

Analisis Manajemen Pariwisata Lawang Sewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam

**Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Guna
Melengkapi Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Ilmu Ekonomi Islam**



Disusun oleh:

Muhammad Hafidz Ashshidiqie K.G.

1905026122

Prodi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hanka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi.walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdra. Muhammad Hafidz Ashshidiqie
Kurnia Gusti

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Hafidz Ashshidiqie Kurnia Gusti

NIM : 1905026122

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : “Analisis Manajemen Pengelolaan Pariwisata Lawang Sewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam”

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 Juni 2023

Pembimbing I,

Drs. Saekhu, M. H.
NIP. 196901201994031000

Pembimbing II,

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031000

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Muhammad Hafidz Ashshidiqie Kurnia Gusti
NIM : 1905026122
Jurusan : S1 Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Manajemen Pariwisata Lawang Sewu Dalam Perspektif
Ekonomi Islam

Telah diujikan dalam sidang *munaqosah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude pada tanggal: **15 Desember 2023**.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 15 Desember 2023

Ketua Sidang,

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP. 198607182019031007

Sekretaris Sidang,

Drs. H. Saekhu, MH.
NIP. 196901201994031004

Penguji Utama I,

Wasyith, Lc., M.E.I
NIP. 198204182015031002



Penguji II,

Sokhikhatul Mawadah, M.E.I
NIP. 198503272018012001

Pembimbing I,

Drs. H. Saekhu, MH.
NIP. 196901201994031004

Pembimbing II,

Nurudin, SE., MM
NIP. 199005232015031004

MOTTO

Manajemen adalah melakukan hal yang benar; kepemimpinan adalah melakukan hal yang benar.

Peter F. Drucker

PERSEMBAHAN

Sebagai rasa syukur dan terima kasih, penulis mempersembahkan karya sederhana berupa skripsi ini kepada orang tua penulis, Bapak Agung Suprianto dan Ibu Juni Ratnawati, serta saudara penulis Muhammad Hanif Syarifata Karunia Gusti, yang selalu mengiringi setiap langkah penulis dengan selalu memberikan kasih sayang, dukungan, arahan, dan doa yang tak kenal lelah mereka panjatkan untuk saya. Saya ucapkan terimakasih atas segala dukungan, motivasi, dan do'a yang diberikan kepada saya. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan memperlancar segala urusan kita. Aamiin Yaa Rabbal 'Alamin.


DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang ditulis penuh oleh pihak lain atau telah diterbitkan. Demikian pula skripsi ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 14 Juni 2023

Deklator


METERAI
TEMPEL
FF3AKX791837429
Imad Hafidz A.K.G.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf lain beserta perangkatnya. Pedoman transliterasi dalam skripsi ini meliputi:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap:

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat.

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasi lainnya berupa gabungan huruf.

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, literasinya berupa huruf dan tanda.

4. Ta Marbutah.

Dalam transliterasi menggunakan:

- A. Ta marbutah hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah *t*.
- B. Ta marbutah mati, transliterasinya adalah *h*.
- C. Ta marbutah yang diikuti kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu di transliterasikan dengan *h*.

5. Syaddah (tasydid)

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

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ﻝ namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

- a) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah, yaitu kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya

yaitu huruf // diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b) Kata sandang diikuti huruf qamariah, yaitu kata sandang yang ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

7. Hamzah

Hamzah dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan 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.

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi Arab Latin (Versi Internasional) ini perlu di sertai dengan pedoman tajwid.

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku di EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat.

Bilamana diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

Karena itu, peresmian pedoman transliterasi Arab Latin (Versi Internasional) ini perlu di sertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Lawang Sewu merupakan tempat wisata yang mengenalkan diri sebagai tempat wisata cagar budaya, wisata edukasi, dan objek liburan di Kota Semarang. Pengelola Lawang Sewu dalam memasarkan objek wisatanya memiliki beragam cara pemasaran, yaitu dengan pemasaran melalui media cetak dan elektronik, dan mengandalkan media sosial. Kemudian pengelola Lawang Sewu juga mengadakan beragam event agar masyarakat tertarik dan berminat mengunjungi Lawang Sewu.

Penelitian yang dikerjakan penulis bertujuan untuk mengetahui pengelolaan pada pariwisata Lawang Sewu telah sesuai dengan ajaran Islam atau belum. Metode penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil analisis pemikiran penulis saat melakukan wawancara dengan pengurus objek wisata. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil yang ditemukan oleh penulis adalah pengelolaan Lawang Sewu sudah menerapkan pemasaran yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, dan diharapkan pengelolaan pada Lawang Sewu terus berinovasi dan meningkatkan pengembangan potensi di tengah berkembangnya dunia pariwisata yang dinamis, termasuk di dalamnya terkait potensi industri wisata halal.

Kata Kunci: Manajemen, dan Pariwisata

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang, tidak ada daya upaya dan kekuatan kecuali berasal dari-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW. Berkat karunia dan pertolongan dari Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Manajemen Pariwisata Lawang Sewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, saran, dan dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Program Studi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Drs. H. Saekhu, M.Ag. selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan saran, arahan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi.
5. Bapak Nuruddin, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah memberikan bantuan serta saran dalam proses penulisan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan yang sangat bermanfaat.

7. Bapak dan Ibu tercinta yang telah membesarkan dan mendoakan dengan tulus dan ikhlas untuk kesuksesan anaknya.
8. Saiful Anwar dan Zainal Asyiqin, rekan seperjuangan yang turut membantu, mendukung dan menyemangati selama proses penulisan skripsi.

Atas semua yang telah diberikan oleh semua pihak, penulis hanya bisa mengucapkan banyak terimakasih. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik secara materi maupun penulisannya. Dengan demikian kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penulisan selanjutnya.

Akhir kata, hanya kepada Allah SWT penulis berharap semoga segala bantuan yang diberikan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya.

Semarang, 19 Juni 2023

Muhammad Hafidz A.K.G.
1905026122

DAFTAR ISI

MOTTO	I
PERSEMBAHAN	II
DEKLARASI	III
PEDOMAN TRANSLITERASI	IV
ABSTRAK	VIII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR FOTO	XIV
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2. PERUMUSAN MASALAH	6
1.3. TUJUAN DAN MANFAAT	6
1.4. TINJAUAN PUSTAKA	7
1.5. METODE PENELITIAN	13
1.5.1. Pendekatan Penelitian.....	13
1.5.2. Jenis Dan Sumber Data.....	14
1.5.3. Teknik Pengumpulan Data.....	15
1.5.4. Teknik Analisis Data.....	16
1.6. SISTEMATIKA PENULISAN	18
BAB II: LANDASAN TEORI	19
2.1. PARIWISATA	19
2.1.1. Pengertian Pariwisata.....	19
2.1.2. Pemasaran Pariwisata.....	20
2.2. MANAJEMEN	21
2.2.1. Pengertian Manajemen.....	21
2.2.2. Manajemen Pariwisata.....	22
2.2.3. Strategi Manajemen Pariwisata.....	24
2.3. PARIWISATA DARI PERSPEKTIF ISLAM	25
2.3.1. Pariwisata Dari Tinjauan Ekonomi Syariah.....	25
2.3.2. Konsep Pariwisata Halal atau <i>Halal Tourism</i>	27
2.3.3. Perbedaan Antara Pariwisata dan Pariwisata Syariah.....	30

BAB III: GAMBARAN UMUM	33
3.1. Sejarah Berdirinya Lawang Sewu.....	33
3.2. Lawang Sewu Di Masa Kini.....	34
BAB IV: PEMBAHASAN	41
4.1. Pengelolaan pada Lawang Sewu.....	41
4.2. Strategi Pemasaran pada pariwisata Lawang Sewu.....	42
4.3. Sumber daya manusia pada sektor pariwisata.....	51
4.4. Strategi Pemasaran Pariwisata Lawang Sewu dalam Perspektif Ekonomi Syariah.....	54
4.5. Implementasi wisata halal dalam ekonomi Islam.....	56
BAB V: PENUTUP	62
5.1. KESIMPULAN.....	62
5.2. IMPLIKASI.....	62
5.3. SARAN.....	62
LAMPIRAN	63
PEDOMAN WAWANCARA	64
FORMULIR PERMOHONAN INFORMASI	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Data Kunjungan Wisatawan Di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019 – 2022	2
Tabel 2: Daya Tarik Wisata Lawang Sewu Tahun 2020 - 2022	4

DAFTAR FOTO

Foto 1 : Gedung A Lawang Sewu.....	34
Foto 2: Kaca Patri pada Lawang Sewu	35
Foto 3 : Gedung B Lawang Sewu	36
Foto 4 : Gedung C Lawang Sewu	36
Foto 5: <i>Blue Print</i> Lawang Sewu	39
Foto 6: Tuas wesel Alkmaar	39
Foto 7: Gedung D Lawang Sewu	40
Foto 8: Persewaan scooter	49
Foto 9: Persewaan kostum	49
Foto 10: Harga aksesoris yang dijual di Lawang Sewu	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting sebagai sumber ekonomi andalan negara yakni sebagai sumber devisa yang sangat potensial dan mempunyai pengaruh besar dalam membangun perekonomian masyarakat. Dewasa ini, pariwisata menjadi primadona bagi –banyak orang. Ini dibuktikan dengan banyaknya industri wisata yang berkembang serta banyaknya orang yang mengunjungi tempat wisata, Hal ini tentu menjadi nilai positif bagi suatu daerah, terlebih jika tempat wisata tersebut dikunjungi oleh wisatawan mancanegara, karena dengan berkembangnya pariwisata dapat membuka dan memperluas lapangan pekerjaan.

Kondisi sosial, ekonomi, kebudayaan dan politik memiliki pengaruh yang dinamis dalam pemasaran pariwisata. Penerapan sistem desentralisasi pemerintahan di era otonomi daerah turut mendorong munculnya paradigma baru dalam pemasaran pariwisata. Perubahan ini dimunculkan oleh Undang- Undang Otonomi Daerah, yang terdiri atas Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Undang-undang otonomi daerah tersebut memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan daerah, menyusuri berbagai potensi yang ada, baik yang terkait dengan sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya manusia, maupun pengembangan sumber daya buatan. Pengelolaan sumber daya ini diarahkan sedemikian rupa sehingga suatu daerah secara mandiri mampu mendalami sumber keuangan dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).¹

Berkembangnya daerah wisata di seluruh Indoensia menjadikan Indonesia negara yang terkenal dengan keanekaragaman budaya, makanan, adat istiadat, bahasa

¹ Megasari Gusandra Saragih, Elfitra Desy Surya, Mesra B. *Kajian Dasar Pariwisata*. (Andalan Bintang Ghonim, 2021) hal. 12

dan kekayaan alam. Tak heran jika Indonesia memiliki banyak destinasi wisata yang bisa dikunjungi baik wisatawan lokal atau mancanegara. Destinasi wisata di Indonesia tidak kalah menarik dari tempat wisata di luar negeri. Destinasi wisata ini bisa berupa Wisata Alam seperti pantai, gunung, danau, dan perbukitan; kemudian Wisata Budaya seperti candi, pementasan tari, dan desa adat; atau Wisata Pendidikan, seperti planetarium, kebun binatang, gedung bersejarah, dan museum. Hal ini menarik wisatawan lokal dan wisatawan asing untuk mengunjungi berbagai tempat wisata di Indonesia. Indonesia memiliki banyak daerah untuk dikembangkan di bidang kepariwisataan serta memiliki potensi untuk menjadi salah satu destinasi pariwisata kelas dunia.

Adanya wabah Covid-19 pada awal tahun 2020 yang melanda seluruh dunia, termasuk Indonesia, mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat, seperti perekonomian, pendidikan dan kehidupan sosial masyarakat, termasuk sektor pariwisata. Sektor pariwisata mengalami penurunan kunjungan wisatawan yang sangat signifikan. Dari data yang diambil dari bps.go.id, di tahun 2019, Indonesia dikunjungi wisatawan sebanyak 722.158.733 orang. Pada tahun 2020, terjadi penurunan pengunjung menjadi sebanyak 524.571.392 atau menurun 27,5 % karena efek pandemi. Di tahun 2021, terjadi kenaikan kunjungan oleh wisatawan dari tahun sebelumnya sebesar 16,9% atau 613.299.459 wisatawan, dan pada tahun 2022 meningkat sebesar 19,8% atau sejumlah 734.864.693 wisatawan. Secara spesifik, mengenai data kunjungan wisatawan di Provinsi Jawa Tengah adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Data Kunjungan Wisatawan Di Provinsi Jawa Tengah
Tahun 2019 - 2022

NO	KAB/KOTA	2019		2020		2021		2022	
		LOKAL	MANCA	LOKAL	MANCA	LOKAL	MANCA	LOKAL	MANCA
1	Banjarnegara	1.453.256	5.148	936.517	887	1.167.841	-	1.352.743	0
2	Banyumas	3.943.574	92	1.325.727	79	1.498.236	-	1.795.352	0
3	Batang	1.596.122	472	679.117	-	569.562	-	491.741	0
4	Blora	356.442	-	162.451	-	223.702	-	208.780	2
5	Boyolali	407.236	217	117.631	-	129.443	-	269.729	142

6	Brebes	652.654	90	317.271	-	226.216	-	43.455	648
7	Cilacap	401.299	-	307.500	-	742.396	-	566.803	0
8	Demak	1.846.711	828	545.815	42	858.372	3	1.158.777	4
9	Grobogan	619.438	28	203.928	-	175.767	-	283.013	0
10	Jepara	2.752.131	33.345	343.896	3.004	286.808	50	978.627	2.452
11	Karanganyar	831.066	6.014	883.123	867	258.670	-	185.324	4
12	Kebumen	2.162.719	-	709.290	-	582.337	2	1.265.163	12
13	Kendal	1.074.384	438	433.376	59	415.996	-	256.595	10
14	Klaten	3.476.247	171.353	1.152.773	22.205	1.627.714	463	3.303.423	34.863
15	Kudus	1.932.125	15	491.488	-	660.692	-	528.193	0
16	Kab. Magelang	4.795.306	357.695	1.412.666	37.681	862.955	902	1.889.177	47.545
17	Pati	1.682.494	6	510.361	11	426.160	6	660.472	19
18	Kab. Pekalongan	1.135.824	13	311.040	-	479.286	-	136.724	0
19	Pemalang	504.619	-	698.421	-	682.907	-	230.306	0
20	Purbalingga	3.293.249	149	1.376.265	50	1.061.332	-	1.695.084	6
21	Purworejo	1.438.005	298	483.589	123	268.248	-	1.094.485	0
22	Rembang	915.780	251	854.093	11	871.136	-	665.309	0
23	Kab. Semarang	3.455.075	5.963	1.840.813	856	1.285.370	217	1.746.076	81
24	Sragen	261.972	1.121	71.981	236	41.318	5	151.330	0
25	Sukoharjo	304.624	-	65.114	-	33.174	-	107.367	0
26	Kab. Tegal	1.100.997	2.720	427.389	137	431.523	-	220.593	0
27	Temanggung	702.881	255	223.765	40	254.969	-	379.874	49
28	Wonogiri	474.292	10	64.702	-	51.541	-	175.547	0
29	Wonosobo	1.415.317	1.056	1.169.403	126	1.052.729	-	771.564	0
30	Kota Magelang	1.293.316	8.713	403.230	3.726	331.354	5	554.682	60
31	Kota Pekalongan	212.986	354	42.254	189	184.569	-	342.333	53
32	Kota Salatiga	127.943	9	23.938	-	44.789	-	124.165	2
33	Kota Semarang	7.150.343	81.999	3.260.303	6.628	2.670.281	77	3.640.591	2.355
34	Kota Surakarta	3.549.504	13.047	353.902	1.333	378.484	63	912.920	1.973
35	Kota Tegal	580.932	-	425.953	-	496.532	-	255.371	0
JUMLAH		57.900.863	691.699	22.629.085	78.290	21.332.409	1.793	28.441.688	129.718

Sumber: <https://disporapar.jatengprov.go.id>

Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa di tahun 2019 Jawa Tengah dikunjungi sebanyak 57.900.863 wisatawan lokal dan 691.699 wisatawan

mancanegara. Di tahun 2020, kunjungan wisatawan lokal ke Provinsi Jawa Tengah menurun total berkurang 60,91% dan 88,68% menjadi 22.629.085 dan 78.290 wisatawan mancanegara. Tahun 2021, Provinsi Jawa Tengah kondisi belum pulih, kunjungan wisata masih terjadi penurunan sebesar 5,73% dan 97,7% menjadi 21.332.409 wisatawan lokal dan 1.793 wisatawan mancanegara. Dan di tahun 2022 mulai meningkat sebesar 33,32% dan 7134,69% yang terdiri dari wisatawan lokal sebanyak 28.441.688 pengunjung dan wisatawan mancanegara sebanyak 129.718 pengunjung

Dari tiga puluh lima kabupaten atau kota di Jawa Tengah, kunjungan ke Kota Semarang adalah yang tertinggi. Dari data Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) diatas, terlihat jumlah kunjungan wisatawan di Kota Semarang tahun 2019 sebanyak 7.150.343 wisatawan lokal dan 81.999 wisatawan mancanegara. Lalu, di masa pandemic covid-19 tahun 2020 menurun sebesar 54,83% atau sebanyak 3.260.303 wisatawan lokal dan 6.628 wisatawan mancanegara. Wisatawan di Kota Semarang pada tahun 2021 menurun lagi sebesar 18,26% atau sebanyak 2.670.281 wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara turun menjadi 77 wisatawan. Tahun 2022, pengunjung di Kota Semarang sudah mulai bertambah sebesar 26,70% dari tahun sebelumnya, yaitu 3.640.591 wisatawan lokal dan 2.355 wisatawan mancanegara.

Mengenai kunjungan wisata di Provinsi Jawa Tengah, adanya pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan di Jawa Tengah. Berikut data wisatawan di Provinsi JawaTengah selama tahun 2019 – 2022.

**Tabel 2 : Daya Tarik Wisata Kota Semarang
Tahun 2020 – 2022**

NAMA OBYEK WISATA	WISATAWAN					
	LOKAL			MANCA NEGARA		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Kota Lama	1.186.672	615.768	1.275.081	5.010	0	1.446
Lawangsewu	393.825	273.397	515.482	681	4	825
Sam Poo Kong	148.999	29.077	58.676	836	32	33
Pantai Marina	256.410	393.743	681.681	0	0	0
Taman Marga Satwa	196.902	190.194	315.195	0	0	0
Taman Maerokoco	252.472	132.191	194.221	0	41	41

Sumber: <https://disporapar.jatengprov.go.id>

Dari data pada tabel 2 tersebut, kunjungan wisatawan di Kota Lama adalah yang paling tinggi dari destinasi wisata yang lain termasuk Lawang Sewu . Namun begitu sebagai pokok bahasan dalam penelitian ini penulis lebih memilih Lawang Sewu sebagai obyek penelitian dibanding objek wisata yang lain. Lawang Sewu merupakan tempat wisata yang terletak di pusat kota Semarang, yaitu berada di Jalan Pemuda, Kelurahan Sekayu, Kecamatan Semarang Tengah. Berjarak 350 meter atau sekitar 2 menit dari Balaikota Semarang. Lawang Sewu berseberangan dengan bundaran Tugu Muda, Wisma Perdamaian dan Museum Mandala Bhakti. Bangunan yang menjadi icon Kota Semarang ini mulai dibangun oleh Belanda pada 27 Februari 1904 dan selesai pada tahun 1907. Awalnya, Lawang Sewu adalah kantor kereta api pertama di Semarang yang berdiri pada masa penjajahan Belanda.

Pada tempat wisata Lawang sewu terdapat museum yang menyimpan berbagai artefak dan benda bersejarah. Museum ini merupakan salah satu tempat yang penting untuk dikunjungi, karena di dalamnya terdapat sejarah tentang kereta api. Selain museum tersebut di lokasi wisata Lawang sewu, wisatawan juga dapat menyusuri lorong-lorong gedung dan menikmati pemandangan dari atas bangunan.

Berawal dari Lawang sewu yang biasa ditampilkan sebagai icon Kota Semarang dan rata-rata pengunjungnya adalah wisatawan lokal yang mayoritas beragama Islam, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai praktik pengelolaan dalam perpektif ekonomi Islam pada Lawang Sewu dengan judul “Analisis Terhadap Manajemen Pariwisata Lawang Sewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Adapun alasan dan pertimbangan pemilihan obyek wisata Lawang Sewu sebagai lokasi penelitian adalah sebagai berikut :

1. Obyek wisata Lawangsewu hanya terdiri atas 1 sarana pariwisata dengan satu manajemen pengelolaan yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Pariwisata sehingga dengan manajemen pengelolaan oleh satu instansi maka penelitian akan lebih fokus dibandingkan destinasi wisata Kota Lama yang terdiri atas beberapa jenis tujuan wisata seperti 3D Art Museum, Taman Srigunting, Semarang Kreatif Galeri dan lainnya yang tentunya manajemen pengelolaannya masing-masing berbeda sesuai kepemilikan destinasi wisata tersebut.

2. Lawang Sewu merupakan ikonik bagi Kota Semarang dimana obyek wisata Lawangsewu memiliki bangunan dengan ciri khusus dan keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh obyek wisata lainnya di Indonesia. Ikonik ini dapat dilihat pada kaca patri bergambar Dewi Fortuna dan Dewi Venus.
3. Disamping sebagai obyek wisata Lawangsewu sekaligus juga dijadikan sebagai obyek penelitian karena di lokasi Lawangsewu terdapat museum Kereta Api pertama di Semarang yang merupakan peninggalan sejarah sehingga dengan semakin banyaknya penelitian tentang Lawangsewu akan semakin banyak informasi yang dapat digali untuk kemudian diinformasikan kepada seluruh masyarakat, baik masyarakat Indonesia atau dunia.

Pada penelitian ini, peneliti menguraikan pembahasan pada bab empat menjadi lima bagian, yang terdiri dari pengelolaan pada Lawang Sewu, strategi pemasaran pada pariwisata, Sumber daya manusia pada sektor pariwisata, strategi pemasaran pariwisata Lawang Sewu dalam perspektif ekonomi syariah, dan implementasi wisata halal dalam ekonomi Islam.

Intisari dari lima bagian tersebut adalah bahwa pihak pengelola Lawangsewu telah menerapkan berbagai macam strategi pemasaran, kemudian mengelola sumber daya manusia dengan dibekali berbagai macam pelatihan, menerapkan prinsip ekonomi Islam dalam promosi, serta mengimplementasikan kriteria wisata halal yang selanjutnya akan dibahas secara rinci pada bagian pembahasan.

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik manajemen pengelolaan pariwisata Lawang Sewu?
2. Bagaimana manajemen pengelolaan pariwisata Lawang Sewu dalam perspektif Ekonomi Islam?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui praktik manajemen pengelolaan pariwisata Lawang Sewu.

2. Menganalisis manajemen pengelolaan pariwisata Lawang Sewu dalam perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Untuk menambah wawasan bagi peneliti, khususnya dalam mengetahui kajian di bidang pariwisata.
2. Dapat menjadi informasi yang menarik minat masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata di Kota Semarang, khususnya Lawang Sewu.

1.4. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menurut Creswell adalah ringkasan mengenai suatu jurnal, artikel, buku dan juga dokumen yang menjelaskan teori serta suatu informasi yang telah dikelompokkan secara pustaka, yang ada pada masa lalu dan masa kini, ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan untuk proposal penelitian.²

Taylor dan Procter menjelaskan bahwa tinjauan pustaka merupakan suatu aktivitas untuk meninjau atau mengkaji ulang beragam literatur yang telah dipublikasikan oleh akademisi atau peneliti lain sebelumnya berkaitan dengan topik yang akan diteliti.³

Sedangkan menurut Shavelson dan Towne, menyusun sebuah tinjauan pustaka sama halnya dengan mencari berbagai hasil penelitian terdahulu untuk mendapatkan gambaran mengenai topik atau permasalahan yang akan diteliti, serta untuk menjawab beragam tantangan yang muncul dalam memulai sebuah penelitian.⁴

Tinjauan pustaka dalam penulisan skripsi disusun untuk menjelaskan gambaran hubungan dengan tema yang akan diteliti dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Beberapa tinjauan pustaka yang dikelompokkan serta disusun oleh penulis adalah sebagai berikut:

² Mahanum, *Tinjauan Kepustakaan*. ALACRITY : Journal Of Education. Volume 1, Issue 2, Juni 2021. Hal. 3

³ Mahanum, *Op. Cit.* Hal. 3

⁴ *Ibid*, Hal. 3

Nurfi Fuadi Laksono, Anif Fatma Chawa, Yayuk Yuliati, dari jurnal “Pengelolaan Pariwisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus Desa Sawentar”, mengungkapkan kegiatan wisata merupakan serangkaian aktivitas yang mencakup totalitas produksi oleh penyedia maupun konsumsi oleh pengguna barang dan jasa dengan maksud utama untuk rekreasi. Konsep pariwisata tidak hanya berkaitan dengan keindahan panorama alam dan jelajah situs bersejarah, melainkan telah berkembang dengan melibatkan masyarakat dalam penataan pariwisata, melalui konsep wisata berbasis masyarakat. Berbagai produk pariwisata tersebut kemudian akan dinikmati oleh para konsumen dengan membelanjakan sejumlah uang.

Jurnal “Pengelolaan Potensi Pariwisata Desa Watu Tiri Dengan Pendekatan Pariwisata Berbasis Masyarakat” yang disusun Roseven Rudiyanto dan Septian Hutagalung menerangkan pariwisata sendiri memiliki fungsi sebagai penggerak peningkatan ekonomi masyarakat. Bertambahnya lapangan pekerjaan, pertumbuhan pendapatan, dan peningkatan standar hidup merupakan salah satu manfaat pariwisata pada aspek sosial ekonomi. Akan tetapi, pada sisi lain pariwisata memiliki dampak terhadap masyarakat. Tefler & Sharpley berpendapat bahwa kegiatan pariwisata itu sendiri dapat memiliki dampak pada destinasi, lingkungannya dan masyarakat setempat. Dampak pariwisata tersebut dapat berupa terkikisnya kebudayaan lokal, hilangnya arsitektur lokal, hingga perubahan sumber mata pencaharian.

Jurnal “PENGEMBANGAN MANAJEMEN PARIWISATA ERA *NEW NORMAL* DI UMBUL PENGING KECAMATAN BANYUDONO KABUPATEN BOYOLALI” oleh Pertiwi Oktavia Setyaningtyas, Kismartini, Amni Zarkasyi R. Memaknai pengembangan Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) dapat menjadi pilihan yang strategis dalam mengoptimalkan berbagai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif dengan destinasi lainnya. Pengembangan ini dapat menjadi kegiatan untuk meningkatkan produk wisata terlebih untuk menambah keunikan dari produk wisata tersebut. Pengembangan pariwisata sendiri berkaitan erat dengan pengembangan budaya bangsa serta bagaimana melestarikan nilai-nilai kepribadian bangsa dengan memanfaatkan potensi keindahan dan juga kekayaan alamnya. Memanfaatkan disini bukan merubah secara total, melainkan lebih berfokus pada

pengelolaan, pemanfaatan dan pelestarian setiap potensi yang ada, yang mana potensi tersebut disusun dan dirangkai menjadi satu daya tarik wisata. Maka dari itu pengelolaan dan pemanfaatan potensi yang ada di daerah juga di kelola oleh masing-masing daerah.

Ridho Yuliandri, pada artikel berjudul ‘Manajemen Program Pengembangan Destinasi Pariwisata’ mengungkapkan, untuk mengembangkan suatu destinasi wisata, perlu koordinasi dengan institusi yang ada seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta masyarakat yang berada di kawasan destinasi wisata. Dengan adanya koordinasi yang baik di antara institusi dan masyarakat, diharapkan pengembangan destinasi wisata sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan menjadi salah satu pendapatan yang tercatat dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD). Apabila suatu destinasi pariwisata belum mampu memaksimalkan pengembangan destinasi pariwisatanya, salah satunya dipengaruhi oleh faktor manajemen pengelolaannya. Manajemen pengembangan pariwisata merupakan proses pengelolaan program pengembangan daerah tujuan pariwisata.

Jurnal “ANALISIS PENGELOLAAN WISATAWAN MANCANEGERA DI DESTINASI PARIWISATA NUSA LEMBONGAN KABUPATEN KLUNGKUNG BALI.” dari Dewa Ayu Made Lily Dianasari, Ni Made Tirtawati, Hanugerah Kristiono Liestiandre, Ida Bagus Putra Negarayana, dan I Gede Gian Saputra menjelaskan pengelolaan wisatawan mancanegara fokus pada suatu destinasi wisata baik berupa situs peninggalan sejarah maupun daya tarik wisata berbasis alam yang berorientasi untuk memaksimalkan kualitas pengalaman kunjungan, serta meminimalkan dampak kunjungan pada objek peninggalan sejarah tersebut. Manajemen wisatawan mancanegara juga merupakan kegiatan yang bersifat administratif untuk memelihara kualitas sumber daya wisata alam dan kualitas pengalaman kunjungan. Manajemen wisatawan mancanegara pada dasarnya adalah keterkaitan yang harmonis antara wisatawan mancanegara, objek, dan pengelola. Keterkaitan yang harmonis tersebut bila dikelola dengan baik akan mampu mewujudkan keberhasilan manajemen wisatawan mancanegara yang sesungguhnya yaitu pengelolaan yang mampu memberikan nilai lebih pada objek.

Meyko Panigoro, Usman Moonti, dan Desmayanti Haka dari jurnal “Pengaruh Pengelolaan Pariwisata Terhadap Peningkatan Peluang Usaha Masyarakat Di Objek Wisata Tamendao Beach Kelurahan Leato Kecamatan Dumbo Raya Kota Gorontalo”, mengemukakan pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat yaitu menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga kemanfaatan kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntungkan bagi masyarakat. Pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat tidak hanya membangun dari segi fisik saja, akan tetapi dari segi non fisik juga terbentuk. Pengelolaan pariwisata hasil dari swadaya masyarakat, ada jangkauan dari pemerintah tapi belum diatur secara jelas dan masyarakat leluasa dalam mengelolah sesuai dengan keinginan masyarakat. Maka pendapatan yang didapatkan oleh setiap jasa dalam perbulan masih kurang untuk memenuhi kehidupan mereka, karena semua hanya bergantung pada pengunjung yang datang ke lokasi wisata tersebut. Pengelolaan kegiatan pariwisata yang perlu sekali diperhatikan adalah pelawatan yang di dalamnya meliputi masalah transportasi, restorasi, akomodasi, serta pengelolaan objek baik tata alam maupun tata budaya masyarakat.

Kemudian, jurnal yang disusun Putri Noor Ramayanti berjudul ‘MANAJEMEN STRATEGI SEBAGAI PENGEMBANGAN PARIWISATA PADA OBJEK WISATA CIUNG WANARA, CIAMIS JAWA BARAT’, menjelaskan pariwisata menjadi suatu kesatuan dari berbagai komponen yang dapat saling melengkapi untuk membentuk suatu bentuk produk. Objek wisata melahirkan perwujudan agar wisatawan menarik berkunjung untuk menikmati ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan keindahan alam. Pengembangan pariwisata merupakan peran penting bagi pembangunan suatu daerah, karena dengan adanya kegiatan pariwisata di suatu daerah, maka daerah yang memiliki potensi dasar pariwisata tersebut lebih mudah berkembang dan maju. Selain itu, daerah yang memiliki potensi dasar pariwisata cenderung mengembangkan potensi daerah yang ada, sehingga mampu menarik wisatawan dalam jumlah besar. Melihat besarnya peran dan kontribusi pariwisata, menjadikan kepariwisataan sebagai salah satu sektor andalan dalam meningkatkan perekonomian negara.

Jurnal dengan judul “PENGELOLAAN OBJEK WISATA PANTAI BUMBANG BERBASIS MASYARAKAT DI DESA MERTAK KECAMATAN PUJUT KABUPATEN LOMBOK TENGAH” oleh Farel Ahadyatulakbar Aditama, Nur Tazkirah, Eni Febriani, Syarif Husni menafsirkan pariwisata di daerah-daerah sangatlah banyak bila mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada, pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangannya tersebut sehingga akan mengangkat segi ekonomi, budaya dan pendidikan daerah itu. Pariwisata sangatlah mampu dalam mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara profesional suatu daerah dapat disesuaikan oleh pemerintah daerah dengan potensi dan kekhasan daerah masing-masing. Ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi pemerintah daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam melaksanakan kewenangan yang menjadi hak daerah. Maju atau tidaknya suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan dan kemauan untuk melaksanakan yaitu pemerintah daerah. Pemerintah daerah bebas berkreasi dan bereksprosi dalam rangka membangun daerahnya, tentu saja dengan tidak melanggar ketentuan hukum yaitu perundang-undangan.

Yudi Kristian pada jurnal “Pengelolaan Objek wisata Oleh Dinas Pariwisata Pada Objek wisata Danau Aco di Kampung Linggang Melapeh Kecamatan Linggang Bigung Kabupaten Kutai Barat” menguraikan alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik wisata secara lokal, regional, atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan daerah atau negara tersebut, dengan kata lain pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat banyak. Pembangunan di bidang kepariwisataan merupakan salah satu terobosan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan negara. Sektor kepariwisataan akan disejajarkan kedudukannya dengan sektor lain dalam usaha meningkatkan pendapatan negara, maka kepariwisataan dapat disebut sektor industri pariwisata.

Disky Ayu Puja Lasenda, Rahmaliza, dan Budi Utomo pada jurnal berjudul “Manajemen Wisata Dalam Pengembangan Konservasi Kawasan *Heritage*: Studi

Kasus Kawasan *Heritage* Malioboro Yogyakarta”, Bangunan-bangunan bersejarah yang berada di suatu kota memiliki beberapa fungsi sebagai impresi terhadap sebuah bangunan dan terhubung secara logis dengan penduduk setempat dimana bangunan bersejarah tersebut berada karena berdasarkan pengalaman historis yang dapat diingat. Kegiatan pelestarian cagar budaya dapat dilakukan dengan upaya konservasi kawasan bersejarah yang bertujuan untuk melindungi kawasan sejarah itu sendiri agar tidak hilang nilai identitasnya serta dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat dan pemerintah daerah. Seperti yang telah terdata di *United Nations World Tourism Organisations* (UNWTO), bangunan-bangunan bersejarah telah menjadi salah satu kegiatan wisata dengan pertumbuhan yang signifikan. Bangunan peninggalan bersejarah merupakan peninggalan dalam bentuk fisik yang harus diapresiasi dan dilindungi sebagai bagian dari warisan budaya manusia serta dapat berkembang dalam berbagai aspek antara lain budaya, ekonomi dan hukum.

Adrian Agoes, Sely Gustini, Haikal Alma Nadhira dari jurnal “PENGELOLAAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DI DESA PENGLIPURAN” menyebutkan pengelolaan sumber daya pariwisata yaitu salah satu tujuan untuk mencapai pariwisata berkelanjutan secara sosial, ekonomi dan lingkungan maka pengelola diharuskan untuk memajemen sumber daya alam yang efektif. Pada dasarnya pengelolaan pariwisata terbagi kedalam beberapa komponen yang terdiri dari penyedia kebutuhan sarana dan pra sarana serta pada proses pengelolaan terdapat konsep tahapan program yang sudah terstruktur agar senantiasa dapat diimplementasikan dalam pelaksanaannya.

Maria Feninsia Asni Gabur, dalam jurnal ‘Manajemen Pariwisata di Pulau Padar, Taman Nasional Komodo, Labuan Bajo’, menyebutkan manajemen pengelolaan terhadap pelaksanaan pariwisata di sebuah daya tarik wisata menjadi hal penting untuk diperhatikan agar dapat mencapai tujuan secara maksimal demi keberlanjutan pariwisata. Fungsi manajemen diantaranya adalah fungsi strategi, manajemen komponen internal, dan manajemen konstituen eksternal suatu obyek atau daya tarik wisata menjadi hal penting untuk diperhatikan. Manajemen daya tarik wisata juga bertujuan untuk tetap menjaga kelestarian tata nilai dari wilayah yang dikembangkan

untuk kegiatan wisata dengan pelibatan atau pemberdayaan masyarakat lokal.

1.5. METODE PENELITIAN

1.5.1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang diuraikan oleh penulis meliputi pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data. Pada pendekatan ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Mengenai penelitian kualitatif, terdapat beberapa definisi yang disampaikan oleh para ahli sebagai berikut⁵:

1. Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian dimana peneliti bergantung pada pandangan narasumber. Seorang peneliti bertanya panjang lebar, mengajukan beberapa pertanyaan umum, mengumpulkan sebagian besar data yang terdiri dari kata-kata dari narasumber, menggambarkan dan menganalisis hasil tersebut, dan melakukan permintaan secara subyektif serta memancing pertanyaan lainnya.
2. Bongdan dan Taylor menyatakan bahwa metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang atau perilaku yang diamati.
3. Kirk dan Miller menjelaskan penelitian kualitatif sebagai sebuah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia.
4. Strauss dan Corbin mengemukakan bahwa penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.
5. Schensul berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang memungkinkan peneliti untuk menjelajahi secara rinci karakteristik perilaku individu, sosial dan organisasi serta maknanya.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti dan memahami

⁵ M. Sobry Sutikno & Prosmala Hadisaputra. M.Pd.I. *PENELITIAN KUALITATIF*, (Lombok, Holistica: 2020) hal.4

perilaku individu atau kelompok, dan fenomena sosial dalam kondisi alamiah, sehingga didapatkan data-data deskriptif dalam bentuk lisan maupun tulisan, dan kemudian diinterpretasikan juga secara deskriptif. Dalam bahasa yang sederhana, penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan sebuah gejala melalui pengumpulan data dari latar alami dengan cara memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci.

1.5.2. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *field research*, yang artinya melakukan penelitian dengan cara mendatangi lokasi untuk memperoleh dan menganalisis data yang diperlukan. Setelah memperoleh dan menganalisis data, kemudian menerangkan fenomena yang terjadi dengan jelas suatu objek yang menjadi penelitian. Penelitian *field research* juga bisa diartikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.⁶ Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

Adapun yang dimaksud data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:

- A. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utama melalui wawancara, survei, eksperimen, dan lain-lain⁷ Data primer biasanya dikumpulkan langsung dari sumbernya, sebagai asal mula data dan dianggap sebagai jenis data terbaik dalam penelitian. Sumber data primer biasanya dipilih dan disesuaikan secara khusus untuk memenuhi tuntutan atau persyaratan penelitian tertentu. Sebelum memilih metode pengumpulan data, hal-hal seperti tujuan penelitian dan target populasi dan sampel perlu diidentifikasi. Dalam penelitian ini, data primer yang diperoleh penulis adalah wawancara dengan Humas PT. KAI Pariwisata, dan beberapa pengujung.
- B. Data sekunder adalah data yang sudah ada dan tersedia, yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti lain dan tersedia untuk dapat digunakan dalam

⁶ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta, Andi 2004), hal. 142

⁷ Anton Priyo Nugroho, *Metode Pengumpulan Data (Klasifikasi, Metode dan Etika)* Hal. 171

penelitian orang lain.⁸ Dengan demikian, data sekunder adalah jenis data historis yang telah dikumpulkan di masa lalu. Seorang peneliti mungkin telah mengumpulkan data untuk proyek tertentu, kemudian data tersebut di share sehingga dapat digunakan oleh peneliti lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi rujukan atau sumber bagi penulis dalam menyusun penelitian adalah buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan pariwisata.

1.5.3. Teknik Pengumpulan Data.

Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis karena bertujuan untuk mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dilakukan karena terdapat data yang perlu untuk dikumpulkan, yang kemudian disesuaikan dengan kebutuhan penelitian dan menjawab pertanyaan yang ada pada penelitian.⁹ Tanpa adanya teknik pengumpulan data, maka penulis tidak dapat memiliki data yang mampu memenuhi kriteria atau standar data yang telah ditetapkan.

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif, antara lain¹⁰:

a.) Observasi.

Nasution menyatakan bahwa observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan. Peneliti dapat bekerja sesuai data atau fakta melalui observasi, sehingga teknik ini sangat tepat digunakan dalam penelitian-penelitian sosial dan pendidikan.¹¹

b.) Wawancara

Wawancara merupakan teknik dengan cara melakukan serangkaian tanya jawab dengan narasumber yang telah ditentukan. Sugiyono mengungkapkan, wawancara didefinisikan sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar

⁸ Anton Priyo Nugroho, *Op. cit.* Hal.172

⁹ Johandri Taufan, Ardisal, Damri, & Arise. Jurnal Pendidikan Kebutuhan Khusus. *Pelaksanaan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Adaptif Bagi Anak Dengan Hambatan Fisik Dan Motorik*, hal.19–24.

¹⁰ M. Sobry Sutikno & Prosmala Hadisaputra, M.Pd.I. *PENELITIAN KUALITATIF*, (Lombok, Holistica: 2020) hal. 99

¹¹ M. Sobry Sutikno & Prosmala Hadisaputra, M.Pd.I. *Op. cit.* hal. 99

informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat ditafsirkan makna dari suatu topik tertentu.¹² Salah satu di antara keduanya berperan sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan satunya lagi menjadi orang yang menjawab pertanyaan.

c.) Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang dilakukan dengan cara melihat, mengkaji, dan menganalisis dokumen-dokumen dan hal-hal yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Dokumen tersebut berfungsi untuk menyelaraskan, meluruskan dan menguatkan hasil observasi dan wawancara. Hasil penelitian kualitatif akan lebih akurat dan dapat dipercaya jika didukung dengan dokumen-dokumen yang ada.¹³

1.5.4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahapan terpenting dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, data-data yang masih bercampur aduk tidak akan berarti apa-apa jika tidak dianalisis dengan baik dan benar. Data-data yang bercampur aduk tersebut diibaratkan bahan mentah yang harus diolah menjadi barang jadi dan bermanfaat. Maka, dalam proses analisis data, data-data tersebut diseleksi, digolongkan dan disederhanakan sehingga menjadi data yang mampu menjawab masalah dalam penelitian.¹⁴

Analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu analisis yang diawali dengan pengelompokan data yang sama, setelah itu dilakukan interpretasi dalam rangka memberi makna setiap subaspek dan hubungan antara satu dengan lainnya. Kemudian dilakukan analisis atau interpretasi keseluruhan aspek untuk memahami makna hubungan antara aspek yang satu dengan lainnya yang menjadi fokus penelitian. Terakhir, peneliti kualitatif membuat interpretasi data dan penarikan kesimpulan dalam bentuk kekhususan dan bukan penjelasan berdasarkan perbandingan secara umum yang dapat diterapkan. Kondisi tersebut menunjukkan

¹² M. Sobry Sutikno & Prosmala Hadisaputra, M.Pd.I. *Op. cit.* hal. 116

¹³ *Ibid*, hal. 130

¹⁴ *Ibid*, hal. 135

bahwa penelitian kualitatif terikat dengan nilai dan tempat serta tidak bersifat universal.¹⁵

Matthew B. Miles dan Michael Huberman menyatakan bahwa ada tiga komponen yang saling berkaitan dalam analisis penelitian kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.¹⁶ Penjelasanannya adalah sebagai berikut¹⁷:

1) Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penggolongan, penyederhanaan, dan peralihan data yang masih mentah dan muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan yang berguna untuk membentuk data-data yang masih mentah menjadi data yang lebih kecil dan sederhana, dengan tetap menjaga struktur tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti mencoba untuk memilih dan memilah data-data yang penting, mendukung, dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Dengan cara ini, maka diperoleh gambaran yang jelas mengenai data yang telah terkumpul, yang kemudian memperlancar proses penelitian selanjutnya.

2) Penyajian data.

Penyajian data adalah kegiatan tersusun, yang dikuatkan dengan perancangan informasi untuk menggambarkan simpulan dan tindakan. Untuk memperoleh hasil yang akurat, proses penyajian data perlu dilakukan dengan sebaik-baiknya. Semakin baik proses penyajian data, maka semakin akurat analisis yang dihasilkan. Pada tahap ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian, yang tersusun dalam kalimat-kalimat sederhana dan saling berhubungan satu dengan lainnya.

3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Penarikan simpulan dan verifikasi adalah bagian dari kegiatan dan komposisi yang utuh. Peneliti diharapkan untuk bersikap kritis dan terbuka demi

¹⁵ Firman. *Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif*. Journal of Chemical Information and Modeling, 2013.

¹⁶ M. Sobry Sutikno & Prosmala Hadisaputra, M.Pd.I. *PENELITIAN KUALITATIF*, (Lombok, Holistica: 2020) hal.139

¹⁷ M. Sobry Sutikno & Prosmala Hadisaputra, M.Pd.I. *Op. cit.* Hal. 139

memperoleh simpulan yang akurat. Maka dari itu, simpulan perlu dikonfirmasi terus menerus hingga diperoleh simpulan jenuh yang tidak memberikan peluang terhadap simpulan lain. Hal tersebut perlu dilakukan karena penelitian ilmiah adalah penelitian yang dilakukan secara terbuka dan kritis.

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

Peneliti membagi sistematika penulisan pada penelitian Analisis Manajemen Pengelolaan Pariwisata Lawang Sewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam ini menjadi lima bab. Setiap bab diuraikan penjelasan tiap bagian, yaitu:

Bab 1 : Berisi pendahuluan yang menjelaskan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, dan Metode Penelitian.

Bab 2 : Berupa landasan teori tentang bab Pariwisata, Manajemen, dan Pariwisata Dari Perspektif Islam. Setiap bab diuraikan menjadi subbab, seperti Pariwisata diuraikan menjadi Pengertian Pariwisata dan Pemasaran Pariwisata. Subbab Manajemen diuraikan menjadi Pengertian Manajemen, Manajemen Pariwisata dan Strategi Manajemen Pariwisata. Terakhir, subbab Pariwisata Dari Perspektif Islam dibagi menjadi tiga, yaitu Pariwisata Dari Perspektif Ekonomi Syariah, Konsep Pariwisata Halal Atau *Halal Tourism*, dan Perbedaan Antara Pariwisata dan Pariwisata Syariah.

Bab 3 : Berupa gambaran umum penelitian mengenai Lawang Sewu yang menjelaskan tentang Sejarah Berdirinya Lawang Sewu, dan Lawang Sewu Pada Masa Kini.

Bab 4 : Berisi bab yang telah disusun berupa pembahasan dari hasil penelitian, yang disertai dengan analisis masalah.

Bab 5 : Berisi penutup yang menerangkan kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. PARIWISATA

2.1.1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata memiliki pengertian yang cukup beragam. Beberapa ahli menerangkan pariwisata sebagai berikut:¹⁸

1. Cooper menyatakan pariwisata merupakan rangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan.
2. Wardiyanto menyamakan pariwisata dengan "travel" yang artinya suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan.
3. Yoeti mendefinisikan pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan sementara waktu yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk berekreasi, bukan untuk usaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.
4. Pendit mengartikan pariwisata sebagai kegiatan orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek, ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggalnya dan tempat kerjanya, serta di luar kegiatan-kegiatan mereka, dengan tujuan untuk kunjungan wisata.
5. Revida, dkk memberi arti pariwisata sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok untuk sementara waktu dengan berpindah tempat dari satu lokasi ke lokasi lain secara berulang dengan tujuan untuk menikmati keindahan dan tidak untuk mencari nafkah.

Dari beberapa pengertian tersebut, maka dapat diringkas yang dimaksud dengan pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok yang berpindah-pindah dari satu lokasi ke lokasi lain dengan tujuan menikmati

¹⁸ Erika Revida, dkk. *Manajemen Pariwisata*. (Yayasan Kita Menulis, 2022). Hal. 2

keindahan alam, beristirahat dari rutinitas, atau mencari inspirasi dan tidak untuk menetap atau mencari nafkah di tempat tersebut.

2.1.2. Pemasaran Pariwisata

Kegiatan pariwisata adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk menikmati sebuah produk wisata. Oleh karena itu, penambahan komponen-komponen pada produk wisata akan memberikan pilihan dan kesempatan wisatawan untuk dapat menikmatinya. Beragam perbaikan pelayanan pada wisatawan merupakan upaya yang harus dilakukan para pengelola pariwisata untuk mendorong wisatawan tinggal lebih lama di objek wisata. Hal ini dapat diwujudkan melalui perbaikan dan penambahan terhadap komponen-komponen produk wisata.¹⁹

Keunggulan kompetitif usaha jasa wisata bergantung pada kemampuan untuk menyampaikan produk yang benar dalam jumlah yang tepat, pada tempat dan waktu yang tepat, kepada pelanggan yang tepat, dan dalam kondisi yang baik dengan biaya yang sepadan. Dalam perspektif strategi, keunggulan kompetitif strategi pemasaran produk wisata tersebut terletak pada kemampuan usaha jasa wisata untuk menerapkan strategi produk dan tarif dengan kinerja yang tinggi. Produk mempunyai ketergantungan dengan tarif yang ditetapkan atas produk tersebut. Semakin menarik produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi tarif yang dikenakan, demikian pula sebaliknya. Ini menunjukkan terdapat hubungan antara produk dengan tarif suatu produk. Terdapat keterkaitan hubungan dalam persepsi kualitas produk yang ada pada benak konsumen dengan harga yang dibelinya untuk mendapatkan kepuasan.

Kualitas produk yang baik adalah salah satu cara membuat konsumen tertarik. Program pengembangan pariwisata yang digaungkan sejak tahun 1988, diharapkan dapat meningkatkan kedatangan wisatawan lokal dan mancanegara, sebagai sumber devisa bagi negara. Pendapatan penduduk di lokasi wisata diharapkan meningkat dengan pembelanjaan oleh wisatawan. Efek positif lain adalah dibangunnya infrastruktur penunjang menuju lokasi wisata seperti transportasi, penginapan, serta tempat perbelanjaan. Wawasan masyarakat semakin terbuka tentang dunia luar akibat interaksi langsung antara penduduk setempat dengan wisatawan lokal dan

¹⁹ Erika Revida, *op. cit.* hal.110

mancanegara. Pembangunan sektor kepariwisataan di daerah menjadi bagian penting dari pembangunan daerah secara keseluruhan. Keberhasilan pembangunan sektor pariwisata dapat memberi dampak positif seperti terbukanya kesempatan kerja, meningkatnya pendapatan daerah dan masyarakat, serta mampu mengarahkan kegiatan positif bagi masyarakat dan generasi muda.²⁰

2.2. MANAJEMEN

2.2.1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan pengambilan keputusan dalam rangka mencapai tujuan atau sasaran organisasi. Manajemen melibatkan pengelolaan semua sumber daya organisasi, termasuk sumber daya manusia, keuangan, teknologi, dan material, dengan tujuan mengoptimalkan kinerja organisasi.²¹ Terdapat berbagai definisi dan pandangan tentang makna manajemen menurut ahli sebagai berikut:²²

1. Menurut Koontz, manajemen melibatkan empat fungsi dasar, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Perencanaan meliputi penetapan tujuan, identifikasi sumber daya yang diperlukan, dan pembuatan rencana kerja. Pengorganisasian meliputi pembagian tugas, pemberian wewenang, dan penentuan struktur organisasi. Pengarahan meliputi motivasi, komunikasi, dan koordinasi. Dan Pengendalian meliputi monitoring dan evaluasi kinerja organisasi.
2. Drucker mengemukakan bahwa manajemen melibatkan proses membuat orang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen juga melibatkan pengambilan keputusan yang efektif, pengelolaan sumber daya manusia, dan pengembangan keterampilan kepemimpinan. Drucker juga menekankan pentingnya manajemen yang berorientasi pada pelanggan dan berfokus pada hasil yang diinginkan.

²⁰ Ibid. hal.110

²¹ Afdhal, M.Si, dkk. *MANAJEMEN: Prinsip Dasar Memahami Ilmu Manajemen*. (Get Press Indonesia: Padang) 2023. Hal. 2

²² Afdhal, M.Si, dkk. *Op. Cit.* Hal. 2

3. Fayol menyatakan bahwa manajemen melibatkan lima fungsi dasar, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. menekankan pentingnya prinsip-prinsip manajemen, seperti kesatuan perintah, disiplin, kewajiban, dan kesatuan arah. Prinsip-prinsip tersebut dianggap sebagai fondasi dari manajemen modern.
4. Menurut Follett, manajemen melibatkan proses kerja sama antara individu dan kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Follett juga mengemukakan konsep manajemen yang partisipatif, di mana karyawan terlibat dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya organisasi, serta menekankan pentingnya pengelolaan konflik yang efektif dalam organisasi.
5. Barnard berpendapat bahwa manajemen adalah proses sosial yang melibatkan interaksi antara individu dalam organisasi. Barnard juga menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dan kepercayaan dalam mencapai tujuan organisasi. Barnard mengemukakan konsep "kesadaran akan tujuan" (*awareness of purpose*), yaitu kepercayaan bersama dan pengertian bersama tentang tujuan organisasi.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa manajemen melibatkan serangkaian fungsi dasar, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan pengambilan keputusan, serta melibatkan pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, teknologi, dan material dengan tujuan mengoptimalkan kinerja organisasi. Pendekatan manajemen yang efektif juga melibatkan pengembangan keterampilan kepemimpinan dan komunikasi, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan peran manajemen dalam organisasi.

2.2.2. Manajemen Pariwisata

Pitana dan Diarta menyatakan tujuan manajemen pariwisata adalah memberikan keseimbangan antara perkembangan dan pendapatan ekonomi melalui jasa layanan yang diberikan pada wisatawan sekaligus melindungi lingkungan dan melestarikan keanekaragaman budaya. Sedangkan Moningka dan Suprayitno menyatakan bahwa manajemen pariwisata pada dasarnya berfokus terhadap

bagaimana mengelola berbagai sumber daya pariwisata, interaksi antara wisatawan dengan alam maupun masyarakat lokal di kawasan daya tarik wisata.²³

Darwis mengungkapkan konsep prinsip manajemen pariwisata sebagai berikut:

1. Pariwisata yang dikembangkan harus bertumpu pada kearifan lokal yang menunjukkan ciri khusus budaya dan lingkungan setempat. Kearifan lokal sendiri menurut Wibowo adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar atau bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri.
2. Budaya lokal seperti kesenian menjadi pendukung pengembangan atraksi wisata sebagai daya tarik tambahan.
3. Kawasan pariwisata dikembangkan berdasarkan pada konservasi serta peningkatan kualitas sumber daya alam.
4. Keunikan budaya lingkungan lokal menjadi landasan pokok dalam memberikan pelayanan pada wisatawan.
5. Dukungan dan penerimaan masyarakat setempat terhadap pembangunan obyek wisata membawa dampak positif bagi pengembangan pariwisata.²⁴

Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dinyatakan prinsip-prinsip kepariwisataan sebagai berikut:

1. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai bentuk penerapan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan.
2. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya dan kearifan lokal.
3. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas.
4. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup.
5. Memberdayakan masyarakat setempat.

²³ Erika Revida, dkk. *Manajemen Pariwisata*. (Yayasan Kita Menulis, 2022). hal. 4

²⁴ Erika Revida, Op.Cit. hal.5

6. Menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemis dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan.
7. Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata.

2.2.3. Strategi Manajemen Pariwisata.

Strategi manajemen adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi manajemen berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.²⁵

Menurut Davis, proses strategis manajemen terdiri dari tiga tahapan, yaitu:²⁶

1. Perumusan Strategi. Perumusan strategi adalah tahap awal yang mencakup mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.
2. Implementasi Strategi. Implementasi strategi ini memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

²⁵ Tuwanku Aria Auliandri, *Analisa Aktivitas Manajemen Strategi pada Industri Pariwisata Berbasis Digital*, Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 1, Nomor 1, Desember 2017

²⁶ Tuwanku Aria Auliandri, *Op.Cit.*

3. Evaluasi Strategi. Evaluasi strategi diperlukan oleh perusahaan karena strategi yang berhasil untuk saat ini tidak selalu berhasil untuk di masa yang akan datang. Dalam penilaian strategi terdapat tiga aktivitas penilaian yang mendasar, yaitu:
 - A. Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini,
 - B. Pengukuran kinerja, dan
 - C. Pengambilan langkah korektif.

2.3. PARIWISATA DARI PERSPEKTIF ISLAM

2.3.1. Pariwisata Dari Tinjauan Ekonomi Syariah

Islam adalah agama yang berjalan bersama manusia dalam dunia kenyataan dan realistis. Islam tidak memperlakukan manusia sebagaimana malaikat. Tetapi, Islam memperlakukan umatnya sebagai manusia yang butuh makan, minum, beraktifitas bahkan hiburan. Islam juga tidak mewajibkan umatnya agar seluruh percakapannya berupa dzikir, diamnya berarti berfikir, seluruh pendengarannya hanya kepada Al-Qur'an, dan seluruh waktu luangnya ada di masjid. Tetapi, Islam mengakui fitrah dan naluri yang diciptakan Allah pada diri mereka, yaitu Allah menciptakan mereka sebagai makhluk yang suka bergembira, bersenang-senang, tertawa, bermain dan bertamasya, sebagaimana Allah S.W.T. menciptakan mereka suka makan dan minum.²⁷

Ketinggian spiritual yang sudah dicapai oleh sebagian para sahabat Rasulullah S.A.W. membuat sebagian orang mengira bahwa mereka selalu serius, tekun beribadah dan selalu berpaling dari segala kesenangan hidup dan suasana keindahan dunia, sehingga mereka tidak mau bergembira dan tidak bermain-main. Bahkan pandangan dan pemikiran mereka dianggap hanya tertuju pada akhirat dan nilai-nilai ukhrawi, serta jauh dari kehidupan dan kesenangan. Para sahabat Nabi Muhammad S.A.W. juga bercanda, tertawa dan bermain-main, karena para sahabat menyadari kebutuhan jiwanya dan untuk memenuhi panggilan fitrah. Disamping itu, para

²⁷ Muhajirin. *PARIWISATA DALAM TINJAUAN EKONOMI SYARIAH*. AL MASHLAHAH, Vol. 06, No. 01. 2018. Hal. 92

sahabat hendak memenuhi hak hatinya untuk beristirahat dan bergembira, agar dapat melanjutkan perjalanan dakwah dengan penuh keseriusan.²⁸

Perjalanan mubah atau yang tidak mengakibatkan dosa dibenarkan oleh agama. Bahkan mereka yang melakukannya memperoleh keringanan- keringanan dalam bidang kewajiban-kewajiban, seperti menunda puasanya, menggabung waktu pelaksanaan shalat (*jama'*) atau mengurangi jumlah rakaat shalatnya (*qashar*). Tetapi yang terpuji dari satu perjalanan, adalah sifatnya seperti apa, yang ditegaskan dalam salah satu ayat yang memerintahkan melakukan perjalanan.²⁹ Sebagaimana penjelasan ayat Al-Qur'an dalam surah Al- Hajj berikut:

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ
يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي
الصُّدُورِ

Artinya: “Maka apakah mereka tidak berjalan di muka bumi, lalu mereka mempunyai hati yang dengan itu mereka dapat memahami atau mempunyai telinga yang dengan itu mereka dapat mendengar? Karena sesungguhnya bukanlah mata itu yang buta, tetapi yang buta, ialah hati yang di dalam dada.” (QS. Al- Hajj [22]: 46)

Di samping itu, dari adanya wisata, Al- Qur'an juga mengharapkan agar manusia memperoleh manfaat dari sejarah pribadi atau bangsa-bangsa,³⁰ sebagaimana penjelasan dalam surah Ghaafir Ayat 21:

أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ كَانُوا مِنْ
قَبْلِهِمْ كَانُوا هُمْ أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَآثَارًا فِي الْأَرْضِ فَأَخَذَهُمُ اللَّهُ بِذُنُوبِهِمْ
وَمَا كَانَ لَهُمْ مِنَ اللَّهِ مِنْ وَاقٍ

²⁸ Muhajirin. *Op.Cit.* Hal. 92

²⁹ Muhajirin. *Op.Cit.* Hal. 97

³⁰ Muhajirin. *Op.Cit.* 2018. Hal. 97

Artinya: “Dan apakah mereka tidak mengadakan perjalanan di muka bumi, lalu memperhatikan betapa kesudahan orang-orang yang sebelum mereka. mereka itu adalah lebih hebat kekuatannya daripada mereka dan (lebih banyak) bekas-bekas mereka di muka bumi, Maka Allah mengazab mereka disebabkan dosa-dosa mereka. dan mereka tidak mempunyai seorang pelindung dari azab Allah.” (QS. Ghaafir [40]:21)

Kemudian, mengenali alam ini dengan segala keindahan dan seni-seninya, sebagaimana disebutkan dalam oleh firman Allah SWT. dalam surah Al-Ankabut Ayat 20:

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

Artinya: *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."* (QS. Al-Ankabut [29]: 20)

Dari gambaran tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata sangat penting sebagai salah satu bentuk hiburan manusia, karena manusia memiliki fitrah ingin memperoleh hiburan dan kesenangan.

2.3.2. Konsep Pariwisata Halal atau *Halal Tourism*

Menurut Imron, aktivitas wisata pada pandangan Islam memiliki anjuran untuk mengajak wisatawan kepada hal-hal yang diperintahkan Allah SWT dan menyampaikan ajaran Islam yang telah diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW kepada seluruh umat manusia. Hal ini juga menjadi tugas para rasul dan para sahabat Nabi. Para sahabat Nabi Muhammad SAW menyampaikan ajaran Islam ke penjuru dunia, mengajarkan kebaikan dan mengajak umat manusia untuk menjalankan kebenaran. Definisi pariwisata menurut perspektif Islam diperbolehkan selama tidak melanggar hukum yang telah ditentukan syariat Islam. Oleh karena itu, jika Al-Quran

dan Hadist sudah menjadi rujukan dalam menerapkan pariwisata, maka inilah yang disebut dengan konsep pariwisata halal.³¹

Istilah *halal tourism* atau pariwisata halal pada awalnya adalah kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan dengan dasar untuk menumbuhkan motivasi berupa nilai religi pada diri seseorang dengan mengunjungi tempat-tempat ibadah, menziarahi tempat pemakaman, atau tempat bersejarah yang memiliki nilai-nilai religi dengan agama Islam. Namun, pada kenyataannya pariwisata halal telah mencakup hal lain yang lebih luas dan melibatkan banyak industri di dalamnya seperti restoran, sauna, spa, biro perjalanan wisata, serta hotel.

Asal mula konsep pariwisata halal berawal saat disebutnya wisata ziarah dan religi dalam penyelenggaraan konferensi Organisasi Pariwisata Dunia di Cordoba, Spanyol pada tahun 1967. Konferensi tersebut bertajuk, "*Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations*".³²

Kementerian Pariwisata memperkirakan beberapa daerah yang berpotensi mempunyai peluang dalam pengembangan wisata syariah dan dapat dijadikan referensi awal pengembangan wisata syariah nasional. Daerah-daerah tersebut diantaranya Propinsi Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa barat, Jawa Timur, Makassar, dan Lombok (Sucipto & Andayani, 2014). Daerah tersebut dipilih karena mengingat keberadaan sosial budaya yang dimiliki berkaitan erat dengan nilai-nilai Islam serta terdukung juga dengan keindahan alamnya.³³

Wisata religi kemudian mengalami perkembangan karena komponen dari wisata ini tidak sebatas hanya pada agama tertentu. Nilai-nilai yang lebih umum dan memiliki manfaat bagi masyarakat, seperti nilai edukasi, dan nilai kearifan lokal juga tidak ditinggalkan. Sedangkan pengertian publik tentang wisata halal adalah kegiatan yang dilakukan wisatawan untuk mengunjungi masjid maupun kuburan. Padahal, wisata halal sendiri bisa mencakup wisata budaya, wisata alam, maupun wisata

³¹ Muhammad Salman Al Farisi, Azis Muslim, Adilla. *KONSEP PARIWISATA HALAL DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH*, Perbanas Journal of Islamic Economics & Business, Vol. 2, No. 1, hal 84-90 (2022). Hal. 85

³² Kurnia Maulidi Noviantoro, dkk. *Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0*, EQUILIBRIUM, Volume 8, Nomor 2. 2020. Hal.278

³³ Kurnia Maulidi Noviantoro, dkk. *Op. cit.* Hal.278

buatan yang dibingkai dengan prinsip dan nilai Islam. Beberapa istilah yang digunakan oleh sebagian negara dalam menerapkan wisata halal, antara lain *halal travel*, *halal lifestyle*, *islamic tourism*, *halal friendly tourism destination*, atau *muslim friendly travel destination*³⁴.

Tren wisata halal menghadirkan potensi luar biasa bagi Indonesia untuk meningkatkan kedatangan wisatawan asing. Layanan tambahan bagi wisatawan asing, standar, penyuluhan, dan sertifikasi semuanya merupakan bagian dari tujuan Pariwisata Halal Indonesia untuk memperluas produk nasional yang menyeluruh. Konsep wisata halal memang menarik bagi wisatawan internasional, namun bukan berarti pengunjung non-Muslim juga tidak bisa memanfaatkannya. Layanan tambahan yang disesuaikan untuk wisatawan Muslim adalah bagian dari ide wisata halal.³⁵

Dalam wisata halal, terdapat beberapa prinsip, seperti : tidak tersedia alkohol untuk disajikan; tidak terdapat klub malam; tidak terdapat narkoba; hanya makanan halal yang disajikan; kemudahan akses beribadah; tidak adanya tempat untuk bermaksiat seperti zina, pornoaksi, dan pornografi; tidak adanya tempat untuk berjudi; tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah di kamar hotel; adanya petunjuk arah kiblat di kamar hotel; dan ruang sholat yang dipisahkan berdasarkan jenis kelamin. Poin penting yang perlu diperhatikan di dalam wisata halal adalah turis Muslim tidak boleh menjadi sasaran dengan cara yang sama dengan turis non-Muslim.³⁶

Beberapa orang percaya bahwa sebuah perjalanan harus dilakukan dengan tujuan untuk mempelajari sesuatu yang baru. Namun, Islam mengajarkan bahwa cara terbaik untuk belajar tentang ciptaan Allah yaitu dengan melakukan perjalanan dan membaca tentang penggerak yang membentuknya, mengambil keindahan ciptaan yang luas sebagai jiwa manusia, untuk meningkatkan keimanan seseorang kepada

³⁴ Alwafi Ridho Subarkah, “*Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat*,” *Intermestic: Journal of International Studies* 2, no. 2 (2018) hal. 192-193

³⁵ Deden Sukirman, Wandy Zulkarnaen. *MANAJEMEN PARIWISATA HALAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 3 No. 1, 2022. Hal. 39

³⁶ Rizky Khasanah, *ANALISIS IMPLEMENTASI WISATA HALAL DALAM PRESPEKTIF MAQASHID SYARIAH*

Allah dan menginspirasi seseorang untuk melakukannya, serta tanggung jawab seseorang dalam hidup.³⁷

2.3.3. Perbedaan Antara Pariwisata dan Pariwisata Syariah

Status halal yang melekat pada istilah wisata akan memiliki risiko yang berbeda dengan wisata pada umumnya, yang terpisah dengan agama namun selama ini telah sedemikian maju dan banyak dilakukan di berbagai negara, termasuk di Indonesia sendiri yang dikenal sebagai negeri muslim terbesar di dunia. Dari aspek karakteristik, wisata halal jelas berbeda dengan wisata pada umumnya yang sama sekali memisahkan antara aspek duniawi dengan aspek rohani. Bagi penganut pemahaman wisata pada umumnya, masalah wisata adalah semata-mata urusan duniawi yang tidak perlu disentuh, apalagi dituntun dengan ajaran syariat yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah. Karena itu, dalam praktiknya, wisata pada umumnya berjalan dengan panduan sains dan bersumber dari hasil imajinasi atau renungan akal manusia semata, sehingga dalam kenyataannya tidak sedikit yang bertentangan dengan ajaran syariat dalam Islam.³⁸

Dengan kata lain, karena wisata sekuler itu lahir, selanjutnya tumbuh dan berkembang sesuai panduan sains, pada akhirnya muncul perilaku dari para pengelola wisata dalam banyak hal, semata-mata untuk mengejar keuntungan yang bersifat materi. Demikian juga bagi para wisatawan yang pola pikirnya telah tercemar pemahaman wisata sekuler. Mereka melakukan wisata hanya untuk mencari kepuasan diri secara lahir semata. Padahal menurut ajaran Islam, sesungguhnya perjalanan wisata itu tidak lepas dari motivasi wisatawan. Jika motivasinya untuk *tadabbur* alam semesta sebagai ciptaan Tuhan, maka perjalanan wisata mereka akan mempunyai nilai ganda, yakni untuk bersenang-senang, sekaligus mempunyai nilai ibadah. Inilah yang dimaksud bahwa ciri utama wisata halal tidak dipisahkan antara nilai duniawi dan rohani.³⁹

³⁷ Deden Sukirman, Op.Cit. hal.39

³⁸ Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, *PARIWISATA HALAL PERSPEKTIF MULTIDIMENSI*, UIN-Maliki Press 2017. Hal. 30

³⁹ Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, *Op. cit.* Hal. 31

Sebagai risiko dari perbedaan prinsip itu, pada akhirnya akan menimbulkan karakteristik yang berbeda pula antara wisata sekuler dengan wisata syariah. Untuk wisata sekuler, dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari serta dapat dikelompokkan sebagai berikut:⁴⁰

1. Dari aspek objek, seperti tujuan dan destinasi. Tempat-tempat wisata belum menyediakan fasilitas yang memadai untuk keperluan ibadah. Seperti mushala atau masjid yang dilengkapi dengan tempat wudhu yang memadai, dan tidak bercampur antara laki-laki dan perempuan. Jika tersedia, tidak sedikit yang sangat kurang memadai, sehingga terjadi kesenjangan tampilan fasilitas antara objek wisatanya yang indah dengan tampilan sarana ibadah yang tidak memadai.
2. Dari aspek sarana akomodasi. Fasilitas penginapan seperti hotel, *guest house*, villa, rumah singgah, dan sebagainya, belum memberlakukan prinsip syariah seperti diberlakukan persyaratan mahram untuk menginap bersama bagi laki-laki dan perempuan, sehingga bisa jadi tanpa surat nikah pun mereka bebas menginap sekamar dengan rasa aman. Bahkan, ada pula pengelola penginapan yang sengaja menyiapkan wanita penghibur bagi pengunjung.
3. Adanya restoran dan kafe yang menyediakan minuman beralkohol sampai sekarang masih erat dengan tempat menginap para pengunjung wisata di berbagai destinasi. Karena jika tidak tersedia minuman keras dengan aneka ragam, hotel sebagai tempat mereka menginap dianggap kurang modern dan bahkan dianggap ketinggalan zaman. Ini menunjukkan ketersediaan spa dan kafe dilengkapi dengan berbagai macam minuman yang memabukkan, seakan-akan dianggap sebagai lambang modernisasi dan daya tarik oleh sebagian pengunjung wisata.
4. Dalam kaitan dengan masalah kuliner seperti fasilitas rumah makan atau restoran, belum sepenuhnya menunjukkan kejujuran kepada pembeli yang datang. Ketidakjujuran tersebut terlihat dari masih ada restoran yang tidak memasang

⁴⁰ Ibid. Hal. 31

tarif setiap menu yang disediakan, atau memasang tarif namun tidak sesuai dengan yang dicantumkan. Ketidakjujuran ini juga dari kalangan pedagang kaki lima, atau pedagang asongan, sehingga pengunjung merasa kecewa karena merasa dirugikan secara materi.

5. Belum adanya penerapan sertifikasi halal pada makanan dan minuman sehingga pengunjung tidak mendapat jaminan produk yang dijual dalam bentuk makanan, minuman, kosmetika dan barang lainnya belum dapat meyakinkan pengunjung bahwa apa yang mereka konsumsi benar-benar halal secara syar'i.
6. Dalam kaitan dengan sektor pendukung lainnya, seperti biro perjalanan, transportasi maupun pemandu wisata masih menjadi pertanyaan apakah mereka benar-benar telah menunjukkan kejujuran dan keterbukaan yang tidak berpotensi merugikan pengunjung secara finansial.
7. Sumber daya manusia yang berperan dalam menunjang suksesnya pengembangan wisata, dimanapun dan kapanpun, baik dalam level pelaksana, penguasa, maupun masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat yang dimaksud adalah penduduk lokal, agar mereka mampu menempatkan diri sebagai warga yang mampu turut memelihara keamanan dan kenyamanan bagi para wisatawan, seperti keramah-tamahan jika berjumpa dengan wisatawan.
8. Faktor kebersihan yang masih minim kesadaran seringkali menjadikan suasana destinasi wisata yang banyak ditemukan di berbagai daerah menjadi kurang nyaman, mulai dari destinasi yang telah dikenal luas, maupun destinasi yang belum dikenal. Pengunjung yang awalnya berminat mendatangi tempat wisata menjadi tidak bersemangat hanya karena kurangnya kesadaran akan kebersihan, Padahal, masalah kebersihan atau memelihara ekosistem sangat ditekankan di dalam Islam.⁴¹

⁴¹ Ibid. Hal 33

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1. SEJARAH

3.1.1. Sejarah Berdirinya Lawang Sewu

Lawang Sewu merupakan julukan dalam Bahasa Jawa yang diberikan masyarakat Semarang sejak puluhan tahun lalu. *Lawang* artinya pintu, dan *Sewu* artinya seribu. Karena sulit dihitung maka jumlahnya dianggap seribu. Lawang Sewu awalnya adalah kantor kereta api pertama di Semarang yang berdiri pada masa penjajahan Belanda. Pada masa itu, Pemerintah Hindia Belanda menerapkan teknologi kereta api untuk antar kota, dan sebagai alat angkut penumpang. Pemerintah Hindia Belanda kemudian membangun infrastruktur kereta api pada perusahaan kereta api swasta *Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij* (NIS) pada tahun 1862 dan perusahaan kereta api swasta Semarang-*Joeana Stroomtraam Maatschappij* (SJS) pada tahun 1881.

Awalnya, NIS tidak berniat membangun jalan rel untuk kereta api antar kota di pantai utara Jawa karena saat itu daerah utara masih banyak rawa, hutan belukar, tanahnya lembek dan jumlah penduduknya sedikit. Namun demikian NIS kemudian menyatakan sanggup melaksanakan pembangunan jalan rel ini karena perusahaan kereta api ini sudah menjadi besar berkat angkutan gula, tembakau, kayu dan lain-lain yang berlimpah dari wilayah Solo, Yogyakarta dan Kedu ke pelabuhan Semarang.

Di tahun 1863, NIS membangun jalur kereta api antara Semarang - Solo - Yogyakarta, termasuk lintasan cabang Kedung Jati -Ambarawa, selesai dibangun sepanjang jalur 206 kilometer. Dan di tahun 1893 dibangun jalur Yogya - Brosot, disusul jalur Yogya - Ambarawa lewat Magelang dan Secang. Terakhir dibangun jalur Gundih - Surabaya sepanjang 245 kilometer.

Awalnya administrasi perkantoran NIS diselenggarakan di Stasiun Samarang NIS. Kemudian dibangun kantor baru yang terletak di Jalan *Bodjongweg* yang

sekarang dinamakan Jalan Pemuda, berlokasi di sudut pertemuan Bodjongweg dan *Samarang naar Kendalweg* (jalan raya menuju Kendal). Pelaksanaan pembangunan dimulai pada 27 Februari 1904 dan selesai Juli 1907. Kemudian diadakan perluasan kantor dengan membuat bangunan tambahan di tahun 1916 sampai 1918.

Di tahun 1942 hingga 1945, Lawang Sewu diambil alih oleh Jepang dan digunakan sebagai Kantor Riyuku Sokyoku atau Jawatan Transportasi Jepang. Selanjutnya, di tahun 1945 berubah menjadi Kantor Eksploitasi Tengah bernama Djawatan Kereta Api Republik Indonesia yang disingkat DKARI.

Tahun 1994, gedung Lawang Sewu akhirnya kembali diserahkan PT Kereta Api Indonesia dan dilakukan pemugaran pada tahun 2009. Semua dinding di cat ulang, ruangan dibersihkan dan direnovasi pada beberapa bagian gedung, karena gedung ini telah menjadi salah satu cagar budaya Indonesia.

Terakhir, pada tanggal 5 Juli 2011 lalu, Ibu Ani Yudhoyono meresmikan gedung Lawang Sewu yang kini berstatus sebagai museum yang menjadi tempat pariwisata lokal dan mancanegara.

3.1.2. Lawang Sewu Di Masa Kini



Foto 1: Gedung A Lawang Sewu

Secara keseluruhan, Lawang Sewu memiliki dua bangunan utama, yaitu gedung A dan B, serta bangunan pendukung yaitu gedung C dan D. Gedung A merupakan bangunan yang menghadap ke Tugu Muda dan memiliki dua menara kembar. Bangunan pertama ini sebagian besar menggunakan kaca berukuran besar, memiliki tangga utama di bagian tengah serta jalur menuju lorong bawah tanah. Saat ini, di lantai satu, terdapat dua miniatur lawang sewu di pintu depan dan belakang gedung A.

Di dalam gedung A dipamerkan foto sejarah dan lukisan, seperti aneka ragam stasiun di berbagai kota, dan ilustrasi kegiatan yang pernah diadakan di Lawang Sewu. Kemudian lantai dua di gedung A berfungsi sebagai tempat sewa untuk rapat, foto pre-wedding dan lain-lain. Pada salah satu lorong di gedung A, terdapat kaca patri yang merupakan khas peninggalan Belanda.



Foto 2: Kaca Patri pada Lawang Sewu

Di belakang gedung A, merupakan gedung B yang memiliki tiga lantai. Pada lantai pertama digunakan untuk tempat penjualan souvenir dan oleh-oleh khas Semarang dengan

nama *Merchandise Shop* Laseko, paket fotografi dan sewa kostum, serta mushola. Selanjutnya, di lantai dua cukup banyak tempat kosong sehingga dimanfaatkan sebagai spot foto dengan latar belakang pintu-pintu khas Lawang Sewu. Sedangkan lantai ketiga berfungsi sebagai loteng.



Foto 3 : Gedung B Lawang Sewu



Foto 4 : Gedung C Lawang Sewu

Di gedung C terdapat dua lantai, lantai pertama berupa museum dan ruang P3K, sedangkan lantai kedua adalah kantor pengelolaan. Di dalam museum terdapat foto-foto proses pemugaran Lawang Sewu, *blue print* Lawang Sewu, bahan material yang

digunakan sewaktu pembangunan Lawang Sewu, dan peralatan perkeretapian di masa lalu seperti tuas wesel Alkmaar. Terakhir, gedung D merupakan ruang tunggu, namun sekarang beralih fungsi sebagai gudang. Peralatan perkeretapian di Gedung C terdapat penjelasan sebagai berikut:

a. Engsel

Rangkaian engsel pintu yang terdapat di gedung Lawang Sewu ini terdiri atas beberapa bagian, diantaranya engsel pintu tunggal, engsek pintu ganda, dan engsel jendela. Terdapat dua jenis material yang terdapat pada rangkaian, yaitu besi (orisinil) dan kuningan (replica).

b. Rumah kunci

Rumah kunci terdiri dari slot pengunci, handel pintu dan kunci. Terdapat dari koleksi orisinil yang berbahan besi dan koleksi replica yang berbahan baku kuningan.

c. Handel

Rangkaian komponen handel pintu dan jendela terdiri dari handel espanyolet, handel jendela, batang slot pengunci pintu dan rumah slot. Seluruh rangkaian komponen handel pintu sudah diganti dengan replica dengan bahan kuningan.

d. Batu bata berlubang

Merupakan material penyusun utama yang terdapat pada bangunan dan didatangkan langsung dari Belanda. Bahan baku berupa tanah liat dan diproses dengan bakaran rendah. Pada penampang batu terdapat delapan buah lubang yang berfungsi sebagai penguat sambungan antara batu bata.

e. Batu bata glazur berlubang

Batu bata ini adalah ornament yang mempercantik sudut-sudut di bangunan dan terdapat di gedung A dan C. Batu bata ini mempunyai beberapa macam warna seperti putih, hijau, kuning dan coklat.

f. Batu bata putih berglazur

Batu bata ini adalah salah satu sisa bangunan pos jaga yang saat ini sudah tidak ada.

g. Kaca

Kaca yang terpasang pada jendela adalah kaca orisinil dan replica. Perbedaan dari kedua kaca tersebut diantaranya terlihat dari kerataan permukaan kaca, yang orisinil akan terlihat bergelombang, dan yang replica akan terlihat datar.

h. Kawat anyam

Salah satu komponen pada jendela Lawang Sewu adalah kawat anyam. Kawat anyam yang terpasang pada jendela saat ini adalah orisinil dan replica. Perbedaan dari kedua kawat anyam tersebut terlihat dari kondisi kawat anyam tersebut. Kawat anyam yang asli terbuat dari besi tebal, sedangkan yang replica terbuat dari besi kecil

i. Tuas wesel Alkmaar

Tuas wesel Alkmaar berfungsi untuk menggerakkan wesel dan palang sinyal. Persinyalan Alkmaar digerakkan dengan tuas penggerak secara mekanik atau manual menggunakan tenaga manusia. Wesel dan palang sinyal dihubungkan ke tuas penggerak dengan menggunakan kawat atau rantai. Stasiun yang menggunakan persinyalan Alkmaar dapat dilihat dari cara kerja wesel yang digerakkan secara manual.

j. Bahan untuk proses pengawetan kayu

Proses pengawetan kayu di Gedung Lawang Sewu dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

a.) Anti rayap

Menggunakan bahan-bahan Lentrek, Dorium, Acetone, Ethyl Asotate, Creosote, dan Gasoline. Bahan-bahan tersebut dicampur dengan komposisi yang digunakan sesuai dengan analisis pekerjaan dan digunakan sebagai bahan pengawetan kayu.

b.) Anti rayap (masukan dari Badan Percepatan Penyelenggaraan Perumahan atau BP3)

Menggunakan tembakau rajangan, cengkeh, dan pelepah pisang. Bahan-bahan tersebut dicampur dengan komposisi setiap bahan masing-masing 10 gram dengan 1 liter air.

Pewarnaan pada permukaan kayu dilakukan dengan tambahan politur berwarna coklat untuk menutupi permukaan yang menghitam akibat kebocoran pada atap. *Finishing* pada kayu menggunakan politur, sirlak, spiritus, dan *water base*. Cara pengerjaan *finishing* kayu adalah dengan pengelupasan cat kayu lama dengan no. 100, 150, dan 400. Penghalusan pada kayu dengan amplas no. 100, 150, dan 400. Dasar warna menggunakan *woodstain light brown* pelapisan kayu menggunakan politur natural campuran sirlak dan spiritus sebanyak 2 sampai 3 kali, kemudian diakhiri dengan proses *coating water base* untuk melindungi kayu dari hujan dan terik matahari.

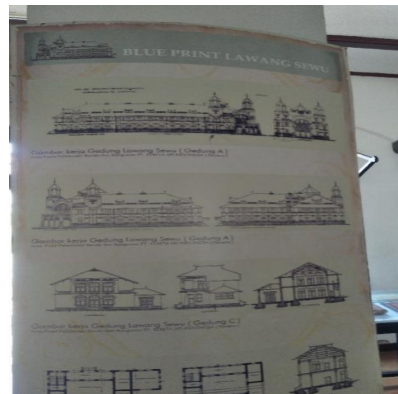


Foto 5: Blue Print Lawang Sewu



Foto 6: Tuas wesel Alkmaar



Foto 7: Gedung D Lawang Sewu

Di samping gedung A terdapat kereta api yang dioperasikan pertama kali pada tahun 1908 dan di sampingnya terdapat monumen peringatan mengenang para pahlawan yang gugur pada tanggal 8 September 1945. Tidak jauh dari depan gedung A, terdapat sebuah sumur yang masih dipakai hingga sekarang. Kemudian ada lagi kereta api Djokotop yang terletak di sebelah gedung C. Tersedia juga gerai makanan, *live music*, persewaan *scooter electric*, dan video 360 derajat di halaman Lawang Sewu.

Fasilitas umum yang disediakan Lawang Sewu berupa:

1. Toilet.
2. Ruang laktasi.
3. *Smoking area*.
4. Ruang audio visual.
5. Tempat cuci tangan.
6. *Tour guide*.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Pengelolaan pada Lawang Sewu

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Humas PT. Kereta Api Pariwisata, Bapak M. Ilud Siregar memberikan penjelasan sebagai berikut:

“Lawang Sewu adalah aset milik PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang merupakan salah satu Bangunan Cagar Budaya yang ditetapkan sebagai Benda Cagar Budaya Situs atau Kawasan Cagar Budaya yang dilindungi Undang-Undang yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya. Sedangkan ketentuan yang menetapkan Lawang Sewu sebagai Bangunan Cagar Budaya adalah Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM.57/PW.007/MKP/2010 tanggal 22 Juni 2010. Tentang Penetapan Kompleks Makam Bayat, Masjid dan Makam Majasem, Kelenteng Tay Kak Sie, Pg. Gondang Baru, Kompleks RSUD Raa. Soewondo Pati, Museum Kereta Api Ambarawa, Candi Lawang, Masjid Loano, Gereja Kyai Sadrah, Rumah Sakit Jiwa Prof. Dr. Soeroyo, dan Lawang Sewu. Selanjutnya dalam pengelolaan Museum Lawang Sewu (*Historic Building* Lawang Sewu) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberi dan menugaskan kepada PT. Kereta Api Pariwisata sebagai anak perusahaannya.”

“Pengelolaan museum dimaksud meliputi berbagai kegiatan yang dilakukan baik dalam rangka perawatan, perizinan, promosi, *event* atau pameran, pemasaran dan menambah fasilitas-fasilitas pelayanan untuk menarik para pengunjung agar datang ke museum serta pemberian informasi-informasi pelayanan dan pemasaran. salah satu contoh pelayanan, pengunjung bisa menikmati membeli souvenir ketika kunjungan wisatawan. Untuk promosi, dilakukan melalui kerja sama dengan media baik media cetak, elektronik, maupun media social. Antara lain memberitakan ke televisi dan media cetak melalui *mediakompas.com*, *antaranews*, dan *detikNews*.”

“Upaya yang dilakukan dalam hal sarana dan prasarana pariwisata Lawang Sewu sebagai pendukung dalam pengembangan potensi wisata yaitu dengan melakukan pemugaran, perbaikan dan perawatan bangunan museum serta menambah dan meningkatkan fasilitas - fasilitas pelayanan di museum Lawang Sewu.”

“Sedangkan upaya dalam hal pemeliharaan objek wisata dilakukan dengan melakukan perawatan dan perbaikan secara harian maupun secara berkala, seperti melakukan pengecatan ulang terhadap bangunan museum Lawang Sewu sehingga bangunan tersebut tetap bersih.”

“Mekanisme dalam menangani persoalan yang terjadi di Lawang Sewu antara lain mempelajari, mengetahui dan memahami permasalahan yang terjadi, mencari penyebab permasalahan yang timbul dan menyelesaikan permasalahan yang timbul dengan teknik dan strategi serta cara yang mana masalah tadi dapat terselesaikan dengan berfikir yang positif, logis dan tidak emosional, seperti adanya barang pengunjung yang ketinggalan, perlu diselidiki faktor penyebab ketinggalan barang tersebut, sehingga untuk pengamanan-pengamanan selanjutnya perlu ditambahkan alat pengawas selain petugas keamanan atau security yaitu menambah alat pengamanan berupa CCTV.”

4.2. Strategi pemasaran pada pariwisata

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*”, yang berarti sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum, strategi diartikan sebagai cara yang terdiri dari aktivitas-aktivitas penting untuk mencapai suatu tujuan.⁴² Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema yang mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki cara untuk mencapai tujuan secara efektif.⁴³

Pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting dalam dunia bisnis untuk mencapai target pasar dan kunci dari kesuksesan bisnis di masa depan. Pemasaran berawal dari kebutuhan dan keinginan manusia. Manusia membutuhkan udara, air, makanan, pakaian, dan tempat tinggal untuk hidupnya. Manusia juga mempunyai keinginan yang kuat untuk rekreasi, pendidikan, dan jasa-jasa yang lain. Selain itu,

⁴² Rahmad, *Manajemen Strategik*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2014). hal. 2

⁴³ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta, Andi, 2004). hal. 17

manusia memiliki preferensi yang baik mengenai versi dan merek barang dan jasa-jasa dasar tertentu.⁴⁴

Kebutuhan adalah suatu perasaan kekurangan terhadap pemuas dasar tertentu. Kebutuhan ini tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar, tetapi kebutuhan itu terdapat dalam kondisi biologis manusia. Sedangkan keinginan adalah dorongan-dorongan akan pemuas tertentu dari kebutuhan yang lebih dalam⁴⁵ Contoh sederhananya, orang Jawa membutuhkan makan dan menginginkan nasi liwet, membutuhkan pakaian dan menginginkan kain batik, serta baju surjan. Sedangkan orang Eropa membutuhkan makan dan menginginkan roti gandum, membutuhkan pakaian dan menginginkan satu stel pakaian buatan Perancis. Keinginan manusia ini secara terus-menerus dibentuk oleh pengaruh sosial yang melingkupinya.⁴⁶

Dalam pemasaran produk berupa barang dan jasa apapun yang ditawarkan, tetap menginginkan akhir yang sama, yaitu; kepuasan pelanggan, keuntungan, mempertahankan pelanggan dan keberlanjutan untuk jangka panjang. Pemasaran pariwisata pun tidak pernah lepas dari empat kepentingan itu. Oleh karena itu, nilai keberlanjutan dalam pemasaran pariwisata adalah totalitas system perencanaan harga, promosi dan produk pasar yang spesifik untuk memuaskan wisatawan dan mendapatkan pengalaman positif yang memiliki manfaat.⁴⁷

Pentingnya pemasaran pariwisata meliputi⁴⁸:

- 1) Peningkatan pemahaman pada hakikat produk pariwisata. Para pemangku kepentingan pengembangan kepariwisataan di setiap daerah perlu meningkatkan pemahaman bahwa hakikat produk wisata adalah produk-produk yang berdasarkan pada kekayaan sosial dan budaya masyarakat dan alam lingkungan.
- 2) Perkembangan pasar yang sangat dinamik menuntut strategi pemasaran yang cerdas dan bertanggung jawab kepada wisatawan. Perubahan anatomi pasar wisatawan tersebut perlu menjadi bahan perhatian dalam merumuskan strategi

⁴⁴ Drs. M. Tjiptadi, *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. hal.13

⁴⁵ Drs. M. Tjiptadi, *Op. Cit.* hal.13

⁴⁶ Ibid. hal.13

⁴⁷ Hikmah, dkk. *STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATA DI KOTA MAKASSAR*, Vol. 7, Nomor 2 | Juli – Desember, 2018. Hal. 204

⁴⁸ Hikmah, dkk. *Op. cit.* hal. 205

pemasaran yang lebih cerdas dan bertanggung jawab pada kepentingan wisatawan.⁴⁹

- 3) Perubahan gaya pemasaran global, dimana konsumen mempunyai posisi tawar yang lebih kuat. Artinya, perkembangan anatomi pasar memberi dampak langsung pada perkembangan gaya di dunia pemasaran. Era pemasaran modern menumbuhkan sejumlah konsep pemasaran baru dengan beraneka istilah, seperti *new marketing media*, *new consumer technology* hingga berbagai format kolaborasi pemasaran yang menunjukkan bahwa tuntutan permintaan dari konsumen semakin beragam.⁵⁰

- 4) Otonomi Daerah.

Otonomi daerah menuntut akan pentingnya peran daerah dalam mengembangkan produk wisata dan mengkombinasikan dengan strategi pemasaran nasional. Penerapan kebijakan otonomi daerah mendorong setiap daerah, khususnya provinsi dan kabupaten atau kota untuk mengoptimalkan potensi sumber daya daerah guna menopang pembangunan daerah.

Syarat yang harus dipenuhi agar daerah yang menjadi tujuan wisata tersebut benar-benar menjadi daerah wisata yang baik yaitu:

- 4.2.1. Daerah tersebut memiliki daya tarik yang lain atau berciri khas, baik itu obyek wisatanya ataupun atraksi yang ditampilkan. Dalam mengembangkan potensi pariwisata di suatu daerah, harus bertumpu pada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang dapat menarik kedatangan wisatawan bisa berupa *natural resources* (alami), atraksi wisata budaya, dan atraksi buatan manusia.
- 4.2.2. Adanya fasilitas penunjang seperti permainan rekreasi yang membuat wisatawan lebih betah. Segala macam fasilitas sarana dan prasarana sangat diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah wisata, seperti penginapan, rumah makan, transportasi, tempat ibadah, dan lain-lain. Fasilitas-fasilitas di daerah wisata secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan wisatawan dalam melakukan

⁴⁹ Ibid. hal. 205

⁵⁰ Ibid. hal. 205

kunjungan ke destinasi wisata.

4.2.3. Tersedianya tempat berbelanja seperti aksesoris, gerai makanan khas dan lain sebagainya. Aksesoris merupakan salah satu kekuatan utama pariwisata yang selalu dicari wisatawan. Perbelanjaan wisatawan saat berwisata berbeda dengan perbelanjaan mereka saat berada di daerah asal. Wisatawan cenderung tidak memperhatikan harga namun lebih mementingkan keunikan produk.

4.2.4. Terdapat fasilitas-fasilitas umum yang mudah dijumpai seperti toilet, tempat parkir, tempat makan dan sebagainya sehingga mempermudah pengunjung, seperti dilengkapi dengan ATM dan jalan yang memadai untuk pengunjung.

Dengan adanya fasilitas-fasilitas umum dan fasilitas-fasilitas yang mendukung, Sarana dan prasarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga mereka dapat menikmati perjalanan wisatanya dengan nyaman.

Strategi pemasaran memiliki rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui program promosi, penjualan, periklanan, program produk, dan pendistribusian.⁵¹

Strategi pemasaran yang sukses harus dikembangkan berdasarkan dua hal pokok yaitu :⁵²

Pertama, strategi pemasaran harus dibangun dari empat variabel pariwisata, seperti:

(a) Pengembangan destinasi pariwisata

Menurut UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang kemudian disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.

⁵¹ M. Saleh, Kamaruzzaman, Harjoni Desky. *Pengembangan Wisata Islami: Strategi Pemasaran Wisata Halal di Bumi Syariah*, Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, Vol. 6 No. 2, April 2022. Hal. 1235

⁵² Hikmah, dkk, *STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATA DI KOTA MAKASSAR*, Vol. 7, Nomor 2 | Juli – Desember, 2018. Hal. 205

(b) Waktu

Suwarti dan Yuliamir menjelaskan bahwa yang dimaksud waktu dalam pengembangan pariwisata adalah berapa lama jangka waktu yang dibutuhkan seorang wisatawan dalam perjalanan ke tempat wisata tersebut.

(c) Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan akses menuju suatu daerah atau suatu destinasi, aksesibilitas mencakup transportasi darat dan laut, udara, komunikasi, jaringan telepon, dan jaringan internet.

(d) Peran semua pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Menurut Crosby, *stakeholder* dikategorikan berdasarkan tiga kelompok, antara lain⁵³:

1. *Stakeholder* utama (primer), yakni yang menerima dampak positif atau negatif dari suatu kegiatan.
2. *Stakeholder* penunjang (sekunder), yakni yang menjadi perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. Mereka dapat digolongkan atas pihak penyandang dana, pelaksana, pengawas, dan organisasi advokasi seperti LSM, organisasi pemerintahan dan pihak swasta. Dalam beberapa kegiatan, *stakeholder* dapat merupakan perorangan atau kelompok kunci yang memiliki kepentingan baik formal maupun informal.
3. *Stakeholder* kunci, yakni yang berpengaruh kuat dan penting terkait dengan masalah, kebutuhan dan perhatian terhadap kelancaran kegiatan. *Stakeholder* turut memainkan peranan penting dalam proses pembuatan kebijakan.

Mengenai peran *stakeholder*, terdapat beberapa pendapat yang berkaitan, antara lain⁵⁴:

1. Modernisator

Selaku Modernisator, pemerintah bertindak untuk mengantarkan masyarakat

⁵³ Septian Rio Bramana, PERAN *STAKEHOLDER* DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA ALAM DI KABUPATEN JOMBANG. Ilmu Administrasi Negara. 2018. Hal.3

⁵⁴ Desrika Talib, *ANALISIS PERAN STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA*. TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata. Vol. 3, No. 1 Juni 2020. Hal. 14

yang sedang membangun menuju modernisasi dan meninggalkan cara dan gaya hidup tradisional yang sudah tidak sesuai lagi dengan tata kehidupan modern. Melalui pembangunan, setiap negara ingin menjadi negara yang kuat, mandiri, diperlakukan sederajat oleh negara- negara lain. Agar bisa mewujudkan hal tersebut, dibutuhkan penguasaan ilmu pengetahuan, kemampuan dan kemahiran manajerial, kemampuan mengolah kekayaan alam yang dimiliki sehingga memiliki nilai tambah yang tinggi, sistem pendidikan nasional yang andal yang menghasilkan sumber daya manusia yang produktif, landasan kehidupan politik yang kukuh dan demokratis, memiliki visi yang jelas tentang masa depan yang diinginkan sehingga berorientasi pada masa depan.

2. Katalisator

Selaku Katalisator, bahwa pemerintah harus dapat memperhitungkan seluruh faktor yang berpengaruh dalam pembangunan nasional. Mengendalikan faktor negatif yang cenderung menjadi penghalang sehingga dampaknya dapat diminimalisir, dan dapat mengenali faktor- faktor yang sifatnya mendorong laju pembangunan nasional sehingga mampu menarik manfaat yang sebesar-besarnya.

3. Dinamisator

Selaku dinamisator, bahwa pemerintah bertindak sebagai pemberi bimbingan dan pengarahan kepada masyarakat yang ditunjukkan dengan sikap, tindakan, perilaku, dan cara bekerja yang baik yang dapat dijadikan panutan bagi masyarakat dalam melakukan pembangunan.

4. Stabilisator

Peran *stakeholder* adalah mewujudkan perubahan tidak berubah menjadi suatu gejolak sosial, apalagi yang dapat menjadi ancaman bagi keutuhan nasional serta kesatuan dan persatuan bangsa. Peran tersebut dapat terwujud dengan menggunakan berbagai cara antara lain: kemampuan selektif yang tinggi, proses sosialisasi yang elegan tetapi efektif, melalui pendidikan, pendekatan yang persuasif dan pendekatan yang bertahap namun berkesinambungan.

5. Pelopor

Selaku pelopor, stakeholder harus menjadi panutan (role model) bagi seluruh masyarakat. Pelopor dalam bentuk hal-hal, positif seperti kepeloporan dalam

bekerja seproduktif mungkin, kepeloporan dalam menegakkan keadilan dan kedisiplinan, kepeloporan dalam kepedulian terhadap lingkungan, budaya dan sosial, dan kepeloporan dalam berkorban demi kepentingan negara.

Kedua, strategi pemasaran harus dibangun berdasarkan kesadaran bahwa pariwisata memberikan beragam manfaat. Ketiga, faktor yang menentukan keberhasilan pengembangan kepariwisataan yaitu tersedianya objek dan daya tarik wisata. Kemudian adanya *accessibility*, yaitu sarana dan prasarana sehingga memungkinkan wisatawan mengunjungi kawasan wisata tersebut, dan terjadinya amenities atau *admnities* yaitu sarana kepariwisataan yang dapat memberikan kenyamanan pelayanan kepada masyarakat.⁵⁵

Memperhatikan beberapa faktor yang menentukan keberhasilan suatu kepariwisataan dan strategi pemasaran yang telah dilakukan terhadap faktor tersebut telah dipenuhi pariwisata Lawang Sewu yaitu :

1. Pariwisata Lawang Sewu memiliki ciri khas berupa bangunan yang unik dengan jumlah pintu yang sangat banyak sehingga disebut Lawang Sewu. Ciri bangunan dengan pintu yang banyak ini hanya ada satu di Indonesia yaitu Lawang Sewu sehingga menjadi daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata.
2. Lawang Sewu merupakan bangunan benda peninggalan bersejarah yang dilindungi Undang – Undang dimana didalamnya terdapat museum yang terdapat benda-benda sejarah perkeretaapian pada masa lampau serta menyimpan sejarah kereta api, sehingga masyarakat pengunjung bisa mendapatkan pengetahuan sejarah perkereta-apian di Indonesia.
3. Lokasi wisata Lawang Sewu berada di tengah Kota Semarang, sangat mudah dijangkau dengan transportasi darat jenis apapun, baik mobil pribadi, bus umum, travel, ojek dan lain-lain.
4. Harga tiket masuk Lawang Sewu relative murah dan dapat dijangkau masyarakat umum.
5. Lokasi wisata Lawang Sewu dekat dengan pusat oleh-oleh khas Semarang

⁵⁵ Oka A. Yoeti, *Industri Pariwisata dan Peluang Kesempatan Kerja*, (Jakarta: Pertja, 1999) hal.30

berjarak sekitar 200-300 meter yaitu jalan Pandanaran yang dapat ditempuh dengan berjalan kaki

6. Pariwisata Lawang Sewu memiliki fasilitas-fasilitas penunjang lain yaitu persewaan *scooter electric*, *live music*, persewaan kostum negara Belanda, China dan baju surjan, mushola, toilet dan beragam gerai makanan yang membuat wisatawan lebih betah serta nyaman.
7. Pariwisata Lawang Sewu juga menyediakan group musik yang bermain setiap hari, dimana masyarakat pengunjung bisa ikut serta tampil menyanyi atau meminta suatu lagu untuk dimainkan dan didengarkan pengunjung.



Foto 8: Persewaan *scooter*



Foto 9: Persewaan kostum



Foto 10: Harga aksesoris yang dijual di Lawang Sewu

Terkait dengan strategi pemasaran Lawang Sewu telah dilakukan oleh pengelola wisata Lawang Sewu dalam menarik minat pengunjung antara lain :

1. Pesona Lawang Sewu (PALAS) *Wedding and UMKM Expo* dengan tema “*Grow With Us*”. Event yang berlangsung mulai tanggal 18 sampai 21 November 2021. PALAS bertujuan untuk mengembalikan minat pengunjung dan meningkatkan industri pariwisata Kota Semarang setelah pandemi. Pada kegiatan tersebut terdapat 16 stand wedding terbaik untuk acara *wedding expo* dan 12 stand produk makanan serta kerajinan yang bervariasi. Ada juga *fashion show* yang menampilkan rancangan busana dari tiga desainer terbaik dengan ciri khas masing-masing.
2. Pada tanggal 19 – 20 November 2022, Lawang Sewu kembali mengadakan acara Pesona Lawang Sewu (PALAS) dengan mengambil tema “*Creative Ways To Children’s Day*” dengan bertujuan untuk mengajak para pengunjung untuk mencintai dan merawat bangunan bersejarah di Indonesia, mempertahankan eksistensi Lawang Sewu sebagai destinasi wisata terbaik, dan mensukseskan program pemerintah untuk meningkatkan sektor pariwisata di Indonesia setelah adanya pandemi covid -19.
3. Pada acara PALAS, digelar perlombaan bagi anak sekolah dari TK hingga SMA. Ada 3 perlombaan yang digelar yaitu:

1. *Colouring Competition* atau Lomba Mewarnai dengan kategori A yaitu TK hingga SD kelas 2, dan kategori B yaitu SD Kelas 3 hingga kelas 4.
2. *Fashion Show Competition* atau Lomba Peragaan Busana yang bertemakan batik trendi dengan kategori A dari SD sampai SMP, lalu kategori B mulai dari SMA sampai Umum.
3. *Singing Competition* atau Lomba Menyanyi dengan menampilkan lagu yang dikemas dalam dua kategori Sajian *Live Music*.

4.3. Sumber daya manusia pada sektor pariwisata Lawang sewu

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah orang-orang yang ada dalam organisasi yang memberikan sumbangan berupa pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi di berbagai kegiatan dalam perusahaan. Dalam pengertian sumber daya manusia, yang menjadi pembahasan bukan hanya terbatas kepada tenaga ahli, tenaga pendidikan ataupun tenaga yang berpengalaman saja, tetapi semua tenaga kerja yang digunakan perusahaan untuk mewujudkan sebuah tujuan.⁵⁶

Secara garis besar, Sumber Daya Manusia adalah individu yang bekerja sebagai penggerak sebuah organisasi dan berfungsi sebagai aset yang harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya. Sumber daya manusia merupakan salah satu sumber daya yang ada dan meliputi semua orang yang melakukan aktivitas di dalam organisasi. Secara umum, sumber daya yang terdapat dalam suatu organisasi dikelompokkan menjadi dua macam yaitu sumber daya manusia dan sumber daya non manusia, seperti modal, mesin, teknologi, bahan-bahan atau material, dan lain-lain.⁵⁷

Sumber Daya Manusia memiliki ciri khas yang berbeda dengan sumber daya yang lain, yaitu memiliki sifat manusia yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain, dan memiliki pola pikir yang berbeda. Ciri khas inilah yang menjadi sebab perlu adanya perhatian yang spesifik terhadap sumber daya ini. Mengelola manusia tidak semudah mengelola benda mati yang dapat diletakkan, diatur sedemikian rupa sesuai kehendak manajer. Manusia perlu diperlakukan sebagai manusia seutuhnya dengan

⁵⁶ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006). hal. 172

⁵⁷ Eri Susan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jurnal Manajemen Pendidikan, Volume. 9, No. 2 Agustus 2019, hal. 955

berbagai macam cara agar masing-masing individu tersebut bersedia dan mampu melaksanakan pekerjaan, mengikuti aturan dan perintah yang ada dalam organisasi tanpa menimbulkan dampak yang menimbulkan kerugian perusahaan maupun individu sebagai karyawan dalam perusahaan.⁵⁸

Sumber daya manusia berkualitas tinggi adalah sumber daya manusia yang tidak hanya mampu menciptakan nilai komparatif tetapi juga nilai kompetitif-generatif-inovatif dengan menggunakan energi tertinggi seperti: *intelligence*, *creativity* dan *imagination*; tidak lagi semata-mata menggunakan energi kasar, seperti bahan mentah, lahan, air tenaga otot, dan sebagainya. Sumber daya manusia diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang dapat didayagunakan oleh organisasi. Dengan berpegang pada pengertian tersebut, sumber daya manusia adalah manusia bersumber daya dan merupakan kekuatan.⁵⁹

Sumber Daya Manusia merupakan elemen kunci dalam menjamin kualitas dan isi dari produk pariwisata. Ada kebutuhan tenaga terampil yang akan berkembang dan mampu memenuhi kebutuhan lingkungan yang berubah serta mempertahankan daya saing perusahaan pariwisata. Dalam dunia pasar tenaga kerja yang kompetitif, sektor pariwisata memiliki citra yang relatif buruk dan sulit untuk mempertahankan karyawan dalam jangka panjang. Mengingat perubahan dan tantangan ini, strategi untuk mengelola dan mempromosikan Sumber Daya Manusia memiliki peran sentral dalam pendekatan pembangunan untuk pariwisata.⁶⁰

Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi penentu kualitas produk dan kualitas pelayanan pariwisata. Hal ini menjadi modal dalam persaingan tingkat global yang lebih kompetitif, sehingga perlu peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan pada bidang pariwisata yang disesuaikan dengan standar pelayanan agar mampu meningkatkan daya saing.⁶¹ Terlebih di masa kini, ada dua tantangan utama yang akan dihadapi, antara lain tantangan Sumber Daya Manusia (SDM) dan teknologi.

⁵⁸ Benjamin Bukit., Tasman Malusa, & Abdul Rahmat, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi Vol. 15, No 2. 2016. Hal. 2

⁵⁹ Drs. Yun Iswanto, M.Si. *Konsep Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia*. 2019. Hal. 4

⁶⁰ Eri Susan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jurnal Manajemen Pendidikan, Volume. 9, No. 2 Agustus 2019, hal. 31

⁶¹ M. Riadhussyah. *Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Wisata Halal dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Jurnal MSDA Vol 8, No.1, 2020. Hal. 5

Teknologi menjadi faktor penting karena membantu pelayanan konsumen dan membentuk reputasi sebuah organisasi. Pelayanan organisasi pariwisata dapat ditingkatkan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang handal. Meskipun pemanfaatan teknologi yang meluas digunakan oleh industri pariwisata, tetap perlu didampingi oleh campur tangan manusia, terutama sebagai makhluk sosial manusia perlu berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesamanya. Tidak bisa dipungkiri bahwa manusia memegang peranan penting dalam industri pelayanan.⁶²

Adanya Sumber Daya Manusia (SDM) sektor pariwisata yang berperan penting dalam pengembangan pariwisata perlu dicermati dengan seksama. Peran Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai pekerja dapat berupa Sumber Daya Manusia (SDM) di lembaga pemerintah, Sumber Daya Manusia (SDM) yang bertindak sebagai pengusaha dan berperan dalam menentukan kepuasan serta kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan. Peranan masyarakat disekitar kawasan wisata juga turut menentukan kenyamanan dan kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata.⁶³

Bisa dikatakan Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata adalah seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata, baik bersifat benda maupun tak benda, yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap perekonomian, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata.⁶⁴

Pengelolaan Sumber Daya Manusia di Lawang Sewu pada *tour guide* dilakukan dengan dibekali berbagai macam pelatihan, seperti dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar), dan dari Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP). Hal ini dimaksudkan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada wisatawan yang berkunjung di Lawang Sewu. Selama dalam pelatihan, tidak ditemukan adanya kesulitan atau kendala, hanya saja para *tour guide* ada kalanya terbentur waktu dengan jadwal kerja terhadap berbagai macam pelatihan. Dengan meningkatnya

⁶² Dr. Munawaroh Zainal, S.E., M.M. *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM INDUSTRI PARIWISATA*. Hal. 24

⁶³ Dr. Munawaroh Zainal, S.E., M.M.. *Op. Cit.* hal. 23

⁶⁴ *Ibid.* hal. 24

keterampilan dan keahlian dari pelatihan tersebut, para *tour guide* dapat menerapkannya selama melayani wisatawan. Selain *tour guide*, juga dilakukan pembinaan secara rutin setiap sebulan sekali dengan para pekerja fasilitas di Lawang Sewu, yaitu petugas kebersihan dan keamanan.

4.4. Strategi Pemasaran Pariwisata Lawang Sewu dalam Perspektif Ekonomi Syariah.

Prinsip ekonomi Islam yang digunakan yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam, memasarkan suatu produk melalui iklan, maka kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu, setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan pemasaran sesuai dengan yang ditunjukkan. Tidak boleh berbuat curang, berkata bohong sampai mengumbar sumpah atau iklan palsu. Sebuah informasi produk walaupun dengan bebas boleh memilih cara dan kreasi penyampaiannya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Suatu kebebasan yang tidak terkendali pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun mungkin menguntungkan dalam jangka pendek.⁶⁵

Nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis. Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggungjawaban manusia. Jadi, iklan Islami adalah bentuk komunikasi secara tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai suatu produk dengan tujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam penyajiannya berdasarkan pada etika periklanan Islami. Pengiklan juga harus menghindari iklan yang menipu dan berlebihan yang dianggap sebagai bentuk kebohongan. Kebenaran fakta dalam informasi harus disampaikan kepada khalayak umum.⁶⁶

Selain itu, ada lagi prinsip ekonomi Islam yang dipakai, yaitu keikhlasan. Islam menetapkan keikhlasan sangat penting dalam setiap kehidupan manusia. Keikhlasan pelaku bisnis diharapkan tidak berbuat curang atau melanggar kepentingan orang lain

⁶⁵ Muhammad Rasyad Al Fajar, Ifantri. *Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah*. J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah), Volume 4, Nomor 1, Juni 2021. Hal. 89

⁶⁶ Muhammad Rasyad Al Fajar, Ifantri. *Op.Cit.* Hal. 89

dengan sengaja. Pada saat prestasi tenaga penjual menguraikan fitur-fitur penting dari produknya, menonjolkan kelebihan-kelebihannya, dan menyebutkan contoh-contoh kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pada saat presentasi, tenaga penjual harus dipersiapkan dengan baik, dilatih kembali tentang apa yang disampaikan, menggunakan kontak mata langsung, bertanya dengan pertanyaan terbuka dan bersikap tenang. Meskipun demikian, dalam mempersentasikan suatu produk diharapkan untuk berbicara jujur dan mampu memenuhi janji-janjinya.⁶⁷

Dari pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa pariwisata syariah tidak hanya wisata ziarah, melainkan sebuah tren baru pariwisata dunia yang seluruh potensi wisata budayanya, dan kekhususan yang dimiliki Lawang Sewu, yang mempunyai fungsi dan peranan penting. Lawang Sewu juga berusaha untuk selalu memberi kenyamanan untuk para wisatawan dengan memberikan penunjang kegiatan pariwisata salah satunya tempat wisata dilengkapi dengan sarana ibadah untuk wisatawan muslim.

Strategi pemasaran pariwisata di Lawang Sewu dalam tinjauan ekonomi Islam adalah bagian dari etika bisnis yang merujuk pada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. Moral adalah sistem nilai tentang apa yang dianggap baik dan dianggap buruk. Hal tersebut telah dilakukan pihak pengelola wisata Lawang Sewu dalam berpromosi sesuai dengan ekonomi Islam, antara lain:

1. Pihak pengelola Lawang Sewu selalu bertindak jujur kepada para wisatawan dalam hal atau memberikan informasi seputar objek wisata atau jasa wisata yang ditawarkan, tidak pernah menipu para wisatawan. Hal ini dapat dibuktikan dari fakta yang ada dengan apa yang telah dipromosikan Lawang Sewu baik dalam media cetak maupun elektronik. Karena dengan jujur akan menjalankan bisnis dengan tenang, serta mengangkat harta dan martabat pariwisata Lawang Sewu. Selain itu, jujur akan menghasilkan keuntungan di dunia dan akhirat.
2. Pihak pengelola Lawang Sewu menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan di antara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli, dalam hal ini penjual karcis dan pengunjung.
3. Menghindari pemasaran palsu yang bertujuan menarik perhatian wisatawan dan

⁶⁷ Ibid. Hal. 89

mendorongnya untuk berkunjung, berbagai iklan di media elektronik dan cetak, model Pemasaran tersebut banyak yang telah melanggar akhlakul karimah. Hasil penelitian pada Lawang Sewu, tidak ditemukan berita ataupun iklan yang menambah ataupun melebih-lebihkan yang bertentangan dengan fakta objektif.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa prinsip ekonomi Islam dalam berpromosi dan etika bisnis Islam tidak hanya berprinsip kebenaran, kejujuran, dan keikhlasan, tetapi juga amanah, keadilan, dan istiqomah telah dilakukan oleh pihak pengelola manajemen wisata Lawang Sewu.

4.5. Implementasi wisata halal dalam ekonomi Islam

Implementasi wisata halal merupakan penerapan konsep ekonomi Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Menerapkan wisata halal dari segi kebijakan dapat menyiarkan ajaran Islam. Selain itu, berwisata secara halal juga mendorong spirit syiar dakwah Islam melalui individu seorang muslim.

Implementasi wisata halal tidak terlepas dari konsep ekonomi syariah secara umum karena dalam proses realisasinya memperhatikan ajaran Islam. Sureerat Chookaew mengemukakan bahwa konsep wisata syariah merupakan aktualisasi konsep keislaman yang mana arti dari sebuah halal dan haram menjadi objek utama, hal ini berarti semua bagian yang mencakup kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang wajib dijadikan pedoman untuk semua yang berkegiatan di area pariwisata. Dengan demikian, prinsip dasar ajaran Islam dalam sistem ekonomi syariah merupakan pijakan dasar esensial dalam implementasi wisata halal.

Halal tourism atau Pariwisata Halal memiliki peluang yang besar untuk diterapkan di Indonesia. Tidak hanya karena mayoritas penduduknya yang beragama Islam, peluang ini juga didukung dengan adanya berbagai kekayaan alam dan budaya yang bisa dijadikan sebagai destinasi wisata. Selain destinasi wisata, konsep halal tourism harus memperhatikan ketersediaan sarana dalam penyajiannya seperti akomodasi, restaurant, dan aktivitas wisata yang mengacu pada nilai-nilai keislaman.

Implementasi wisata halal sangat memberikan pengaruh positif dan efek ekonomi bagi lingkungan maupun implikasi terhadap pembinaan karakter manusia, karena implementasinya memerhatikan hal-hal spesifik yang dituntunkan oleh Islam.

Terdapat empat aspek penting yang perlu diperhatikan untuk menunjang suatu wisata halal:

- (a) Lokasi. Penerapan sistem islami di lokasi wisata. Lokasi wisata yang dipilih merupakan tempat wisata yang diperbolehkan dalam kaidah Islam dan mampu meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
- (b) Transportasi. Implementasi sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahram;
- (c) Konsumsi, Islam sangat memperhatikan kehalalan makanan dan minuman. Hal ini terdapat pada surah Al-Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ لغيرِ اللَّهِ بِهِ
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا
ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ
الْيَوْمَ يَيسرُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَحْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ الْيَوْمَ
أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ
دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
رَّحِيمٌ

Artinya: Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi

takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridhai Islam sebagai agamamu. Tetapi barangsiapa terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang. (QS. Al-Ma'idah : 3).

- (d) Hotel, segala sistem kerja dan fasilitas yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikemukakan bahwa wisata halal berpengaruh untuk:

- (a) Menguatkan iman dan taqwa kepada Allah Swt karena dalam praktiknya wisata halal tentu harus bebas dari praktik riba.
- (b) Pembentukan karakter Islami karena harus jauh dari masyir seperti perjudian dan lain sebagainya; dan.
- (c) Menjaga diri segala dari makanan dan minuman yang diharamkan.

Yusuf Qardhawi mengemukakan bahwa dengan memuat nilai-nilai ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadits, ilmu ekonomi Islam diyakini akan mampu mensejahterakan umat manusia dengan lebih baik. Syariah Islam termasuk syariah perekonomian mempunyai komitmen untuk dipraktikkan dalam rangka menjadi sebab kebahagiaan dan kesejahteraan hidup. Demikian juga tujuan syariah Islam dalam bidang perekonomian yaitu untuk menciptakan keadilan dan kesejahteraan dalam berbisnis.

M. Nazari Ismail dan M. Battour memberikan pengertian wisata halal sebagai objek atau tindakan yang diperbolehkan berdasarkan syariat Islam untuk digunakan oleh wisatawan muslim dalam industri pariwisata. Dari pengertian tersebut, bisa dipahami bahwa syariat Islam dapat dijadikan sebagai dasar hukum pada pelaksanaan wisata halal. Pelaksanaan berdasarkan syariat Islam tersebut meliputi semua komponen, baik produk maupun jasa yang diberikan kepada wisatawan.⁶⁸

Selama ini, istilah yang diketahui oleh masyarakat umum adalah wisata syariah, wisata religi atau *halal tourism*. Wisata syariah atau wisata religi seringkali

⁶⁸ Cheriatna, *Laris Manis Bisnis Wisata Halal*. (Gema Insani Press:2018) hal. 40

dihubungkan dengan perjalanan wisata ke tempat-tempat wisata yang religius, seperti masjid yang bersejarah atau makam para Walisongo. Jika wisata religi lebih mengutamakan objek wisata, maka wisata halal lebih mengutamakan pelayanan.⁶⁹

Pada praktiknya, wisata halal tidak hanya berkaitan dengan kunjungan ke tempat-tempat wisata religi, tetapi juga ke tempat-tempat wisata umum dengan menjaga syariat Islam melalui pelayanan berupa kemudahan fasilitas bagi wisatawan Muslim.

Tidak semua komponen wisata dapat menyediakan wisata halal, sehingga dibutuhkan sebuah kriteria yang memperjelas seperti apa wisata halal secara lebih lanjut. Menurut Endy Astiwaru, Ketua Bidang Bisnis dan Wisata Syariah Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Pusat, ada beberapa kriteria umum wisata halal sebagai berikut⁷⁰:

Pertama, memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum;

Kedua, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan;

Ketiga, menghindari kemusyrikan dan khurafat;

Keempat, bebas dari maksiat;

Kelima, menjaga keamanan dan kenyamanan;

Keenam, menjaga kelestarian lingkungan; dan terakhir

Ketujuh, menghormati nilai-nilai sosial, budaya, dan kearifan lokal.

Mengacu pada penjelasan diatas, dari hasil penelitian penulis menilai manajemen pengelolaan Lawang Sewu telah memenuhi syarat kriteria wisata halal meskipun belum memenuhi kriteria secara mutlak dan memenuhi ketentuan secara sempurna, antara lain memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum. Artinya wisata dikembangkan sedemikian rupa dengan tujuan memberikan manfaat atau kegunaan dan kebaikan bagi masyarakat umum terutama masyarakat sekitar lokasi wisata misalnya masyarakat sekitar yang tidak bekerja atau pengangguran bisa mendapatkan pekerjaan sebagai tenaga parkir, bisa berjualan baik makanan atau souvenir.

⁶⁹ Cheriarna, *Op. Cit.* hal. 39

⁷⁰ *Ibid*, hal. 39

Wisata halal juga memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan tujuan ini juga bisa didapatkan di wisata Lawang Sewu dimana para wisatawan bisa duduk santai sambil melihat keunikan bangunan Lawang Sewu. Wisatawan juga bisa menikmati sajian *live music* yang diperdengarkan oleh grup musik yang ada dan mendapatkan penyegaran terhadap pengetahuan tentang perkeretaapian dengan mengunjungi museum kereta api yang ada di lokasi wisata.

Wisata halal juga memiliki kriteria menghindari kemusyrikan dan khurafat. Pemugaran, renovasi dan pengecatan ulang bangunan Lawang Sewu dimaksudkan juga untuk merubah kesan mistik, magis atau angker dari bangunan Lawang Sewu yang memang telah memiliki usia puluhan tahun. Pada lokasi bangunan tidak ditemukan adanya ruangan, kamar atau tempat pemujaan yang akan mendorong orang untuk mempercayai sesuatu yang belum tentu benar, juga tumbuh dan berkembangnya kepercayaan kepada lokasi gaib.

Terkait dengan kriteria bebas dari maksiat dapat dijelaskan bahwa di lokasi wisata Lawang Sewu tidak ditemukan adanya gerai atau kios yang menjual makanan atau minuman haram dan makanan lain yang dilarang. Tidak ditemukan juga tempat-tempat yang memungkinkan pengunjung melakukan perbuatan maksiat seperti minum-minuman keras, mabuk, berjudi, berzina atau perbuatan terlarang lainnya. Keamanan Lawang Sewu terjamin dengan banyaknya petugas keamanan yang berjaga di sudut sudut lokasi wisata dan yang bertugas di pintu masuk dan keluar Lawang Sewu.

Untuk menjaga kelestarian lingkungan dilokasi wisata Lawang Sewu ada taman dan lokasi yang ditanam tumbuh-tumbuhan baik tanaman bunga atau tanaman lain yang sekaligus sebagai usaha untuk meningkatkan hawa sejuk dilingkungan Lawang Sewu. Juga telah disiapkan beberapa tempat sampah yang memudahkan pengunjung membuang sampah sehingga sampah tidak tercecer.

Lokasi wisata Lawang Sewu juga menghormati nilai-nilai sosial, budaya, dan kearifan lokal dimana pada kesehariannya tidak ditemukan adanya kegiatan yang bertentangan dengan nilai-nilai agama maupun nilai sosial masyarakat. Selain itu, pengelola wisata Lawang Sewu mengedepankan kearifan lokal dengan menyediakan persewaan kostum seperti baju surjan dan kebaya untuk spot foto.

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Lawang Sewu pada prinsipnya telah menerapkan konsep pariwisata halal sesuai perspektif ekonomi Islam walaupun belum dilaksanakan sepenuhnya secara mutlak dan sempurna karena Lawang Sewu bukan destinasi wisata Islam atau wisata religi yang pengunjungnya meliputi berbagai kalangan dengan berbagai agama dan kepercayaan tetapi telah dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan pelayanan bagi pengunjung dengan penyediaan fasilitas ibadah agar menghilangkan kesan bahwa Lawang Sewu wisata yang mistis

5.2. IMPLIKASI

Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang positif bagi masyarakat khususnya umat muslim yang berwisata di Lawang Sewu, yaitu memberi ketenangan bagi pengunjung muslim karena Lawang Sewu termasuk kategori wisata halal walaupun belum sepenuhnya menerapkan konsep wisata halal.

Implikasi yang lain bahwa penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengelola Lawang Sewu untuk meningkatkan pelayanannya sesuai konsep pariwisata halal untuk menambah kenyamanan dan ketenangan bagi pengunjung khususnya yang beragama Islam.

5.3. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan kepada peneliti lain untuk penelitian berikutnya:

1. Penelitian terhadap penerapan ekonomi islam pada obyek wisata yang lain di Kota Semarang atau Provinsi Jawa Tengah pada umumnya.
2. Penelitian terhadap upaya pelaku usaha pariwisata agar usaha tersebut mendapat sertifikat halal dari instansi yang berwenang.

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

RESPONDEN 1

1. Namanya siapa?

Jawab: Rafi

2. Asli mana?

Jawab: Pekalongan.

3. Apa yang membuat Anda tertarik ke lawang sewu?

Jawab: Yang bikin tertarik tuh ya karena kita bisa melihat sejarah masa lalu penjajahan dan mungkin PT Kereta Api Indonesia jaman dulu gitu.

4. Awalnya ke sini tahu dari siapa?

Jawab: Udah tau dari lama gitu kalau di Semarang itu khasnya ada lawang sewu.

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: Kesan pertama pas sini tuh ya lihat Bangunan tua kan keren ini jarang dilihat

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: nyaman

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: ya mungkin sepanjang ini ya bagus

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: tempatnya luas, ada tempat yang disediakan buat spot foto.

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: Kalau misalnya ada sesuatu yang rusak gitu, bisa diperbaiki direstorasi lagi gitu aja

RESPONDEN 2

1. Bapak namanya siapa?

Jawab: Pak Ken

2. Aslinya dari mana?

Jawab: Tangerang

3. Apa yang membuat Anda tertarik ke lawang sewu?

Jawab: Penasaran sama peninggalan Belanda.

4. Awalnya tau ke sini dari siapa?

Jawab: banyak di Internet. Kalau ke Semarang ke lawang sewu.

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: Bangunan peninggalan belandanya besar dan bagus.

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: Nyaman ya nyaman.

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: sudah cukup puas.

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: ada banyak yang jual makanan

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: kalau untuk harapan ke depannya, disini kan banyak tempat kosong, bisa ditambah lagi dijadiin tempat penyimpanan koleksi-koleksi lagi gitu jadi enggak cuma ruangan kosong, sama mungkin tempat jualan makanannya ditata lebih rapi. Itu aja.

RESPONDEN 3

1. Namanya siapa?

Jawab: Dwi.

2. Aslinya mana?

Jawab: Demak.

3. Apa yang bikin anda tertarik ke lawang sewu ?

Jawab: Karena tempatnya bersejarah itu aja.

4. Awalnya tahu di sini tahu tempat ini dari siapa?

Jawab: dari teman-teman.

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: bagus, megah, masih terawat

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: Untuk sekarang ini nyaman.

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: udah puas.

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: toiletnya bersih, sama banyak dipasang tempat informasi tentang kereta api

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: Tempat sejarahnya lebih diperbanyak lagi seperti informasi-informasinya, itu aja.

RESPONDEN 4

1. Namanya siapa?

Jawab: Bambang

2. Asli mana?

Jawab: Bangka Belitung.

3. Apa yang membuat Anda tertarik ke lawang sewu?

Jawab: Kurang tahu, baru pertama kali soalnya.

4. Awalnya ke sini tahu dari siapa mas?

Jawab: Dari saudara terus punya rencana ke sini gitu sama keluarga

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: Seneng lah kurang lebihnya. Tenang karena kan ibaratnya tahu tentang sejarah dari lawang sewu ini.

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: Ya nyaman, cuma karena waktunya agak siang, jadi agak lumayan panas.

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: cukup puas.

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: Ya karena enak bersih, terus pemandunya juga ada. Itu saja.

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: Tetap dipertahankan untuk kebersihan, terus ditambah penghijauan untuk pengunjung supaya tidak kepanasan di lawang sewu ini, sama dikasih tambahan seperti untuk main mainan buat anak anak biar tertarik berkunjung.

RESPONDEN 5

1. Namanya siapa?

Jawab: Radit

2. Aslinya mana?

Jawab: Jogja.

3. Apa yang bikin anda tertarik ke lawang sewu ?

Jawab: Mungkin karena peninggalan bersejarah, jadi saya pingin nyoba liat. Sama nuansa dari segi arsitektur peninggalan jaman dulu seperti itu.

4. Awalnya tahu tempat ini dari siapa?

Jawab: Dari internet. Dulu kan tahu ada lawang sewu gitu jadi baru kesampaian sekarang.

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: Bagus. masih bagus, terawat karena katanya sudah diperbarui terus nuansa jadulnya juga masih ada masih tetap dilestarikan.

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: nyaman tidak terlalu panas juga. Sejuk juga di sini nyaman jadi betah.

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: Sudah puas.

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: Dari segi penunjukan tata ruang terus ada toilet mushola juga jadi puas.

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: Harapan ke depannya tempat ini ya tetap dijaga aja sih. Jangan sampai ada coret-coretan seperti itu.

RESPONDEN 6

1. Ibu namanya siapa?

Jawab: Bu Bella.

2. Aslinya mana?

Jawab: Bogor.

3. Apa yang bikin anda tertarik ke lawang sewu ?

Jawab: Karena bersejarah gitu. Saya juga pengen ngenalin ke anak saya. Saya masih TK jadi dia biar yang punya memori tentang jalan.

4. Awalnya tahu di sini tahu tempat ini dari siapa?

Jawab: cukup terkenal ya ikonnya Kota Semarang. Jadi ya salah satu tujuan saya ke wisata di Semarang.

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: Kesan pertama bangunannya sangat megah dan kokoh untuk bangunan yang udah tua masih sangat terawat dan yang saya salut nih walaupun didalam enggak ada kipas angin atau AC tapi rasanya adem gitu.

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: nyaman

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: Puas ya.

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: Saya tadi apa beli tiket terus masuknya ternyata discan gitu canggih gitu. beda sama tempat tempat wisata yang tiketnya masih manual terus disobek-sobek gitu.

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: Saya belum kelilingin semuanya. Jadi baru lihat-lihat gitu. Ini udah tempat yang bagus, semoga bisa ngasih pengalaman yang ada sentuhan lebih, sepertinya belum ada teknologi yang lebih baru gitu, dulu kan liatnya dari diorama atau foto, mungkin kalo misalkan ada jadwal film documenter yang dijadwalkan itu lebih bagus.

RESPONDEN 7

1. Ibu namanya siapa?

Jawab: Siti Rohmah

2. Asli mana?

Jawab: Banyuwangi

3. Apa yang membuat Anda tertarik ke lawang sewu?

Jawab: Satu bangunannya, yang kedua, sejarahnya,

4. Awalnya ke sini tahu dari siapa?

Jawab: Dulunya dari internet.

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: Satu bangunannya luar biasa, dua banyak peninggalan sejarah

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: nyaman cuma kalo cuacanya sih terasa panas

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: Cukup puas

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: Misal belum tau ada *tour guidenya*

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: Tempat istirahat sebenarnya, diperbanyak di tempat-tempat teduh, kan kebanyakan tempat panas kalo berkunjung siang, jadi kurang pas sebenarnya

RESPONDEN 8

1. Namanya siapa?

Jawab: Anam.

2. Aslinya mana?

Jawab: Surabaya.

3. Apa yang bikin anda tertarik ke lawang sewu ?

Jawab: Karena tempat ini dulunya salah satu peninggalan Belanda.

4. Awalnya tahu di sini tahu tempat ini dari siapa?

Jawab: dari teman-teman, terus dulu pernah kesini juga.

5. Bagaimana kesan pertama saat kesini?

Jawab: bagus, megah. Cuma sayangnya di lantai dua ada area yang ditutup.

6. Apa anda merasa nyaman saat disini?

Jawab: nyaman, tapi lumayan panas

7. Apa anda sudah puas dengan fasilitas disini?

Jawab: kalo buat sekarang udah cukup puas

8. Apa yang membuat Anda merasa puas dengan fasilitas di sini apa saja?

Jawab: tempatnya luas, sama sekarang sudah ada yang jual makanan

9. Apa harapan kedepannya untuk lawang sewu?

Jawab: menurut saya sudah cukup, kalau bisa ditingkatkan aja lagi penghijauannya, kayaknya masih kurang. Soalnya dulu kan sempat ada pohon besar di tengah-tengah, tapi sekarang sudah ngga ada.



PT KERETA API PARIWISATA
Jakarta, 11 April 2023

FORMULIR PERMOHONAN INFORMASI

No. Pendaftaran*: 05/KIP/HUMAS/PPID-KAIWISATA/IV/2023

Nama : MUHAMMAD HAFIDZ A.K.G.
Alamat : MAHASISWA UIN WALISONGO SEMARANG
Nomor Telepon/E-mail : 085870703060
Rincian informasi yang dibutuhkan : Penelitian (Wawancara) Museum Lawang Sewu

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Bagaimana Praktek Manajemen Pengelolaan tempat wisata di Lawang Sewu?

Jawaban:

Lawang Sewu adalah Aset Milik PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang merupakan salah satu Bangunan Cagar Budaya yang ditetapkan sebagai Benda Cagar Budaya Situs atau Kawasan Cagar Budaya yang dilindungi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1992 ditetapkan oleh Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM.57/PW.007/MKP/2010 tanggal 22 Juni 2010. Selanjutnya dalam pengelolaan Museum Lawang Sewu (Historic Building Lawang Sewu) PT Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan dan menugaskan ke PT Kereta Api Pariwisata sebagai anak perusahaannya. Dalam pengelolaan museum berbagai kegiatan-kegiatan dilakukan baik dalam perawatan, perizinan, promosi, event/pameran dan pemasaran serta menambah fasilitas-fasilitas pelayanan dalam menarik para pengunjung yang datang ke Museum.

2. Langkah apa yang dilakukan oleh pihak pengelola dalam penerapan pemasaran dan promosi pariwisata lawang sewu?

Jawaban:

Langkah-langkah yang dilakukan adalah meningkatkan fasilitas-fasilitas pelayanan, meningkatkan pemasaran, promosi dan kegiatan event/pameran dan kegiatan lainnya serta pemberian informasi-informasi pelayanan dan pemasaran serta promosi melalui media cetak maupun elektronik, medsos dan media lainnya.

3. Bagaimana upaya pengembangan sarana dan prasarana pariwisata lawang sewu sebagai pendukung dalam pengembangan potensi wisata?

Jawaban:

Upaya yang dilakukan dengan melakukan pemugaran, perbaikan dan perawatan bangunan museum serta menambah dan meningkatkan fasilitas-fasilitas pelayanan di museum lawang sewu.

4. Adakah pengawasan yang dilakukan oleh pengelola wisata lawang sewu? Dan bagaimana mekanisme pengawasan yang dilakukan oleh pengelola wisata lawang sewu?

Jawaban:

Mekanisme Pengawasan dilakukan berdasarkan Peraturan dan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku di Perusahaan.

5. Bagaimana mekanisme menangani persoalan yang terjadi di lawang sewu?

Jawaban:

Mempelajari, mengetahui dan memahami permasalahan yang terjadi, mencari penyebab permasalahan yang timbul dan menyelesaikan permasalahan yang timbul dengan Teknik dan strategi serta cara yang mana masalah tadi dapat terselesaikan dengan berfikir yang positif, logis dan tidak emosional.

6. Apa saja faktor pendukung proses manajemen pengelolaan wisata lawang sewu?

Jawaban:

Faktor Pendukung proses manajemen pengelolaan wisata lawang sewu adalah: fasilitas pelayanan dan fasilitas kebutuhan dalam peningkatan pengelolaan di museum lawang sewu serta fasilitas-fasilitas lainnya.

7. Bagaimana upaya yang dilakukan pengelola wisata lawang sewu dalam pemeliharaan objek wisata?

Jawaban:

Upaya yang dilakukan dengan melakukan perawatan dan perbaikan secara harian maupun secara berkala.

8. Apa saja kebijakan yang ditetapkan oleh pihak lawang sewu dalam rangka pengembangan SDM sebagai upaya untuk mendukung pengelolaan tempat wisata?

Jawaban:

Kebijakan yang dilakukan adalah melakukan kegiatan-kegiatan pelatihan dan seminar.

Keterangan lebih lanjut silahkan menghubungi Humas KAI Wisata: M Ilud Siregar (HP 082165738811)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Muhammad Hafidz
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 2 September 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Jalan Candi Penataran Utara Raya Rt. 06 Rw. XII
Kalipancur Ngaliyan Semarang
Agama : Islam
Kewarganegaraan : WNI
e-mail : hafidzashshidiqie2309@gmail.com
Riwayat Pendidikan : 1. SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang.
2. SMP Ponpes Selamat Kendal
3. SMA Islam Sultan Agung 1 Semarang

DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, Suprpto, N., Ernawati, Amelya, D., Guntarayana, I., Setiawan, R., Sardjan, B., Dewijanti, Indra, I., Dano, D., Nurdiansyah, Permatasari, O., Zain, D., & Afniyeni. (2023). MANAJEMEN : Prinsip Dasar Memahami Ilmu Manajemen GET PRESS INDONESIA (Issue August)
- Al Farisi, M. S. (2022). Konsep Pariwisata Halal Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 84.
- Anton Priyo Nugroho. (2022). (PDF) Metode Pengumpulan Data. In 2022.
- Auliandri, T. A. (2017). Analisa Aktivitas Manajemen Strategi pada Industri Pariwisata Berbasis Digital. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(1), 10–17.
- Bramana, S. R. (2018). Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Pariwisata Alam di Kabupaten Jombang. *Ilmu Administrasi Negara*, 1–7.
- Bukit, B., Malusa, T., & Rahmat, A. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia. Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi (Vol. 15, Issue 2).
- Cheriatna, 2018. *Laris Manis Bisnis Wisata Halal*. Gema Insani Press: Yogyakarta
- Firman. (2013). Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gusandra Saragih, M., & Mesra, M. (2021). KAJIAN DASAR PARIWISATA Management View project ILL IN13 upgrade View project.
- Hadisaputra, P. (n.d.). PENELITIAN KUALITATIF The Responses of Religions Outside of Islam toward the Ecological Crisis: A Literature Review View project.
- Hikmah dan Nurdin. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata Di Kota Makassar. *Jurnal Competitiveness*, 7(2), 203–211.

- Ihsan, R., Deddy, S., Ariza, Q., Achmad, & Fitrianto., R. (2019). Studi Komparatif Pariwisata Halal dan Pariwisata Berkelanjutan (Suatu Kajian Pemikiran Ekonomi Islam Tentang Pariwisata). *Proceeding Semnas Pariwisata*, November 2019, 97–106.
- Iswanto, Y. (2019). *Konsep Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*.
- Johandri Taufan, Ardisal, Damri, & Arise. (2018). *Jurnal Pendidikan Kebutuhan Khusus. Pelaksanaan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Adaptif Bagi Anak Dengan Hambatan Fisik Dan Motorik*, 2(2003), 19–24.
- Khasanah, R. (2021). Analisis Implementasi Wisata Halal Dalam Prespektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921.
- Kusnendi. (2018). Pengertian dan Konsep Dasar Sumber Daya. Modul 1Pkop4419/, 1–47.
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 1–12.
- Muhajirin, M. (2018). Pariwisata Dalam Tinjauan Ekonomi Syariah. *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 6(01),
- Muhammad., D. (2017). Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia. *Pariwisata Halal*, 45–135, 238.
- Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 275.
- Qital, S. Al, Sunarya, S. L., & Rusydiana, A. S. (2022). Manajemen Pariwisata Halal. In *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy (Vol. 2, Issue 2)*.

- Rahmad. 2014. *Manajemen Strategik*, CV Pustaka Setia: Bandung
- Rasyad Al Fajar, M., & Ifantri, I. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(1), 77–95.
- Riadhussyah, M. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Wisata Halal dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 8(1), 1–13.
- Saleh, M., Kamaruzzaman, K., & Desky, H. (2022). Pengembangan Wisata Islami: Strategi Pemasaran Wisata Halal di Bumi Syariah. *Owner*, 6(2), 1221–1238.
- Samsuduha, S. (2020). Wisata Halal Sebagai Implementasi Konsep Ekonomi Syariah. *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 1(1), 20.
- Subarkah, A. R. (2018). Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat. *Intermestic: Journal of International Studies*, 2(2), 188.
- Sukirman, D., & Zulkarnaen, W. (2022). Manajemen Pariwisata Halal Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 36–47.
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia 1. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 952–962.
- Talib, D. (2021). Analisis Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Destinasi Wisata. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 3(1), 12.
- Tjiptadi, M. (2008). Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran. Modul 1, 1–41.
- Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Wati, E. (2019). Konsep Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia. 1–51