. Mengangkat citra bangsa.
- h. Memupuk rasa cinta tanah air.
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa, dan
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa.

⁵⁶ Ibid, h.19-20

⁵⁷ Undang-Undang Republik Indonesia, Tentang Kepariwisataan, No. 10, Tahun 2009, BAB II (Asas, Fungsi dan Tujuan), Pasal 4.

2.2.5. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata yang juga di sebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan kesuatu daerah wisata. Pada umumnya daya Tarik suatu obyek wisata berdasarkan pada:⁵⁸

- a. Adanya sumber daya yang menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan.
- d. Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain-lain).
- e. Terdapat tempat yang vital seperti toilet, tempat parkir, tempat makan dan yang lainnya sehingga mempermudah pengunjung, bukan hanya itu saja tetapi bisa juga dilengkapi dengan ATM dan jalan yang memadai untuk pengunjung.

2.2.6. Sarana Wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan didaerah tujuan wisata diantaranya adalah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.⁵⁹

Perencanaan strategi suatu daerah tujuan wisata perlu dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya, tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) organisasi atau lembaga yang

⁵⁸Yeni Imaniar H, "Potensi Media Sosial Sebagai Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia", (Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata, 2013), h.23

⁵⁹Ibid, h. 23

bertanggungjawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut.

Dalam proses pengembangan daerah wisata ada komponen-komponen yang harus bersinergi dengan baik, dengan kata lain ada pihak-pihak yang harus bekerja sama yakni pemerintah, dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Aceh Timur serta pihak pengelola wisata dan yang tak kalah penting adalah masyarakat sendiri sebagai ujung tombak dalam pengembangan pariwisata.

Adapun hal yang harus di perhatikan dalam melakukan pengembangan daerah wisata tersebut yakni tidak bisa hanya sembarangan saja, harus ada target dan tujuan yang akan dicapai, sehingga apa yang diharapkan dari pengembangan daerah tujuan wisata tersebut dapat terpenuhi sesuai harapan. Adapun syarat yang harus dipenuhi agar daerah tujuan wisata tersebut dapat benar-benar menjadi daerah wisata yang baik yaitu:

2.3. Wisata Syariah

Wisata Syariah adalah perjalanan wisata yang semua prosesnya sejalan dengan nilai-nilai syariah Islam. Baik di mulai dari niatnya semata-mata untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah, selama dalam perjalanan dapat melakukan ibadah dengan lancar, setelah sampai tujuan wisata tidak mengaruh kepada hal-hal yang bertentangan dengan syariah, makanan dan minuman yang *halalan tayyibah*

hingga kepulangannya pun dapat menambah rasa syukur kepada Allah. Seperti firman Allah SWT dalam Q.S. AL-Ankabut, ayat 20.⁶⁰

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۝

Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, Maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu".⁶¹

Ayat 20 dalam surat ini berisi perintah kepada Nabi Muhammad saw bahwa: Katakanlah kepada mereka: “Kalau kamu belum juga mempercayai keterangan-keterangan diatas antara lain yang disampaikan oleh leluhur kamu dan bapak para Nabi yakni Nabi Ibrahim as, maka berjalanlah di muka bumi kemana saja kaki kamu membawa kamu, lalu dengan segera walau baru beberapa langkah kamu melangkah. Perhatikanlah bagaimana Allah memulai penciptaan makhluk yang beraneka ragam manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan dan sebagainya. Kemudian Allah menjadiannya kali lain setelah penciptaan pertama kali itu. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”⁶²

Dengan melakukan perjalanan di bumi, sebagaimana di perintahkan ayat ini seseorang akan menemukan banyak pelajaran berharga. Baik melalui ciptaan Allah yang terhampar dan beraneka ragam, maupun dari peninggalan-peninggalan lama yang masih tersisa puing-puingnya. Pandangan kepada hal-hal itu akan mengantar seseorang berfikir bahwa tidak ada yang kekal di dunia ini.

Dalam kehidupan manusia di dunia ini, Islam selalu menyerukan agar manusia dalam bepergian dan bergerak menghasilkan kebaikan dunia dan ahirah.

⁶⁰ Johar Arifin, “Wawasan Al-Quran dan Sunnah Tentang Pariwisata”. (Jurnal: *An-nur*, Vol 4 No 2, 2015) h. 5-6

⁶¹ Al-Quran

⁶² TafsirQ.com. *Tafsir Quraish Shihab*. Tafsir.com/29-al-ankabut/ayat-20, tafsir Quraish Shihab, di akses pukul 22:34 WIB

Hal ini diungkapkan dalam Al-Qur'an dengan menggunakan bentuk amr (perintah). Allah SWT menyerukan kepada manusia agar melakukan perjalanan yang diiringi dengan memperhatikan dan men-taddabur apa yang mereka lihat tersebut. Dari ungkapan di atas penekanannya pada kata perjalanan atau wisata tanpa di sadari, semua makhluk di muka bumi ini akan melakukan perjalanan. Meskipun perjalanan yang di lakukan memiliki makna atau tujuan yang berbeda.

Berbeda dengan manusia yang memiliki banyak tujuan, Misalnya untuk bekerja, olah raga, mencari ilmu/pendidikan ataupun untuk bersenang-senang atau mencari kepuasan batin. Jadi dalam ajaraan Islam pun telah diterangkan secara jelas tentang di perbolehkannya pariwisata ke berbagai tempat di seluruh dunia dengan maksud dan tujuan tertentu yang di antaranya adalah.⁶³

1. Untuk beribadah seperti haji dan umroh.
2. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan agama seperti ketempat yang menyimpan sejarah tentang islam.
3. Untuk berdakwah dan menyiarkan agama islam.
4. Pergi ke beberapa tempat untuk melihat berbagai peninggalan sebagai nasihat, pelajaran dan manfaat lain.
5. Menikmati indahnya alam yang indah sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keEsaan Allah SWT dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup.

Seruan Islam untuk melakukan perjalanan pariwisata lebih luas dari tujuan yang dewasa ini di ungkapkan dalam masalah kepariwisataan. Dalam Islam kita

⁶³ Johar Arifin, "*Wawasan Al-Quran dan Sunnah Tentang Pariwisata*"... h. 141.

mengenai istilah Hijrah, Haji, Ziarah, perdagangan dan mencari ilmu pengetahuan yang merupakan di antara faktor yang di jadikan alasan Islam untuk mendorong umatnya melakukan perjalanan.⁶⁴

Berdasarkan Fatwa DSN MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016, terdapat prinsip umum dalam penyelenggaraan pariwisata syariah, yakni pada penyelenggaraan wisata harus memenuhi:⁶⁵

- a. Wajib terhindar dari kemusyrikan.
- b. Kemaksiatan.
- c. Kemafsadatan.
- d. Tabdzir/ Israf (Tidak boros atau berlebih-lebihan)
- e. Kemunkaran (Tidak melakukan sesuatu yang bertentangan dengan syariat)
- f. Menciptakan kemaslahatan, dan
- g. Terdapat manfaat baik secara material maupun spiritual.

2.4. Konsep Analisis SWOT

Analisis SWOT mulanya di perkenalkan oleh Albert S Humphrey pada tahun 1960-an, hal itu ia lakukan ketika melakukan penelitian di Stamford University. Albert melakukan analisis pada 500 perusahaan Amerika Serikat yang sumbernya berasal dari dalam Fortune 500. Latar belakang proyek tersebut bertujuan untuk mencari tahu mengapa suatu perencanaan bisnis bisa gagal. Penelitian ini juga juga dilakukan untuk mengetahui solusi apa yang bisa dilakukan sebagai respons atas kegagalan ini.

⁶⁴Ibid, h. 5-6.

⁶⁵ Halalmui.org, “Berbagai Panduan Tentang Wisata Halal”, diakses tanggal 19 September 2021, pukul 09:45 WIB.

Keberhasilan Albert dalam memperkenalkan analisis ini dimulai dengan munculnya tren perencanaan perusahaan yang tampaknya muncul pertama di Du Pont sekitar tahun 1949. Hal tersebut meratarbelakangi merebaknya *corporate manager* dan Asosiasi Perencanaan Perusahaan Jangka Panjang bagi perusahaan yang masuk di Fortune 500.

analisis SWOT sendiri adalah suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Dari ke empat komponen tersebut analisis SWOT dapat di bagi menjadi dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal dimana kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) termasuk ke dalam faktor Internal, sedangkan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) masuk ke dalam faktor strategi eksternal. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk analisis SWOT.⁶⁶

2.4.1. Manfaat Analisis SWOT

1. Membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus menjadi dasar dari sebuah analisis persoalan.
2. Mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan rekomendasi untuk mempertahankan kekuantan dan juga menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, serta mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.
3. Membantu untuk “membedah” organisasi dari empat sisi yang menjadi dasar dalam proses indentifikasi dan juga dengan analisis ini kita dapat

⁶⁶ Fajar Nur'aini DF, “Teknik Analisis SWOT”, Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2020, h.3

menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan atau tidak terlihat sama sekali.

4. Dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasikan kelemahan yang ada serta menekan munculnya ancaman yang mungkin akan timbul.⁶⁷

2.4.2. Fungsi Analisis SWOT

Analisis SWOT berfungsi untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan atau untuk menganalisis suatu proses pengembangan suatu objek wisata yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan serta menganalisis peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.⁶⁸

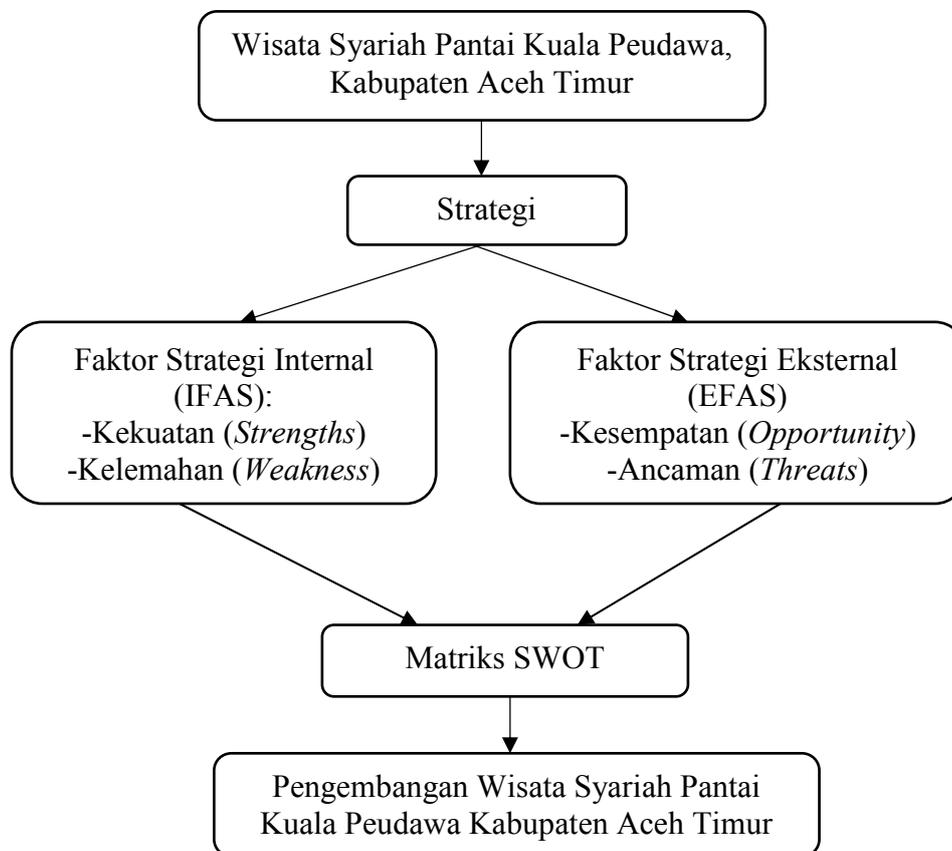
2.5 Kerangka Teori

Untuk memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa dengan Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh, maka peneliti membuat kerangka teori sebagai panduan sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai dengan baik, seperti pada gambar berikut ini.

⁶⁷Ibid, h.12

⁶⁸Ardan Wigaga, "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Argowisata Kebun The Jamus Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Desa Gorokerto, Kecamatan Sine, Kabupaten Ngawi", (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020), h. 34

Gambar 2.1 Kerangka Teori



Kerangka teoritis dari penelitian ini dimulai dengan penggalian informasi dari lingkungan lokasi wisata syariah yakni pada Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Timur, masyarakat, Geuchik, Teungku Imum, Tuha Peut, dan pengelola fasilitas pendukung wisata syariah pantai Kuala Peudawa di Kabupaten Aceh Timur. Kemudian penelitian ini menggunakan Analisis SWOT yang terdiri atas dua faktor yakni Internal dan Eksternal, setelah penggalian informasi dilakukan lalu dipecahkan untuk kedua faktor tersebut guna untuk mengevaluasi faktor kekuatan dan kelemahan, juga faktor kesempatan dan ancaman. Kemudian berujung pada lahirnya strategi-strategi terhadap masing-masing matriks (keadaan). Strategi matriks yang menjadi hasil akhir dari penelitian yang nantinya diharapkan dapat

menjadi solusi untuk strategi yang tepat bagi pengembangan wisata syariah di pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur untuk mengembangkan lokasi wisata syariah tersebut.

2.6. Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul, Tahun	Metode Penelitian	Hasil
1	Kartini La Ode Unga, <i>et al.</i> “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda”, 2011. ⁶⁹	Kualitatif, deskriptif, dengan analisis SWOT: - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i> - <i>Opportunity</i> - <i>Threats</i>	1. Faktor-faktor internal yang mendukung pengembangan pariwisata Kepulauan Banda adalah keragaman atraksi, image kawasan yang sudah terkenal sejak VOC, sifat keterbukaan, keamanan, dan kemudahan mencapai lokasi. Sementara yang menghambat adalah belum adanya pusat informasi wisata, sifat terhadap lingkungan yang sangat rendah, SDM bidang pariwisata masih rendah, dan infrastruktur pendukung belum memadai. 2. Faktor-faktor eksternal yang mendukung pengembangan pariwisata Kepulauan Banda adalah aksesibilitas, perkembangan teknologi dan informasi, regulasi, serta tingginya potensi dan minat wisatawan. Sementara yang menghambat adalah interaksi budaya dan

⁶⁹ Kartini La Ode Unga, *et al.*, “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda”, *Area Tourism Development Strategy of Banda Islands*, 2011

			kerusakan lingkungan. 3. Strategi prioritas berdasarkan SWOT adalah pengembangan wisata diving dan snorkeling, membangun jaringan dengan wisata lain, bekerjasama dengan agen perjalanan, dan membuat website khusus.
	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Tahun peneliti sebelumnya 2011, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di wisata Kepulauan Banda. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
2	Sisi Amalia. “Analisis Potensi Wisata Syariah di Kota Pontianak”, 2018. ⁷⁰	Kuantitatif analisis, studi deskripsi, Analisis: SWOT; - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i> - <i>Opportunity</i> - <i>Threats</i>	Secara keseluruhan persepsi responden menyatakan bahwa Kota Pontianak dalam kondisi baik dan siap untuk mencanangkan dan mengembangkan wisata syariah dengan persentase kesiapan sebesar 66%.
	<p>Persamaan: Menggunakan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Penggunaan metode penelitian sebelumnya menggunakan kuantitatif analisis, studi deskriptif. Tahun peneliti sebelumnya 2018, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di wisata syariah Kota Pontianak. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
3	Desy Sugianti. “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pasar Terapung Berbasis Kearifan Lokal di	Triangulasi Kualitatif Deskriptif, dengan kuantitatif analisis SWOT: - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i>	Pengelolaan yang dilakukan oleh pemerintah sebagai pengelola tunggal kawasan Pasar Terapung Kuin dan Siring dalam menjalankan visi dan misi serta

⁷⁰ Sisi Amalia, “Analisis Potensi Wisata Syariah di Kota Pontianak”, Universitas Tanjungpura, 2018.

	Kota Banjar Masin”, 2016 ⁷¹	- <i>Opportunity</i> - <i>Threats</i>	mewujudkan tujuan yang ditetapkan adalah dengan menghadirkan kawasan pasar terapung yang mudah diakses oleh pengunjung dan wisatawan yaitu Pasar Terapung Siring. Tetapi dengan adanya pasar terapung tersebut, tentunya akan memberikan dampak yang kurang baik terhadap pasar terapung tradisional jika tidak diimbangi dengan sistem pengelolaan yang sama.
	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Tahun peneliti sebelumnya 2016, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di Kota Banjarmasin. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
4	Yulius Habita Nggini. “Analisis Swot (Strengths, Weaness, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali”, 2019. ⁷²	Kualitatif, Analisis: SWOT; - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i> - <i>Opportunity</i> - <i>Threats</i>	Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali berorientasi pada upaya melibatkan masyarakat, yang pada akhirnya dapat mewujudkan pengembangan pariwisata yang mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat setempat.
	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Tahun peneliti sebelumnya 2019, penelitian sekarang 2021.</p>		

⁷¹ Desy Sugianti, “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pasar Terapung Berbasis Kearifan Lokal di Kota Banjar Masin”, Program Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2016.

⁷² Yulius Habita Nggini, “Analisis Swot (*Strengths, Weaness, Opportunity, Threats*) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali”, Universitas Pendidikan Nasional, 2019.

	Lokasi peneliti sebelumnya berada di Provinsi Bali. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.		
5	Tri Budi Astuti, <i>et all.</i> “Pengembangan objek wisata syariah desa Bubohu Gorontalo: pendekatan SWOT dan ANP”, 2019. ⁷³	Kualitatif, Analisis: SWOT; - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i> - <i>Opportunity</i> - <i>Threats</i>	Berdasarkan hasil analisis SWOT dan perhitungan ANP: faktor–faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan objek wisata syariah di ndonesia adalah kondisi lingkungan dan letak geografis yang cukup baik (kekuatan), rendahnya dukungan masyarakat (kelemahan), mengeksplere pariwisata Provinsi Gorontalo (peluang) dan adanya pariwisata yang menarik para pengunjung dari berbagai daerah dapat menciptakan kriminalitas di daerah setempat (ancaman)
	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif , dengan Analaisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Tahun peneliti sebelumnya 2019, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di desa Bubohu Gorontalo. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
6	Mentari Rendayani, S.E. <i>et all.</i> “Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanahan Bandar Lampung”, ⁷⁴	SWOT: - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i> - <i>Opportunity</i> - <i>Threats</i> Teknik <i>covenience</i> atau <i>oppurtunity sampling</i>	Variabel SWOT pada faktor internal dan eksternal dapat memberi kontribusi terhadap potensi wisata Puncak Mas sebesar 82%, sebanyak 18% dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti promosi, pengembangan produk wisata, peningkatan

⁷³ Tri Budi Astuti, *et all.*, “Pengembangan objek wisata syariah desa bubohu gorontalo: pendekatan SWOT dan ANP”, STIE Ahmad Dahlan Jakarta, 2019.

⁷⁴ Mentari Rendayani, S.E. *et all.*, “Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanahan Bandar Lampung”, Universitas Islam Indonesia.

			kualitas SDM
	<p>Persamaan: Menggunakan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Menggunakan Teknik <i>covenience</i> atau <i>oppurtunity sampling</i> Lokasi peneliti sebelumnya berada di wisata syariah Puncak Mas Sukadanahan, Bandar Lampung. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
7	Hary Hermawan. “Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis SWOT”, 2017. ⁷⁵	Kualitatif, analisis SWOT: - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i> - <i>Opportunity</i> - <i>Threats</i>	Hasil analisis merujuk pada strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang (WO). Aplikasi dalam pengembangan destinasi tingkat tapak lahan, meliputi : Penataan taman atau landscaping; Pembangunan sarana wisata dan aksesibilitas; Rekomendasi menggarap potensi daya tarik alam budaya serta potensi flora khas yang ada untuk dikemas menjadi daya tarik wisata yang indah, unik dan otentik.
	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Tahun peneliti sebelumnya 2017, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di wisata Tingkat Tapak Lahan. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
8	Dewi Puspitasari. “Strategi pengembangan produk pariwisata (studi kasus Pantai Parangtritis di	Kualitatif, dengan analisis SWOT: - <i>Strengths</i> - <i>Weakness</i> - <i>Opportunity</i>	Terdapat 3 rekomendasi alternatif strategi pengembangan yang diperoleh dari kombinasi <i>Strenghts</i> dan <i>Opportunities</i>

⁷⁵ Hary Hermawan, “Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis SWOT”, STP ARS Internasional, 2017.

	Kabupaten Bantul)”, 2019. ⁷⁶	<i>-Threats</i>	(so): 1. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi pada media elektronik maupun secara langsung untuk menarik wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata pantai Prangtritis. 2. Memanfaatkan produk wisata dan atraksi wisata yang ada seperti sarana dan prasarana, keamanan, layanan maupun festival-festival untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pantai parangtritis. 3. Membuat pantai Parangtritis yang lebih berkualitas dengan harga yang relatif murah sehingga menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke pantai Parangtritis.
	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Tahun peneliti sebelumnya 2019, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di wisata Pantai Parangtritis di Kabupaten Bantul. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
9	Davin Muhammad Arsyad. “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Melalui Media	Deskriptif, kualitatif. model Analisa Miles dan Huberman sebagaimana dalam sugiono (2007:337)	Wisata Watu Angkrik memiliki potensi yang sangat bagus sesuai dengan kondisi globalisasi yang saat ini dibutuhkan oleh

⁷⁶ Dewi puspitasaki, “Strategi pengembangan produk pariwisata (studi kasus pantai parangtritis di kabupaten bantul)”, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2019.

	Sosial (Studi Kasus Wisata Watu Angkrik Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung)”, 2019. ⁷⁷	yang terbagi dalam beberapa tahap yaitu: Reduksi data, Display data, Konklusi dan verifikasi.	masyarakat luas. keadaan tersebut sangat potensi untuk memasarkan wisata tersebut menggunakan media social.
	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.</p> <p>Perbedaan: Penelitian sebelumnya menggunakan model analisa dari Miles dan Huberman, sebagaimana dalam Sugiono (2007:337), melewati tahap reduksi data, display data, konklusi, dan verifikasi. Tahun peneliti sebelumnya 2019, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di wisata Watu Angkrik Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>		
10	yarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). “Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat: Analisis SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunity, Threat</i>)”, 2019. ⁷⁸	Kualitatif. Teknik analisa Data menggunakan analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity dan Threat</i>)	Stretegi pengembangan wisata syariah di Sumatera Barat adalah menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan, diimplementasikan melalui suatu Gerakan terpadu pengembangan kepariwisataan, Rapat-Rapat Koordinasi dengan Pemerintah Provinsi, Kabupaten/Kota dan Stakeholder terkait, kesepakatan Pemerintah Provinsi, Kabupaten/Kota menjadikan Sumatera Barat sebagai Destinasi Wista Halal.

⁷⁷Davin Muhammad Arsyad, “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Melalui Media Sosial (Studi Kasus Wisata Watu Angkrik Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung)”, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.

⁷⁸ Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), “Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat: Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*)”, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.

	<p>Persamaan: Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan Analisis SWOT.</p> <p>Perbedaan: Tahun peneliti sebelumnya 2019, penelitian sekarang 2021. Lokasi peneliti sebelumnya berada di wisata Syariah di Sumatera Barat. Penelitian ini berada di Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.</p>
--	--

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Lokasi Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa

Kuala peudawa merupakan sebuah desa yang berada di Kabupaten Aceh Timur dengan kearifan lokal yang dimilikinya yakni hamparan laut yang indah dengan garis pantai yang Panjang. Gampong Kuala Peudawa juga memiliki hasil alam seperti ikan yang segar dan berlimpah, tambak-tambak milik warga, usaha pondok pinggir pantai yang sedang dikembangkan saat ini. Keindahan Pantai Kuala Peudawa tidak dapat diragukan lagi, berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan pada objek wisata syariah pantai Gampong Kuala Peudawa yakni pengunjung yang selalu datang untuk berwisata, bertamasya, dan berekreasi sedari dulu.

Secara geografis Kabupaten Aceh Timur sendiri memiliki luas $\pm 6.040,60$ km² terletak diantara koordinat 4° 09' 21, 08" – 5° 06' 02, 16" LU dan 97° 15' 22. 07" – 97° 34' 47,22" BT, yang mencakup wilayah daratan seluas $\pm 542.708,58$ ha terdiri dari 24 Kecamatan, 52 Mukim dan 512 Gampong, dengan wilayah laut kewenangan sejauh 4 mil sejauh garis pantai ± 83.190 ha, wilayah udara di atas daratan dan laut kewenangan, serta termasuk ruang di dalam bumi dan di bawah wilayah daratan dan laut kewenangan.⁷⁹ Batas Kabupaten Aceh Timur:⁸⁰

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Aceh Utara dan Selat Malaka.

⁷⁹ Qanun Kabupaten Aceh Timur Nomor 10 tentang "*Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Aceh Timur Tahun 2012-2032*", Bab IV Pasal 4 tentang "*Ruang Lingkup Penataan Ruang Kabupaten*", 2013.

⁸⁰ Media.acehprove.go.id, sumber data publikasi media elektronik "*Aceh Timur dalam Angka tahun 2011*", diakses tanggal 28 november 2021, pukul 09:59 WIB.

b. sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Gayo Lues dan Kabupaten Aceh Tamiang.

c. sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Utara dan Kabupaten Bener Meriah.

d. sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tamiang dan Kota Langsa.

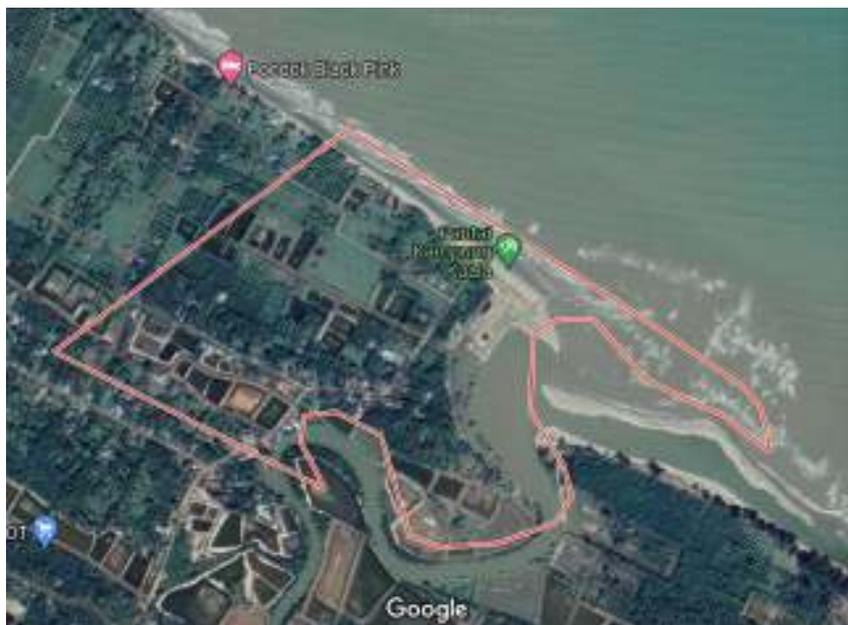
Kecamatan Peudawa merupakan salah satu wilayah yang berada di Kabupaten Aceh Timur dengan jumlah kemukiman 1 dan memiliki 17 desa, diantaranya: Asan Rampak, Buket Kuta, Blang Muta, Alue Bate, Paya Bili Sa, Blang Buket, Kuta Baro, Seuneubok Teungoh, Seuneubok Punteut, Sama Dua, Kampung Keude, Meunasah Krueng, Paya Bili Dua, Paya Dua, Kampung Kuala, Alue Ie Itam, Matang Rayeuk.⁸¹

Berdasarkan Qanun Kabupaten Aceh Timur No 10 Tahun 2013, tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Aceh Timur Tahun 2012-2032 menyebutkan bahwa ibukota Kecamatan Peudawa berada pada desa Seuneubok Punteut, meliputi Mukim Peudawa. Sistem jaringan transportasi darat sebagaimana yang di maksud dalam pasal 14 huruf a yakni jaringan jalan kolektor primer (K1) dengan status jalan Nasional berupa *high way trans sumatera* sepanjang 99,95 km, jaringan jalan kolektor primer (K4) dengan status jalan Kabupaten, dengan panjang total ruas jalan 902, 01 km, memiliki cekungan air tanah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b yakni pada Kecamatan Peudawa seluas ±3.159,08 ha, memiliki tanggul pengaman pantai sepanjang

⁸¹ Ibid

±4.501,53 m yang berada di Gampong Kuala Peudawa, memiliki Daerah Aliran Sungai (DAS) ±35,77 ha di Kecamatan Peudawa. Pengembangan prasarana perikanan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (7) yakni Gampong Kuala Kecamatan Peudawa memiliki Pangkalan Pendaran Ikan (PPI). Memiliki Kawasan perlindungan setempat sebagaimana yang di maksud dalam pasal 23 huruf c, meliputi sempadan pantai dan sempadan sungai secara keseluruhan seluas ±1.116,44 ha. Berikut gambaran Luas wilayah.⁸²

Gambar 3.2 Luas Wilayah Pantai Gampong Kuala Peudawa



Sumber: Gambar Citra ©2021 CNES Google Maps Place from Airbus Maxar Technologies.

Kecamatan Peudawa memiliki total jumlah penduduk keseluruhan sebesar 10.274 jiwa, pembangian laki-laki sebesar 5. 180 jiwa, perempuan sebesar 5.094 jiwa dengan total sex ratio 102 jiwa.⁸³ Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan mayoritas masyarakat Gampong Kuala Peudawa berprofesi sebagai

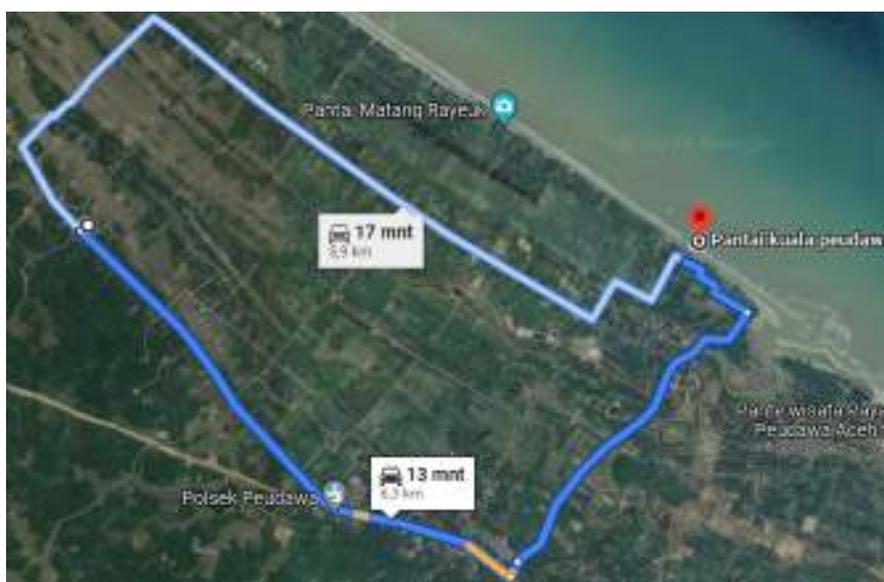
⁸² Ibid

⁸³ Ibid

nelayan, umumnya kepala keluarga keseharannya melaut dan mencari ikan, sedangkan yang perempuan berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Namun sebagian dari mereka memanfaatkan waktu dan hasil tangkapan laut untuk di keringkan dan di asinkan kemudian untuk dikonsumsi atau di jual guna untuk menambah pemasukan keseharian masyarakat Gampong Kuala Peudawa.

Pada pertengahan tahun 2020 masyarakat Gampong kuala peudawa sendiri sudah mulai melirik untuk membuka wisata pantai, karena mereka melihat potensi yang ada, oleh karena itu sebagian dari mereka pada saat ini sedang mengelola dan mengembangkan usaha pondok-pondok di pesisir pantai kuala peudawa dengan berdagang makanan dan minuman untuk para wisatawan yang berkunjung. Dengan adanya pondok-pondok tersebut sedikit kurangnya sudah membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat pesisir pantai Kuala Peudawa.

Gambar 3.2 Jarak Tempuh Menuju Wisata Pantai Kuala Peudawa



Sumber: Gambar Citra ©2021 CNES Google Maps Place from Airbus Maxar Technologies.

Pemandangan alam yang indah sudah pasti menjadi lirikan bagi wisatawan yang ingin berkunjung banyak pesona yang indah ditawarkan oleh Wisata Pantai Kuala Peudawa, didukung dengan jalur tempuh yang mudah dan relatif dekat dengan jalan utama menjadi nilai lebih bagi wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa. Untuk menuju ke lokasi wisata bias menggunakan kendaraan roda dua maupun roda 4, jalanan yang lebar dan beraspal dapat memudahkan pengunjung.

Gambar 3.3 Lokasi wisata pantai Kuala Peudawa



Hamparan laut yang luas dengan penyediaan tempat peristirahatan di pinggir pantai menjadikan lokasi wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur memiliki nilai lebih, air laut yang bersih saat cuaca normal menambah nilai lebih pemandangan alam yang indah.

Gambar 3.4 Lokasi Wisata Pantai Kuala Peudawa dan Fasilitas



Pada salah satu pondok yang ada di pantai Kuala Peudawa menawarkan jasa barbekyu untuk pengunjung yang datang. Banyak pohon pandan pantai yang tumbuh baik secara alami dan dilestarikan oleh masyarakat sekitar, pohon yang sudah berusia puluhan tahun bisa tumbuh tinggi dan sangat rindang menjadi nilai tambah untuk menikmati liburan di sela-sela kesibukan dalam keseharian.

Gambar 3.5 Penyediaan Spot Foto pada Salah Satu Pondok Wisata *Blackpink* di Pantai Kuala Peudawa



Spot foto yang disediakan pada pondok *Blackpink* identik dengan pondok-pondok yang ada di Pantai Kuala Peudawa, dengan tema hitam dan merah muda

lokasi ini terinspirasi dari pengunjung yang datang yakni hitam yang identik dengan laki-laki dan merah muda yang identik dengan perempuan.⁸⁴

Gambar 3.6 Lokasi Wisata Pondok Pantai Bola Kuala Peudawa



Wisata Pondok Pantai Bola yang berada paling sudut di lokasi pantai Kuala Peudawa juga menyediakan panorama alam yang tidak kalah indah, lokasi Pantai Bola lebih berdekatan dengan Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI).

Gambar 3.7 Peneliti melakukan wawancara dengan owner Pondok *Blackpink* dan Wisatawan Pantai Kuala Peudawa



Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan owner Pondok *Blackpink* Pantai Kuala Peudawa yakni beliau berharap bisa mendapatkan lebih banyak perhatian dari pemerintah atau dari pihak Dinas terkait dalam pengembangan

⁸⁴ Muklis, owner Pondok Blackpink Pantai Kuala Peudawa, 1 Agustus 2021.

wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, karena daerah tersebut memiliki potensi alam yang sangat besar juga sayang apabila tidak dimanfaatkan sebaik mungkin. Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan wisatawan yang berasal Kuala Simpang tersebut yakni Kak Ade dan Kak Tia menyatakan bahwa perlunya peningkatan kebersihan di sekitaran lokasi wisata pondok *Blackpink* pantai Kuala Peudawa jangan hanya di titik tertentu akan tetapi untuk keseluruhannya.

3.2. Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treath*).⁸⁵ Dalam mengidentifikasi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pada wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur, maka disajikan data-data yang diperoleh mengenai Strategi pengembangan wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur. Penulis telah melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

3.2.1. Faktor Internal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor internal pengembangan wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur, yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*).

⁸⁵ Jurnal Entrepreneur, "Pengertian analisis SWOT, tujuan, dan faktor-faktor", diakses 04 november 2021, pukul 20:21 WIB.

a. Kekuatan (*Strength*) adalah kondisi internal yang menunjang suatu obyek wisata untuk mencapai objektif yang diinginkan. Berikut adalah tabel 3.1 faktor internal kekuatan dan kelemahan pada pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.

Tabel 3.1 Faktor Internal Kekuatan (*Strength*)

No	Kekuatan (<i>Strength</i>)
S1	Pemandangan alam yang indah
S2	Objek wisata yang menarik dan unik
S3	Dukungan masyarakat sekitar
S4	Tingkat akses menuju ke obyek wisata yang mudah

Sumber: Hasil wawancara dan Observasi 2021.

b. Kelemahan (*Weakness*) adalah kondisi internal yang menghambat suatu obyek wisata untuk mendapat objektif yang diinginkan dan dapat menjadi penghambat bagi pengembangan objek wisata. Berikut adalah tabel 3.2 faktor internal kelemahan/ *Weakness* pada wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.

Tabel 3.2 Faktor Internal Kelemahan (*Weakness*)

No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
W1	Lokasi wisata yang belum dikemas secara terpadu
W2	Promosi gencar dan memadai yang dilakukan oleh pihak terkait dan lainnya
W3	Kurangnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)
W4	Belum menjadi prioritas pengembangan oleh Pemerintah

Sumber: Hasil wawancara dan Observasi 2021.

3.2.2. Faktor Eksternal

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor eksternal terhadap pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur yaitu faktor

kekuatan eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dihadapi:

Berikut ini hasil rekapitulasi terhadap faktor eksternal pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur yaitu faktor kekuatan internal yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dihadapi.

a. Peluang (*Opportunity*) adalah kondisi eksternal yang menunjang suatu obyek wisata untuk mendapat objektif yang di inginkan dalam pengembangan. Berikut adalah tabel 3.3 faktor eksternal kekuatan pada pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.

Tabel 3.3 Faktor Eksternal Peluang (*Opportunity*)

No	Peluang (<i>Opportunity</i>)
O1	Adanya RIPPDA (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah)
O2	Teknologi informasi yang semakin berkembang
O3	Adanya kunjungan wisatawan pada objek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur
O4	Adanya peluang lapangan kerja dan usaha baru di sekitar obyek wisata

Sumber: Hasil wawancara dan Observasi 2021.

b. Ancaman (*Threat*) ialah kondisi eksternal yang menghambat suatu obyek wisata untuk mendapat objektif yang di inginkan dalam pengembangan. Berikut adalah tabel 3.4 faktor eksternal ancaman/*threat* pada pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur:

Tabel 3.4 Faktor Eksternal Ancaman (*Threat*)

No	Ancaman (<i>Threat</i>)
T1	Terjadinya persaingan pariwisata antar objek wisata yang satu dengan lainnya
T2	Adanya bencana/ gangguan alam di sekitar objek wisata
T3	Kondisi lokasi yang bersih dan asri
T4	Adanya kesadaran dari wisatawan untuk ikut berpartisipasi dan menjaga kelestarian objek wisata

Sumber: Hasil wawancara dan Observasi 2021.

3.2.3. Hasil Kuesioner Pembobotan Faktor Internal Eksternal

Tahap selanjutnya yakni dengan menggunakan kuesioner pembobotan faktor internal dan kuesioner faktor eksternal untuk menentukan bobot Strategi pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur. Dari hasil bobot tersebut akan digunakan untuk mengukur kemungkinan relatif dengan metode perbandingan berpasangan. Berikut ini adalah hasil dari kuesioner pembobotan internal dan eksternal dalam pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur:

Tabel 3.5 Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor	Bobot	Rating	Skor
<i>Kekuatan (Strength)</i>			
(S1) Pemandangan alam	0,12	2	0,24
(S2) Obyek wisata menarik	0,13	4	0,52
(S3) Dukungan masyarakat	0,13	4	0,52
(S4) Akses jalan mudah	0,13	4	0,52
Jumlah Nilai Kekuatan			1,8
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
(W1) Wisata belum dikemas baik	0,11	2	0,22
(W2) Promosi yang gencar	0,13	4	0,52
(W3) Kurangnya kualitas SDM	0,10	1	0,1
(W4) Minimnya peran Pemerintah	0,10	1	0,1
Jumlah Nilai Kelamahan			0,94
Jumlah	0,95		2,74

Sumber: Hasil penelitian, diolah 2021.

Setelah setiap variabel dirating dan di bobot sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan, diperoleh kesimpulan bahwa nilai kekuatan sebesar 1,8 yang diraih oleh wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur dalam pengembangannya dan perolehan nilai kelemahan sebesar 0,94, dapat dilihat bahwasanya nilai kekuatan lebih besar dibandingkan nilai kelemahan dan selisih diantaranya yakni $1,8 - 0,94 = 0,86$. Nilai selisih diantara kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) tersebut akan di pergunakan sebagai penentuan kuadran pada Diagram Cartesius.

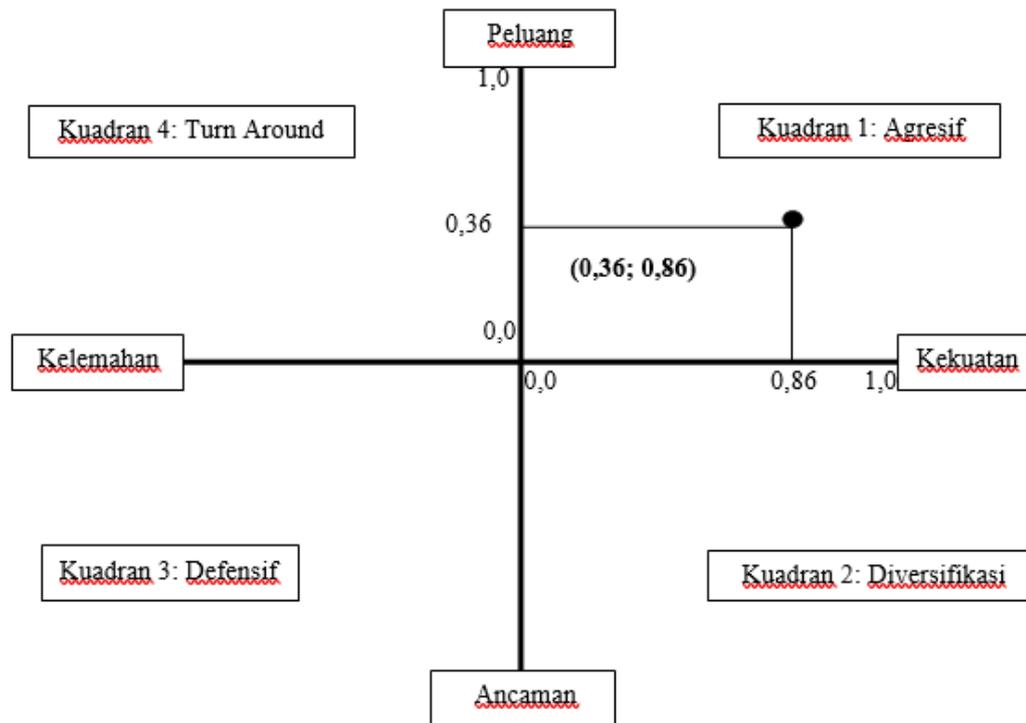
Tabel 3.6 Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity)</i>			
(O1) Adanya RIPPDA	0,13	4	0,52
(O2) Teknologi yang berkembang	0,12	3	0,36
(O3) Adanya kunjungan wisatawan	0,12	3	0,36
(O4) Terciptanya lapangan kerja	0,12	3	0,36
Jumlah Nilai Peluang			1,6
<i>Ancaman (Threats)</i>			
(T1) Persaingan dengan wisata lain	0,10	1	0,1
(T2) Adanya bencana alam	0,10	1	0,1
(T3) Lingkungan yang bersih	0,13	4	0,52
(T4) Kesadaran menjaga lingkungan	0,13	4	0,52
Jumlah Nilai Ancaman			1,24
Jumlah	0,95		2,84

Sumber: Hasil penelitian, diolah 2021.

Setelah setiap variabel dirating dan di bobot sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan, diperoleh kesimpulan bahwa nilai peluang sebesar 1,6 yang diraih oleh wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur dalam pengembangannya dan perolehan nilai ancaman sebesar 1,24, dapat dilihat bahwasanya nilai peluang lebih besar dibandingkan dengan nilai ancaman dan selisih diantaranya yakni $1,6 - 1,24 = 0,36$. Nilai selisih diantara Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*) tersebut akan di pergunakan sebagai penentuan kuadran pada Diagram Cartesius seperti pada gambar berikut ini.

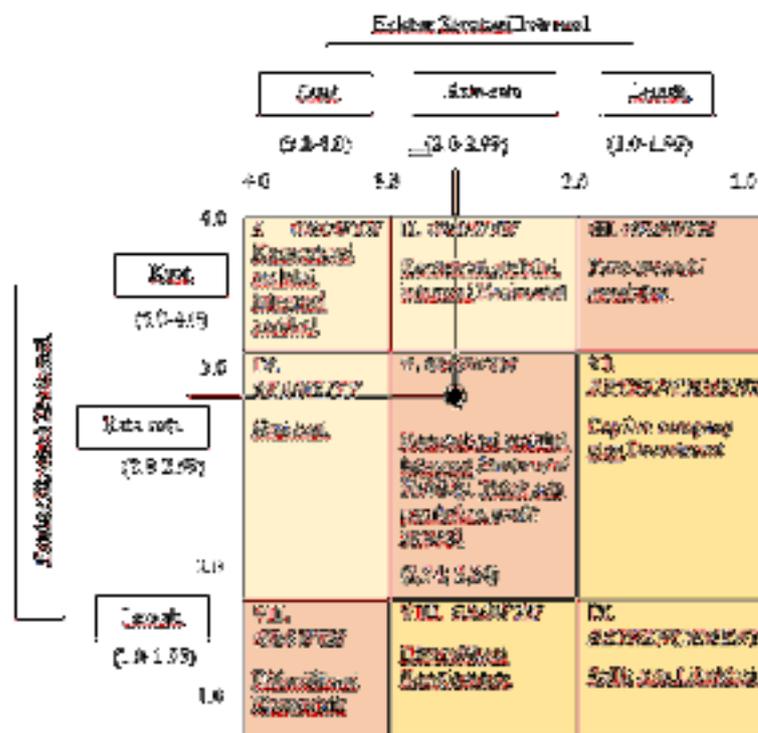
Gambar 3.8 Hasil Diagram Cartesius Analisis SWOT Pengembangan Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur



Dari gambar 3.8 dapat dilihat bahwa strategi pengembangan obyek wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur berada di kuadran 1, yakni posisi yang menguntungkan dan menandakan keadaan obyek wisata yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal. Obyek wisata syariah pantai Kuala Peudawa memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan baik. Strategi yang dapat di terapkan dalam kondisi pengembangan obyek wisata syariah ini ialah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), pada strategi ini menandakan keadaan lokasi wisata yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil dan menerapkan semua

peluang yang ada untuk meraih hasil yang maksimal demi kemajuan yang berkelanjutan. Oleh sebab itu pihak-pihak terkait seperti pemerintah, aparatur desa, masyarakat, lembaga, maupun pengelola disarankan untuk melakukan promosi dengan gencar dan konsisten terhadap obyek wisata syariah ini. Dalam menentukan strategi pengembangan yang tepat untuk dilakukan, maka berdasarkan hasil analisis disusunlah matriks Internal dan Eksternal (IE) seperti pada Gambar berikut.

Gambar 3.9 Hasil Matriks Internal Eksternal (IE) Analisis SWOT Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur



Dari hasil matriks Internal - Eksternal (IE) pada gambar 3.9 menunjukkan bahwa posisi pengembangan obyek wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur berada pada sel ke V yakni Konsentrasi melalui Integrasi *horizontal stability* tidak ada perubahan profit strategi dan kegiatan yang dapat

dilakukan ialah memperluas lokasi wisata, meningkatkan paket wisata pantai yang dapat menarik minat pengunjung seperti penambahan wahana *banana boat*, penyewaan alat pancing joran, kapal pancing joran mengingat Pantai Kuala Peudawa sangat kaya akan hasil tangkapan ikan yang segar, *speed boat*, dan *All Terrain Vehicle* (ATV) juga sangat mendukung dengan garis pantai yang panjang sehingga dapat menghibur para wisatawan yang datang. Peningkatan teknologi melalui pengembangan Internal maupun Eksternal dengan mempromosikan obyek wisata syariah melalui media sosial yang marak di lakukan pada saat ini.

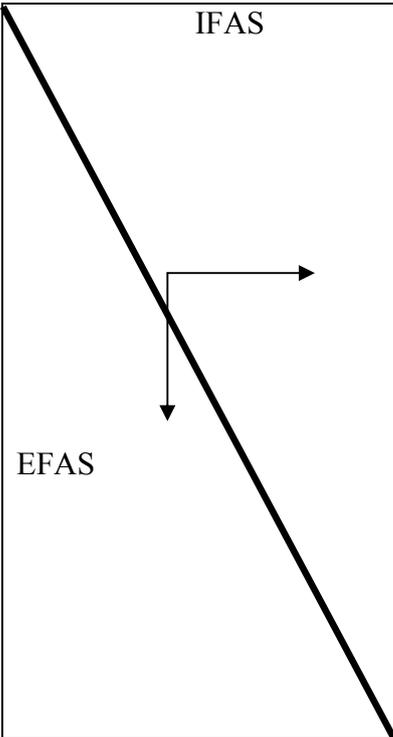
Serta peningkatan jasa yang baik akan mampu menghasilkan pendapatan yang baik pula. Sel ke V pada Matriks IE termasuk dalam kelompok ke 2 pada *stability strategy*, yakni strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang ditetapkan, atau menjaga dan mempertahankan (*hold & maintain*). Strategi yang cocok untuk masing-masing posisi kolom ini adalah *market penetration* yakni penetrasi pasar dimana cara sebuah lokasi wisata tersebut dalam mengukur seberapa banyak sebuah produk atau jasa digunakan oleh para wisatawan dibandingkan dengan jumlah total keseluruhan untuk produk yang ditawarkan, dan *product development* yakni pengembangan sebuah produk yang mencakup pembuatan suatu konsep, pemasaran serta produk baru yang diciptakan.

3.3. Analisis SWOT dan Arah dalam Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur

Setelah menggunakan diagram cartesius serta matriks internal dan eksternal, maka tahap selanjutnya dilakukan dengan cara analisis SWOT, yakni suatu matrik yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman tersebut

dihadapi dan kemudian dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan pada pengembangan obyek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur. Matriks SWOT ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan strategi, yakni: strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT. Matriks analisis SWOT ini menggunakan data yang sudah diperoleh sebelumnya dari tabel matriks faktor Internal Eksternal (IE) seperti pada tabel 3.7 berikut ini.

Tabel 3.7 Diagram Matriks Analisis SWOT dalam Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p> 	<p>STRENGTH (S)</p> <p>(S1) Pemandangan alam</p> <p>(S2) Obyek wisata menarik</p> <p>(S3) Dukungan masyarakat</p> <p>(S4) Akses jalan mudah</p>	<p>WEAKNESSES (W)</p> <p>(W1) Wisata belum dikemas baik</p> <p>(W2) Promosi yang gencar</p> <p>(W3) Kurangnya kualitas SDM</p> <p>(W4) Minimnya peran Pemerintah dan belum menjadi prioritas</p>
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>(O1) Adanya RIPPDA</p> <p>(O2) Teknologi yang berkembang</p> <p>(O3) Adanya kunjungan</p>	<p>STRATEGY :</p> <p>Strength-Opportunities (SO)</p> <p>1. Memanfaatkan pemandangan alam yang</p>	<p>STRATEGY :</p> <p>Weaknesses-Opportunities (WO)</p> <p>1. Menerapkan RIPPDA untuk membentuk</p>

<p>wisatawan</p> <p>(O4) Terciptanya lapangan kerja</p>	<p>indah dan jarak tempuh yang mudah dengan memanfaatkan teknologi yang ada untuk lebih menarik minat pengunjung.</p> <p>2. Memanfaatkan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah untuk meningkatkan kemajuan obyek wisata dalam penciptaan lapangan kerja, pengembangan Sumber Daya Manusia, serta dukungan masyarakat.</p>	<p>wisata yang terkemas dalam satu konsep guna untuk meningkatkan lahan mata pencaharian masyarakat yang juga dapat meningkatkan Sumber Daya Manusianya.</p> <p>2. Memanfaatkan teknologi dan <i>platform</i> media sosial oleh pengelola pondok atau pihak terkait lainnya untuk promosi yang lebih gencar guna menarik lebih banyak minat pengunjung dalam skala daerah, nasional, atau bahkan bisa sampai ke kancah Internasional, sehingga dapat membuat pemerintah juga yakin untuk ikut andil dalam</p>
---	--	---

		pengembangan objek wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur.
<p>THREATS (T)</p> <p>(T1) Persaingan dengan wisata lain</p> <p>(T2) Adanya bencana alam</p> <p>(T3) Lingkungan yang bersih</p> <p>(T4) Kesadaran menjaga lingkungan</p>	<p>STARAEGY :</p> <p>Strenghts-Threats (ST)</p> <p>Mengoptimalkan peran atau kerjasama masyarakat dalam menjaga lingkungan agar tetap asri, sehingga terciptanya lingkungan wisata yang bersih dan dapat terhindar dari terjadinya abrasi akibat pembuangan limbah atau sampah secara sembarangan ke laut.</p>	<p>STRATEGY :</p> <p>Weaknesses-Threats (WT)</p> <p>Lakukan pengembangan lahan yang baik di lokasi wisata dengan menambah prasarana umum serta fasilitas yang dapat mengoptimalkan objek wisata.</p>

Setelah terbentuknya beberapa strategi-strategi pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, selanjutnya dilakukan pemilihan strategi mana yang harus di prioritaskan dalam pengembangan obyek wisata syariah, seperti pada tabel 3.8 berikut ini.

Tabel 3.8 Perangkingan Alternatif Strategi

Alternatif Strategi	Keterkaitan Unsur SWOT	Nilai	Jumlah	Rangking
SO1	$S_1+S_4+O_2+O_3$	$0,24+0,52+0,36+0,36$	1,48	3
SO2	$S_2+S_3+O_1+O_4$	$0,52+0,52+0,52+0,36$	1,92	1
WO1	$O_1+W_1+O_4+W_3$	$0,52+0,22+0,36+0,1$	1,2	5
WO2	$O_2+W_2+O_3+W_4$	$0,36+0,52+0,36+0,1$	1,34	4
ST1	$S_3+T_3+T_4+T_2$	$0,52+0,52+0,52+0,1$	1,66	2
WT1	$W_1+W_4+T_1$	$0,22+0,1+0,1$	0,42	6

Hasil perangkingan dari yang terbesar hingga terkecil alternatif strategi pengembangan obyek wisata pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur menunjukkan bahwa di peroleh 3 prioritas alternatif strategi yang dapat di jadikan sebagai strategi pengembangan wisata syariah kedepannya:

1. Adanya kunjungan dari wisatawan pada hari-hari tertentu, umumnya pada akhir pekan, hari libur sekolah, hari libur nasional, atau pada hari libur lainnya, hal tersebut tentu berdampak baik terhadap pengembangan obyek wisata syariah pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur. Penerapan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah tentulah dapat menjadi salah satu solusi dalam pengembangan obyek wisata syariah ini, dengan diterapkan RIPPDA tersebut sudah tentu pihak terkait seperti Pemerintah dan Dinas Pariwisata ikut andil dalam pengembangan tersebut. Dampak yang cukup baik kedepannya pasti akan terasa salah satunya seperti;

Memberi sosialisasi kepada masyarakat di wilayah obyek wisata tersebut guna untuk menyadarkan mereka bahwa dampak yang akan ditimbulkan dari pengembangan wisata syariah ini cukup besar salah satunya dapat menambah atau membuka lahan pekerjaan untuk mereka, hal tersebut sekaligus akan mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat gampong Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur.

Perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu yakni pada jurnal Kartini La Ode Unga, *et all*, dengan judul “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda” dengan menggunakan Analisis SWOT. Hasil pada faktor internal yakni terdapat hambatan dikarenakan belum adanya pusat informasi wisata, sifat terhadap lingkungan yang sangat rendah, SDM pada bidang pariwisata juga masih sangat rendah, dan infrastruktur yang belum memadai. Strategi yang di dapatkan ialah dengan pengembangan wisata diving dan snorkeling, membangun jaringan dengan wisata lain, bekerjasama dengan agen perjalanan, dan membuat website khusus untuk promosi pariwisata Kepulauan Banda.

2. Penyediaan tempat penampungan sampah sangat di butuhkan di lokasi yang selalu didatangi pengunjung, seiring dengan berjalannya waktu apabila penumpukan sampah terjadi secara terus menerus maka akan berakibat buruk terhadap lingkungan, seperti munculnya genangan air karena selokan yang penuh dengan sampah, abrasi atau istilah untuk pengikisan pantai yang sangat mungkin terjadi dikarenakan hampasan sampah yang awalnya di pinggir pantai lalu terbawa arus air yang juga dapat merusak ekosistem laut, dan dampak yang sangat

merugikan lokasi wisata ialah rusaknya pemandangan alam yang ada. Oleh karena itu masyarakat dan pengunjung sendiri juga harus memiliki kesadaran dalam menjaga lingkungan obyek wisata agar selalu terjaga dan asri, juga menempatkan sampah pada tempat yang semestinya, lalu dikumpulkan dan dapat di olah kembali menjadi pupuk atau pakan ternak apabila sampah tersebut ialah sampah organik, atau dapat di daur ulang apabila sampah tersebut ialah sampah anorganik.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu yakni Tri Budi Astuti, *et all*. “Pengembangan Obyek Wisata Syariah Desa Bobuhu Gorontalo: pendekatan SWOT dan ANP”, yakni kondisi lingkungan dan letak geografis yang cukup baik (kekuatan), rendahnya dukungan masyarakat (kelemahan), eksplorasi pariwisata provinsi Gorontalo (peluang) dan adanya pariwisata yang menarik para pengunjung dari berbagai daerah akan menciptakan tingkat kriminalitas di daerah setempat (Ancaman).

3. Promosi yang dilakukan melalui media sosial dewasa ini sangat berpengaruh terhadap minat pengunjung yang datang ke lokasi wisata. Promosi yang mudah dapat dilakukan dengan membagikan foto-foto atau video melalui akun platform media sosial yang sudah berkembang sangat pesat saat ini, mengingat pengguna ponsel pintar dewasa ini bukan hanya orang dewasa melainkan juga remaja, anak-anak, dan lansia. Masyarakat sekarang sudah melek akan teknologi informasi, oleh karena itu publikasi konten-konten yang menarik terkait obyek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa pasti akan memberikan dampak yang positif pula. Cara lain yang dapat dilakukan dengan menyebarkan

iklan melalui baliho atau pamflet yang mempromosikan keindahan alam yang ada di pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur.

Perbandingannya dengan penelitian sebelumnya yakni dari Dewi Puspitasari, “Strategi Pengembangan Produk Pariwisata (studi kasus Pantai Parang Tritis di Kabupaten Bantul)”, hasil yang didapat yakni memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi di media elektronik maupun secara langsung untuk menarik minat berkunjung wisatawan ke pantai Parangtritis.

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data kuesioner Analisis SWOT pada pengembangan obyek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, dengan perolehan nilai faktor Internal yang lebih tinggi daripada faktor eksternal. Oleh karena itu fokus utama dalam pengembangan obyek wisata tersebut berada pada pengembangan kemajuan Sumber Daya Manusia, pengembangan produk-produk wisata yang di tawarkan, pemanfaatan teknologi untuk mempromosikan lokasi wisata yang akan berdampak pada terjadinya produksi dan pelayanan yang lebih baik, sehingga pendapatan juga akan semakin naik yang juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Faktor internal dan eksternal dalam pengembangan obyek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur dalam 3 diagram, antara lain:

a. Pada diagram cartesius, strategi pengembangan obyek wisata syariah berada pada kuadran 1 yakni mendukung strategi agresif, ini adalah posisi menguntungkan yang menandakan keadaan obyek wisata yang kuat dan mampu untuk terus di kembangkan. Penerapan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) ialah mengambil dan menerapkan berbagai faktor peluang yang ada untuk meraih hasil yang maksimal dan menciptakan kekuatan terhadap kemajuan pengembangan lokasi wisata syariah tersebut.

b. Melalui matriks Internal Eksternal (IE) strategi pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa berada pada sel ke V yakni konsentrasi integrasi *horizontal stability*, salah satu cara yang dapat dilakukan yakni memperluas lokasi wisata, meningkatkan kualitas jasa, melakukan promosi yang gencar melalui pemanfaatan teknologi yang sangat berkembang saat ini, dan meningkatkan penyediaan paket wisata yang beragam guna untuk menarik lebih banyak minat pengunjung.

Perangkingan untuk diagram matriks analisis SWOT menghasilkan peringkat pertama berada pada pemanfaatan RIPPDA guna untuk meningkatkan kemajuan obyek wisata dalam penciptaan lapangan kerja untuk masyarakat. Peringkat kedua menjelaskan agar dapat mengoptimalkan peran masyarakat dalam menjaga lingkungan obyek wisata guna untuk terciptanya lingkungan yang bersih dan terhindar dari pencemaran lingkungan yang dapat merusak ekosistem di wilayah obyek wisata syariah. Lalu pada peringkat ketiga yakni memanfaatkan panorama alam yang indah guna melakukan promosi agar menarik wisatawan dengan memanfaatkan *platform* media sosial yang sudah berkembang pesat dewasa ini.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka saran yang dapat diberikan yakni, obyek wisata syariah pantai kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur agar dimanfaatkan dengan maksimal.

1. Obyek wisata syariah tersebut agar memiliki daya dukung seperti lingkungan yang bersih dan paket wisata yang dikemas dengan satu konsep yang

baik juga peningkatan terhadap sarana dan prasaranan yang harus di kembangkan lagi guna dapat bermanfaat untuk semua orang.

2. Peningkatan Sumber Daya Manusia dari segi pengelola obyek wisata syariah itu sendiri, masyarakat, dan pihak terkait lainnya sangat dibutuhkan baik itu secara formal maupun nonformal, dikarenakan SDM manusia yang berkualitas sangatlah penting dalam menunjang pengembangan obyek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur.

3. Kerja sama dengan pihak-pihak yang memiliki peran besar dalam pengembangan obyek wisata syariah Pantai Kuala Peudawa seperti aparat desa yang mendukung, Dinas Pariwisata dan pihak swasta lainnya, yang memiliki andil dan peran yang cukup besar selain masyarakat dan pengelola itu sendiri.

DATAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana, “Manajemen Strategi Pemasaran” (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015).
- Ade, pengunjung Pondok *Blackpink*, Kuala Peudawa, Aceh Timur, 1 Agustus 2021
- Afrizal. “Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Berbagai Disiplin Ilmu”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
- Amalia, Sisi, “Analisis Potensi Wisata Syariah di Kota Pontianak”, Universitas Tanjungpura, 2018.
- Arifin, Johar, Jurnal: “Wawasan Al-Qur’an dan Sunnah Tentang Pariwisata”. (An-Nur, Vol 4 No 2, 2015) .
- Arjana M.S, prof. Dr. I Gusti Bagus, “Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, edisi 1, cetakan 2, 2016).
- Arsyan, Davin Muhammad, Skripsi: “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Melalui Media Sosial: Studi Kasus Wisata Watu Angkrik Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung”, (Universitas Islam Negeri Wali Songo Semarang, 2019).
- Astuti, Tri Budi, *et all*, “Pengembangan objek wisata syariah desa bubohu gorontalo: pendekatan SWOT dan ANP”, STIE Ahmad Dahlan Jakarta, 2019.
- Ana, Mila, dan Hendri, “ Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasi”, 2018.
- Black dan Champion* dalam Ratna, pada Dr. Farida Nugrahani, M.Hum, “Metode Penelitian Kualitatif Penelitian Pendidikan Bahasa”, Surakarta, 2014.
- Bogdan dalam Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D”, (Bandung: CV. Alfabeta, Cet. IV) 2008.
- Chukaew dalam Haidar Tsani Alim, *et all*, “Analisis Potensi Pariwisata Syariah Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif Di Jawa Tengah dan Yogyakarta”, Jurnal, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2015.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Aceh Nan Kaya Budaya (*The Richly Culture Of Aceh*), Ppid.acehprov.go.id, Banda Aceh, 2011.

Dinas Pariwisata Aceh Timur, Idi, Tanggal 02 Agustus 2021.

Diyanti, Yukihar, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan”. Universitas Islam Negeri Medan, 2018.

Guswan, “Konsep Manajemen Strategis”, 2015.

harianrakyataceh.com, “Potensi Perikanan Aceh Timur Cukup Besar Rambah Pasar Australia dan Singapura”, diakses tanggal 04 agustus 2021, pukul 14:33 WIB.

Hermawan, Hary, “Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot”, STP ARS Internasional, 2017.

Imaniar H, Yeni, “Potensi Media Sosial Sebagai Potensi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia”, 2013.

Ismiyati dalam Prof. Dr. I Gusti Bagus Arjana, M.S., “Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, edisi 1, cetakan 2, 2016).

Jaelani, Aan, “Industri Wisata Halal di Indonesia: Potendi dan Prospek”, *Jurnal, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Hurjati Cirebon*, 2017.

Kabupaten Aceh Timur, Qanun, Nomor 10 tentang “Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Aceh Timur Tahun 2012-2032”

KBBI, kamus versi online, kbbi.web.id, diakses tanggal 04 agustus 2021, pukul 13:47 WIB.

M Grant, Robert dalam Zulkarnain, “Ilmu Menjual; Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, edisi1, Cetakan 1, 2012).

Marimin, “Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk”.

Mila, dan Ana, Hendri, “Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya”, 2018.

Muklis, Pemilik Wisata Pondok *Blackpink*, Kuala Peudawa Aceh Timur, Peudawa, 1 Agustus 2021.

Munawaroh, Wiwik, *et,all*, “Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Usaha Tani Tembakau Rajang Samporis”, Universitas Jember, 2017

Nur’aini DF, Fajar. “Teknik Analisis SWOT”, Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2020

- Nggini, Yulius Habita, “Analisis Swot (*Strengths, Weaness, Opportunity, Threats*) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali”, Universitas Pendidikan Nasional, 2019.
- Nugraha, Dr. Farida, M. Hum, “Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa”, (Surakarta, 2014).
- Penyelenggaraan Kepariwisataaan, Qanun Gampong tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan, 2021.
- Pratiwi, Ade Ela, “Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta”, Jurnal Media Wisata, Vol 14, Nomor 1, 2016.
- Priharto, Sugi, cpssoft.com, diakses tanggal 23 february 2021, pukul 23:23
- Putri R, Lisa, Skripsi: “Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, 2017.
- Rangkuti, Freddy, “Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis”.
- Rendayani, Mentari, *et all*, “Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanahan Bandar Lampung”, Universitas Islam Indonesia.
- Sanusi, Anwar, “Metodologi Penelitian Bisnis”, (Jakarta: Salemba Empat, 2014. Cetakan Keempat).
- Fitria Andayani, Sucipto, dan Heri, (2014) dalam R Murni, Skripsi: “Pengembangan Wisata Syariah di Kota Banda Aceh”, 2018.
- Sudaryono, “Metode Penelitian”, (Jakarta: Rajawali Pers), 2017.
- Sujarweni, V. Wiratna, “Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi”, (Yogyakarta: Pustaka Batu Press. 2015).
- Sureerat, Chookaew, *et all*. “Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country”. Dalam *Journal of Economics, Business and Management. Vol. 3. No. 7.* 2015.
- Syarikat: Jurnal Rumpun Syariah, “Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat: Analisis SWOT (strengths, weakness, opportunity, threats)”, (Universitas Islam Negeri Sultan Kasim Riau, Volume 2, Nomor 1, 2019).
- Tika, Moh. Pabundu, “Metodologi Riset Bisnis”, Jakarta: Bumi Aksara.
- Undang-Undang Republik Indonesia, Tentang Kepariwisataaan, No. 10, Tahun 2009, BAB II (Asas, Fungsi dan Tujuan), Pasal 4.

Wati, Nurlela, Masyarakat Gampong Kuala Peudawa, Aceh Timur, 4 September 2021.

Widyasti, Farida Robithoh, “Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung”, 2013.

Wigaga, Ardan, “Analisis SWOT Strategi Pemasaran Argowisata Kebun The Jamus Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan”, Institut Agama Islam Negri Diponorogo, 2020.

Yoeti, Oka A. didalam Prof. Dr. I Gusti Bagus Arjana, M.S, “Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, edisi 1, cetakan 2, 2016).

Lampiran 1

Kuesioner

Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Peudawa Dengan Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur

Kuisisioner pertanyaan wawancara penentuan bobot dan rating dari Atribut atau faktor-faktor yang relevan terhadap strategi pengembangan wisata syariah Pantai Kuala Peudawa, Kabupaten Aceh Timur.

Seberapa penting faktor-faktor dibawah ini dalam pengembangan obyek wisata syariah pantai kuala peudawa Kabupaten Aceh Timur.

I. Berilah tanda (√) pada salah pilihan jawaban dan istilah pertanyaan di bawah ini dengan sebenar-benarnya.

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
4. Pekerjaan :

II . Dari hasil wawancara agar dibutuhkan tanda (√) pada kolom:

- SP : Jika sangat penting
- P : jika penting
- KP : jika kurang penting
- TP : jika tidak penting

NO	Pernyataan	SP	P	KP	TP
I. Kekuatan (<i>Strenght</i>)					
1	Pemandangan alam yang indah				
2	Objek wisata yang menarik dan unik				
3	Dukungan masyarakat sekitar				
4	Tingkat akses menuju ke obyek wisata yang mudah				

II. Kelemahan (*Weaknesses*)

1	Paket wisata yang belum dikemas secara terpadu				
2	Promosi yang gencar dan memadai				
3	Kurangnya kualitas sumber daya manusia dalam pengelolaan kepariwisataan				
4	Belum menjadi prioritas pengembangan oleh pemerintah				

III. Peluang (*Opportunities*)

1	Adanya RIPPDA (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah) Kabupaten Aceh Timur				
2	Teknologi informasi yang semakin berkembang				
3	Adanya kunjungan wisatawan pada objek wisata				
4	Adanya peluang lapangan kerja dan usaha baru di sekitar obyek wisata				

IV. Ancaman (*Threats*)

1	Terjadinya persaingan pariwisata antar objek wisata yang satu dengan lainnya				
2	Adanya bencana/ gangguan alam di sekitar objek wisata				
3	Kondisi lokasi yang bersih dan asri				
4	Adanya kesadaran dari wisatawan untuk ikut berpartisipasi dan menjaga kelestarian objek wisata				

JAWABAN RESPONDEN TERHADAP KUESIONER (Internal)

Res	Kekuatan				Kelemahan			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	3	3	3	3	3	3	2	2
2	3	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	2	4	2	2
4	4	4	4	4	3	3	2	2
5	3	4	3	3	3	4	3	3
6	3	3	3	4	3	3	2	2
7	4	4	4	4	4	4	4	3
8	4	4	4	4	2	4	2	3
9	3	3	4	3	3	4	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	2
11	3	3	4	4	3	4	3	3
12	3	4	4	4	3	4	4	4
13	3	3	4	3	3	4	3	3
14	3	4	4	4	4	4	3	4
15	3	3	4	3	3	3	2	3
16	3	4	3	4	3	3	2	2
17	4	4	4	4	3	3	4	4
18	3	4	4	3	4	4	4	3
19	3	4	4	4	3	3	4	4
20	3	4	3	3	3	4	3	3
Jumlah	66	74	75	73	63	73	59	59
Rata-rata	3,3	3,7	3,75	3,65	3,15	3,65	2,95	2,95

Nilai Terendah
 $X1 = 2,95$ $Y1 = 1$

Sehingga
 $a = \frac{Y2 - Y1}{X2 - X1} = 3,75$

Nilai Tertinggi
 $X2 = 3,75$ $Y2 = 4$

$b = Y1 - (aX1) = -10,06$

Kekuatan

3,3	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	2
3,7	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	4
3,75	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	4
3,65	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	4

Kelemahan

3,15	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	2
3,65	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	4
2,95	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	1
2,95	x	3,75	-	10,06	Dibulatkan	1

JAWABAN RESPONDEN TERHADAP KUESIONER (Internal)

Res	Kekuatan				Kelemahan			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	3	3	3	3	3	3	2	2
2	3	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	2	4	2	2
4	4	4	4	4	3	3	2	2
5	3	4	3	3	3	4	3	3
6	3	3	3	4	3	3	2	2
7	4	4	4	4	4	4	4	3
8	4	4	4	4	2	4	2	3
9	3	3	4	3	3	4	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	2
11	3	3	4	4	3	4	3	3
12	3	4	4	4	3	4	4	4
13	3	3	4	3	3	4	3	3
14	3	4	4	4	4	4	3	4
15	3	3	4	3	3	3	2	3
16	3	4	3	4	3	3	2	2
17	4	4	4	4	3	3	4	4
18	3	4	4	3	4	4	4	3
19	3	4	4	4	3	3	4	4
20	3	4	3	3	3	4	3	3
Jumlah	66	74	75	73	63	73	59	59
Total	542							

Kekuatan

$$66 : 542 = 0,12 \quad \times 2 \quad 0,24$$

$$74 : 542 = 0,13 \quad \times 4 \quad 0,52$$

$$75 : 542 = 0,13 \quad \times 4 \quad 0,52$$

$$73 : 542 = 0,13 \quad \times 4 \quad 0,52$$

 1,8
Kelemahan

$$63 : 542 = 0,11 \quad \times 2 \quad 0,22$$

$$73 : 542 = 0,13 \quad \times 4 \quad 0,52$$

$$59 : 542 = 0,10 \quad \times 1 \quad 0,1$$

$$59 : 542 = 0,10 \quad \times 1 \quad 0,1$$

 0,94

JAWABAN RESPONDEN TERHADAP KUESIONER (Eksternal)

Res	Peluang				Ancaman			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	3	3	3	3	4	2	3	2
2	4	4	4	3	2	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	3	4	4
5	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	2	4	4
7	4	4	4	4	3	3	4	4
8	4	3	4	4	1	2	4	4
9	4	4	4	4	3	3	4	4
10	4	4	4	4	2	2	3	4
11	4	4	3	4	3	3	4	4
12	3	3	3	4	3	3	3	4
13	4	4	4	4	3	3	4	4
14	4	4	4	3	2	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3	2
16	3	3	3	3	3	2	4	4
17	4	4	3	3	3	2	4	4
18	4	4	3	3	3	3	4	4
19	3	3	4	3	4	4	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3
Jumlah	72	70	70	69	58	57	73	73
Rata-rata	3,6	3,5	3,5	3,45	2,9	2,85	3,65	3,65

Nilai Terendah

$$X1 = 2,85 \quad Y1 = 1$$

Sehingga

$$a = \frac{Y2 - Y1}{X2 - X1} = 3,75$$

Nilai Tertinggi

$$X2 = 3,65 \quad Y2 = 4$$

$$b = Y1 - (aX1) = -9,68$$

Peluang

3,6	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	4
3,5	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	3
3,5	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	3
3,45	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	3

Ancaman

2,9	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	1
2,85	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	1
3,65	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	4
3,65	x	3,75	-	9,68	Dibulatkan	4

Lampiran 2

Dokumentasi Lokasi Penelitian

Akses jalan Menuju Pantai Kuala Peudawa Kabupaten Aceh Timur



Sebelah kiri akses menuju ke Pondok *Blackpink*, sebelah kanan lokasi wisata Pantai Bola



Sebelah kiri penampakan tanggul pengaman pantai, dan sebelah kanan penampakan Pangkalan Pendarata Ikan (PPI) Kuala Peudawa



Sebelah kiri penampakan luas garis pantai saat air surut, sebelah kanan penampakan pemandangan alam dan garis pantai yang lebar dan panjang



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



- | | |
|--------------------------|---|
| 1. Nama | : Masyittah Azmi |
| 2. NIM | : 4022017114 |
| 3. Tempat/ Tanggal Lahir | : Langsa/ 15 Nopember 1999 |
| 4. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 5. Alamat | : Jl. Medan-Banda Aceh, dsn. Antara, Desa. Snb.
Teungoeh SMK, Kecamatan Idi Timur, Kabupaten
Aceh Timur |
| 6. Orang Tua/ wali | : |
| a. Ayah | : (ALM) Drs. Aziz Bin Muhammad |
| b. Ibu | : Aminah, S. Pd Binti Arifin |
| 7. Riwayat Pendidikan | : |
| a. SD | : MIN Idi Gampong Aceh (2011) |
| b. SLTP | : SMP Negeri 1 Peudawa (2014) |
| c. SLTA | : SMA Negeri Unggul Aceh Timur (2017) |
| d. Perguruan Tinggi | : IAIN Langsa (2017-Sekarang) |

Langsa, 29 Desember 2021

Masyittah Azmi

Qanun Gampong Kuala

Dengan Kesepakatan Bersama
 TUHA PEUT GAMPONG KUALA
 dan
 KEUCHIK GAMPONG KUALA
 MEMUTUSKAN:

Menetapkan : QANUN GAMPONG TENTANG PENYELENGGARAAN
 KEPARIWISATAAN.

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam qanun gampong ini yang dimaksud dengan:

1. Kabupaten adalah Kabupaten Aceh Timur.
2. Keuchik adalah pimpinan suatu gampong yang memiliki kewenangan untuk menyelenggarakan urusan rumah tangga sendiri.
3. Gampong adalah Gampong Kuala Kecamatan Peudawa Kabupaten Aceh Timur.
4. Masyarakat adalah penduduk yang bertempat tinggal di Gampong Kuala Kecamatan Peudawa Kabupaten Aceh Timur.
5. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
6. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
7. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut.
8. Kepariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
9. Pelanggar Qanun adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan yang berlakudidalam qanun gampong baik dengan sengaja maupun tidak sengaja.
10. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan Warga Negara Indonesia atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah hukum kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan.

11. Aparatur Pemerintah merupakan alat kelengkapan negara terutama meliputi bidang kelembagaan, ketatalaksanaan dan kepegawaian yang mempunyai tanggung jawab melaksanakan roda pemerintahan sehari-hari.

BAB II
ASAS, MAKSUD, TUJUAN DAN FUNGSI
Bagian Kesatu
Asas

Pasal 2

Penyelenggaraan kepariwisataan di gampong berasaskan:

- a. iman dan Islam;
- b. kenyamanan;
- c. keadilan;
- d. kerakyatan;
- e. kebersamaan;
- f. kelestarian;
- g. keterbukaan; dan
- h. adat, budaya dan kearifan lokal.

Bagian Kedua
Maksud dan Tujuan

Pasal 3

- (1) Maksud ditetapkan qanun ini adalah:
 - a. menjamin kepastian hukum atas penyelenggaraan kepariwisataan di gampong; dan
 - b. sebagai upaya memberikan pedoman dan pengaturan yang jelas berkaitan dengan penyelenggaraan kepariwisataan di gampong.
- (2) Tujuan ditetapkan qanun ini adalah:
 - a. melestarikan, mempromosikan, mendayagunakan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata;
 - b. memperluas lapangan kerja dan pemerataan kesempatan berusaha;
 - c. meningkatkan pendapatan asli gampong dalam menuju kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat; dan
 - d. meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat gampong dan sekitarnya.

Bagian Ketiga
Fungsi

Pasal 4

Penyelenggaraan kepariwisataan di gampong berfungsi:

- a. mensyukuri nikmat Allah SWT;

- b. meningkatkan rasa cinta dan kebanggaan terhadap kabupaten pada umumnya dan gampong pada khususnya;
- c. menambah pengetahuan dan pengalaman dalam pengelolaan keparawisataan di gampong; dan
- d. membangun jiwa kewirausahaan.

BAB III
PELAKSANAAN KEPARIWISATAAN
Bagian Kesatu
Tata Tertib

Pasal 5

- (1) Setiap orang yang memasuki kawasan objek wisata di gampong dilarang:
 - a. meminum-minuman keras dan mengkonsumsi barang yang memabukan lainnya;
 - b. melakukan perbuatan asusila;
 - c. berjudi/maisir;
 - d. melakukan mesum/khalwat pada objek wisata; dan
 - e. merusak sebagian atau seluruh fisik objek dan daya tarik wisata.
- (2) Bagi pelanggar yang melanggar larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), akan dikenakan sanksi berdasarkan musyawarah gampong.
- (3) Bagi wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara diwajibkan berbusana sopan di kawasan objek wisata.
- (4) Bagi wisatawan muslim diwajibkan berbusana sopan sesuai dengan Syari'at Islam.
- (5) Bagi pelajar dilarang memasuki kawasan objek wisata dengan pakaian sekolah/pada saat waktu belajar.
- (6) Pemandian di tempat umum dipisahkan antara laki-laki dan perempuan.
- (7) Bagi pengunjung, pengelola, dan pelaku usaha dilarang membunyikan dan menyalakan musik yang tidak Islami di kawasan objek wisata.
- (8) Bagi pelaku usaha, kelompok masyarakat, atau aparatur pemerintah dilarang memberikan fasilitas kemudahan dan/atau melindungi orang untuk melakukan mesum, khamar/mabuk-mabukan dan maisir/judi.
- (9) Setiap orang, baik sendiri maupun kelompok berkewajiban mencegah terjadinya perbuatan maksiat.
- (10) Bagi yang bukan muhrim dilarang berduaan dan berpasangan pada objek wisata.
- (11) Setiap orang, baik sendiri maupun kelompok atau wisatawan dilarang menggunakan kendaraan di pantai dan/atau di tempat keramaian pada objek wisata.
- (12) Setiap orang, baik sendiri atau kelompok usaha wajib

mematuhi protokol kesehatan covid 19, menjaga jarak dan memakai masker.

Bagian Kedua Waktu Operasional

Pasal 6

- (1) Objek wisata di gampong dibuka mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.
- (2) Objek wisata di gampong di tutup setiap hari jum'at.
- (3) Bagi pengunjung yang masih berada pada objek wisata diluar dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3), akan diberikan peringatan/teguran oleh petugas yang ditunjuk.

Bagian Ketiga Pungutan Atas Jasa Usaha

Pasal 7

- (1) Bagi pengunjung yang memasuki kawasan objek wisata dikenakan pungutan atas jasa usaha sebesar Rp. 4.000 (empat ribu rupiah) per orang.
- (2) Bagi pedagang luar yang berjualan di kawasan objek wisata, dikenakan pungutan sebagai berikut:
 - a. sepeda motor sebesar Rp.10.000 (sepuluh ribu rupiah)/motor.
 - b. becak atau kendaraan roda tiga Rp.15.000 (lima belas ribu rupiah)/becak atau kendaraan roda tiga; dan
 - c. mobil sebesar Rp. 20.000 (dua puluh rupiah)/mobil.
- (3) Pungutan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilengkapi dengan tiket.
- (4) Pungutan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), dilengkapi dengan bukti pembayaran.
- (5) Pungutan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), dilakukan dalam rangka:
 - a. pelayanan kebersihan dan keamanan pada kawasan objek wisata;
 - b. operasional pelaksanaan tugas pengelola pada kawasan objek wisata;
 - c. pelayanan parkir kendaraan bermotor pada tempat-tempat yang telah disediakan pada tempat objek wisata;
 - d. peningkatan pendapatan asli gampong; dan
 - e. penyediaan sarana dan prasarana umum pada kawasan objek wisata.

Bagian Keempat Mekanisme Pengelolaan

Pasal 8

- (1) Untuk efektivitas, transparansi, akuntabilitas dan tertib pengelolaan kepariwisataan di gampong, dibentuk petugas pengelola yang ditetapkan dengan Keputusan Keuchik.
- (2) Petugas pengelola sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dalam melaksanakan tugasnya diwajibkan untuk menggunakan identitas pengenalan.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai mekanisme pengelolaan kepariwisataan di gampong, ditetapkan berdasarkan hasil musyawarah petugas pengelola sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Bagian Kelima Pembagian Pungutan atas Jasa Usaha

Pasal 9

Hasil pungutan atas jasa usaha pengelolaan objek wisata dilakukan pembagian dengan rincian sebagai berikut:

- a. untuk operasional pelaksanaan tugas petugas pengelola pada objek wisata sebesar 60% (enam puluh persen) dari tarif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) dan ayat (2); dan
- b. untuk pendapatan asli gampong sebesar 40% (empat puluh persen) dari tarif sebagaimana dimaksud dalam pasal 7 ayat (1) dan ayat (2) yang dipergunakan untuk pelayanan dan penyediaan sarana dan prasarana umum pada kawasan objek wisata sesuai dengan kebutuhan.

Bagian Keenam Peran Pelaku Usaha

Pasal 10

- (1) Setiap pelaku usaha berkewajiban untuk menjaga kebersihan pada objek wisata dan tempat usahanya masing-masing.
- (2) Setiap pelaku usaha diwajibkan untuk menyediakan tempat/keranjang sampah pada setiap tempat usahanya masing-masing.

BAB IV PERAN SERTA MASYARAKAT

Pasal 11

- (1) Masyarakat, tokoh adat, dan ulama memiliki kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperan serta dalam penyelenggaraan kepariwisataan di gampong.
- (2) Peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1), berupa pemberian saran, pertimbangan, pendapat, tanggapan, masukan terhadap pengembangan kepariwisataan, serta pengawasan penyelenggaraan kepariwisataan di gampong.
- (3) Saran, pertimbangan, pendapat, tanggapan, dan masukan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disampaikan secara tertulis kepada Pemerintah Gampong melalui petugas pengelola sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1).

BAB V KETENTUAN LAIN-LAIN

Pasal 12

- (1) Terhadap permasalahan yang timbul dan belum terdapat pengaturannya di dalam qanun gampong ini, akan diselesaikan melalui musyawarah gampong.
- (2) Keuchik berkewajiban mensosialisasikan kepada seluruh masyarakat gampong sebelum qanun gampong ini ditetapkan.
- (3) Bagi masyarakat yang menyediakan fasilitas sehingga memudahkan orang lain melakukan pelanggaran terhadap qanun gampong ini, maka dikenakan sanksi berdasarkan hasil musyawarah gampong.
- (4) Setiap orang dilarang melakukan pelanggaran baik terhadap qanun gampong ini dan/atau aturan lain yang berlaku di gampong.
- (5) Segala bentuk pelanggaran/kesalahan yang dilakukan oleh pengunjung dikarenakan tidak mematuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam qanun ini, menjadi tanggung jawab pengunjung yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN ACEH TIMUR
KECAMATAN PEUDAWA
GAMPONG KUALA

SURAT KETERANGAN IZIN

Nomor : /2009/2021

Keuchik Gampong Kuala, Kecamatan Peudawa Kabupaten Aceh Timur, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : MASYITTAH AZMI
 Tempat/Tgl.Lahir : Langsa,15 November 1999
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Nomor Induk : 4022017114
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Agama : Islam

Yang tersebut namanya di atas telah meminta izin keuchik Gampong Kuala, Kecamatan Peudawa, Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh, untuk mengikuti Penelitian di Gampong Kuala untuk menyusun Skripsi berjudul " Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala peudawa Aceh Timur Dengan Menggunakan Analisis SWOT "

Demikianlah surat keterangan izin ini kami perbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Gampong Kuala,30 November 2021

Keuchik GampongKuala



A RAHMAN TALEB

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 534 TAHUN 2021
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

- Menimbang :**
- a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
 - b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
 - c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat :**
1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
 2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2018, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
 8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2021, Tanggal 23 November 2020.
- Mempertahatkan:** Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 17 September 2021.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan :** Dr. Amiruddin, MA sebagai Pembimbing I dan Chahayu Astina, M.Si sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama Masyitah Azmi, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4022017114, dengan Judul Skripsi : "Strategi Pengembangan Wisata Syariah Pantai Kuala Pseudawa dengan Menggunakan Analisis SWOT di Kabupaten Aceh Timur".
- Ketentuan :**
- a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sicang Munasasyah Skripsi;
 - b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
 - c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
 - d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
 - e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
 - f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Langsa
Pada Tanggal : 28 Desember 2021 M
23 Jumadi Awwal 1443 H H

Dekan,

*Iakandar

- Tembusan :**
1. Ketua Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa;
 2. Pembimbing I dan II;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan.