

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA TERHADAP TINGKAT
PENDAPATAN PELAKU BISNIS MUSLIM DI KAWASAN WISATA PANTAI
BONDO KABUPATEN JEPARA.**

SKRIPSI

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam*



Disusun Oleh :

Siska Mu'azizah

NIM.1705026017

EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UINVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO SEMARANG

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi
An. Sdri Siska Muazizah

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

Assalamualaikum Wr.WB.

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

Nama : Siska Muazizah

NIM : 1705026017

Judul : Strategi Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Bsnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



H. Hasyim Syarbani,MM

NIP.19570913 198203 1 002

Pembimbing II



Fajar Adhitiya,S.Pd.,M.M

NIP. 19891009 201503 1 003

Pembimbing II

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Siska Muazizah
NIM : 1705026017
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA TERHADAP
TINGKAT PENDAPATAN PELAKU USAHA BISNIS MUSLIM DIKAWASAN
WISATA PANTAI BONDOWONEGARA KABUPATEN JEPARA

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 03 Februari 2021 dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumload/baik/cukup serta dapat diterima untuk pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 03 Februari 2021

Ketua Sidang

Choirul Huda, M.Ag

NIP. 19690120 199403 1 004

Sekretaris Sidang

Fajar Adhitya, S.Pd.MM

NIP. 19891009 201503 1 003

Penguji Utama I

H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag

NIP. 19670119 199803 1 002

Penguji Utama II

Dessy Noor Farida, S.E. M.Si. AK CA

NIP. 19791112 201503 2 002

Pembimbing I

Drs. Hasyim Syarbani, M.Ag

NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II

Fajar Adhitya, S.Pd.MM

NIP. 19891009 201503 1 003



MOTTO

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِمَنَّا كُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَنَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا
وَتَرَى الْفُلُكَ مَوَاحِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ وَلِعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya : *Dan Dialah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan) darinya, dan (dari lautan itu) kamu mengeluarkan perhiasan yang kamu pakai; kamu (juga) melihat perahu berlayar padanya, dan agar kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur. (Q.S An Nahl: 14)*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sholikin dan Ibu Jumiaturun yang selalu memberikan doa,dukungan,semangat, kasih sayang, yang menunjang segala kebutuhan baik materi maupun moriil, memberikan cinta kasih yang tulus dalam hidup saya khususnya dalam menyelesaikan pendidikan serta dalam menyusun skripsi ini.
2. Keluarga Besar Noken yang sudah memberikan dukungan,semangat, cinta kasih yang tulus serta selalu mendoakan saya agar tercapai segala cita cita saya, khususnya dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Bapak Ibu guru dan Bapak Ibu Dosen yang mencurahkan segala tenaga dan fikiran untuk mendidik,membimbing serta memberikan segala ilmu yang beliau miliki untuk anak didiknya.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siska Muazizah

NIM : 1705026017

Jurusan : Ekonomi Islam.

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam.

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Bisnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri, dan didalamnya tidak terdapat hasil karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 21 Desember 2020



Siska Muazizah

NIM 1705026017

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan suatu pengalihan antara jenis huruf ke jenis huruf lainnya. Pada umumnya terdapat banyak istilah Arab dalam skripsi, baik berupa nama orang, jenis buku, nama lembaga dan berbagai istilah lainnya yang tertulis menggunakan huruf Arab dan kemudian diterjemahkan dengan huruf latin. Oleh karena itu, dalam skripsi ini diperlukan adanya Transliterasi yang menjadikan hal penting dalam penulisan. Untuk menjamin konsistensi tersebut ditetapkan suatu pedoman transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء	'	ز	z	ق	q
ب	b	س	s	ك	k
ت	t	ش	sy	ل	l
ث	ts	ص	sh	م	m
ج	j	ض	dl	ن	n
ح	h	ط	th	و	w
خ	kh	ظ	zh	ه	h
د	d	ع	'	ي	y
ذ	dz	غ	gh		
ر	r	ف	f		

B. Vokal

- َ = a
- ِ = i
- ُ = u

C. Diftong

اِي = ay

او = aw

D. Syaddah (ّ-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطّب *al-thibb*.

E. Kata Sandang (.....ال)

Kata Sandang (.....ال) ditulis dengan *al*-.....misalnya الصّناعه = *alshina'ah*. *Al*- ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta Marbutah' (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = *alma'isyah al-thabi'iyah*

KATA PENGANTAR.

Alhamdulillah rabbil'alamin, Penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Bisnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara” tanpa halangan yang berarti.

Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita nabi agung Muhammad SAW, beserta para keluarga dan sahabatnya. Yang kita nanti nantikan syafaatnya di *yaumul akhir*.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis hendak menghaturkan ungkapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, Prof.Dr Imam Taufiq,M.Ag
2. Dr. Muhammad Saifullah,M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid,M.Ag selaku Kepala Prodi Ekonomi Islam dan Nuruddin,SE,MM, selaku sekretaris prodi Ekonomi Islam yang telah memberikan pengarahan dan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs H. Hasyim Syarbani,MM dan Fajar Adhitiya,S.Pd,MM, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu,tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Pemerintah Desa Bondo dan Pengelola Objek Pantai Bondo yang telah memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian di objek wisata pantai tersebut.
7. Kedua orang tua penulis Bapak Sholikin dan Ibu Jumiaturun yang tak henti-hentinya mencurahkan doa serta kasih sayang yang tulus kepada penulis untuk menggapai cita-cita, pengorbanan dan jerih payahmu baik dari segi moriil dan materil yang telah tampak di depan mata. Dan tidak lupa adikku Nabil Dwi Afifudin, kakek Noken dan nenek Sulasmi yang selalu memberikan motivasi dalam hidup penulis

8. Teman hidup dan teman perjuangan Nur Khafad Baihaqi, yang telah memberikan semangat, doa, motivasi dan selalu mendukung kegiatan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.
9. Keluarga besar Ekonomi Islam angkatan 2017 yang memberikan warna dalam kehidupan semasa perkuliahan yang memberikan arti indah nya persahabatan dan perjuangan.
10. Sedulur-sedulur Keluarga Mahasiswa Jepara Semarang, HMJ Ekonomi Islam Tahun 2019, Keluarga JQH UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan pengalaman, arti kelayalan dan kebersamaan dalam berorganisasi.
11. Team Splendid Ngaliyan (Mbak devi, Mbak lia, Mbak Najul, Mbak Hikmah, Mbak Mega, Mbak tiya, Jojo, Mila dan Eva) yang telah memberikan dukungan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
12. Sahabat-sahabatku (Jihan Pratiwi, Sausan Putri Ayu, Dwi Nila Amali, Rahmawati Kusumastuti, Ameliani Nurul W, Sifa Izzatin Ni'mah, Vevi Ariyanti Lubis, Rona Roikhana, Cicik Safitri dan Fenny Nur Syaputri) yang telah banyak mendengarkan keluh kesahku dalam penyusunan skripsi ini dan memberikan semangat serta motivasi.
13. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Semarang, 22 Desember 2020
Penulis



Siska Muazizah
NIM 1705026017

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Bisnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara.

Pantai Bondo merupakan salah satu pantai yang berada di Kabupaten Jepara, yang merupakan suatu objek wisata Pantai yang baru dibuka pada awal tahun 2014. Pantai ini memiliki karakteristik pantai yang sangat indah pemandangannya, berpasir putih dan jarang terkena abrasi. Selain itu pantai ini memiliki ciri khas dan daya tarik wisata diantaranya ialah adanya wisata trilogi atau wisata religi, dan juga wisata kulinernya yang terkenal yakni pindang serani. Melihat potensi yang ada ini, pemerintah daerah dan juga masyarakat melakukan pengembangan-pengembangan terhadap objek wisata pantai bondo melalui strategi promosi. Setelah terjadi pengembangan terhadap objek wisata pantai bondo ini maka mulai tumbuh usaha-usaha baru dengan melihat perkembangan yang ada dan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Sehingga hal tersebut dapat menaikkan jumlah pendapatan para pengusaha bisnis muslim.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana strategi pariwisata yang dikembangkan dalam meningkatkan jumlah pendapatan pelaku usaha bisnis muslim serta dampak yang ditimbulkan dari pengembangan pariwisata terhadap tingkat pendapatan pelaku bisnis muslim tersebut. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi objek penelitian dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh pengelola pantai bondo masih terbelang stagnan, yakni menggunakan strategi pemasaran promosi melalui media sosial. Komponen Pengembangan pariwisata ini terdiri dari event, promosi dan pemasaran wisata, pelayanan wisata, dan fasilitas yang ada di objek wisata. Dampak yang signifikan dirasakan oleh masyarakat yang berada di sekitar objek wisata Pantai Bondo, dimana dengan adanya pembukaan dan pengembangan objek wisata Pantai Bondo dapat menciptakan peluang usaha baru serta dapat menyerap tenaga kerja yang berada di sekitar Pantai Bondo. Selain itu, dengan adanya pengembangan objek Wisata Pantai Bondo dapat meningkatkan pendapatan para pengusaha bisnis muslim, sehingga dari pendapatan tersebut dapat meningkatkan taraf hidup keluarga.

Keywords : Strategi Pengembangan Pariwisata, Pariwisata, Tingkat Pendapatan

ABSTRACT

Tourism Development Strategy for the Income Level of Muslim Business Actors in the Bondo Beach Tourism Area, Jepara Regency.

Bondo Beach is one of the beaches in Jepara Regency, which is a tourist attraction. This beach just opened in early 2014. This beach has the characteristics of a very beautiful beach, white sand and rarely exposed to absorption. In addition, this beach has characteristics and tourist attractions, including trilogy or religious tourism, as well as the famous culinary tour, namely Pindang Serani. Seeing this existing potential, the local government and also the community are carrying out developments on Bondo beach tourism objects through promotional strategies. After the development of this Bondo beach tourism object, new businesses began to grow by looking at existing developments and those needed by tourists. So that it can increase the amount of income of Muslim business entrepreneurs.

This study aims to examine how tourism strategies are developed in increasing the amount of income of Muslim businessmen and the impact of tourism development on the income levels of these Muslim business actors. This research is descriptive qualitative. Sources of data used are primary data sources and secondary data sources with data collection methods through interviews, observation of research objects and documentation.

The results of the research show that the strategy used by the bondo beach managers is still fairly stagnant, namely using promotional marketing strategies through social media. This tourism development component consists of events, tourism promotion and marketing, tourism services, and existing facilities for tourism objects. A significant impact is felt by the people living around Bondo Beach attractions, where the opening and development of Bondo Beach attractions can create new business opportunities and can absorb workers around Bondo Beach. In addition, with the development of the Bondo Beach Tourism object, it can increase the income of Muslim business entrepreneurs, so that from this income it can improve the standard of living of the family.

Keywords : Tourism Development Strategy , Tourism, Income Level

DAFTAR ISI

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PELAKU BISNIS MUSLIM DI KAWASAN WISATA PANTAI BONDO KABUPATEN JEPARA.	I
SKRIPSI	I
PERSETUJUAN PEMBIMBING	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
MOTTO.....	IV
PERSEMBAHAN	V
DEKLARASI.....	VI
PEDOMAN TRANSLITERASI	VII
KATA PENGANTAR.....	IX
ABSTRAK.....	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL	XV
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.	7
D. Tinjauan Pustaka.	8
E. Metode Penelitian	14
F. Sistematika Penulisan.	14
BAB II.....	16
A. Strategi Pengembangan Pariwisata.	16
1. Strategi.....	16
2. Pengembangan Pariwisata.....	16
3. Pariwisata dan Jenis Pariwisata	22
4. Bentuk Usaha Pariwisata.	27
B. Manajemen Strategi	30
1. Manajemen Strategi Pemasaran Islam	31
2. Manajemen Pemasaran Total Nilai Pelanggan (TCV) dan Total Biaya Pelanggan (TCC).....	33
C. Teori Tingkat Pendapatan.	37

1. Jenis dan Golongan Pendapatan.....	38
BAB III.....	41
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Gambaran Umum Kabupaten Jepara	41
1. Sejarah Kabupaten Jepara.	41
2. Visi dan Misi Kabupaten Jepara.	44
3. Letak Geografis Kabupaten Jepara.	44
C. Gambaran Umum Pantai Bondo	45
1. Sejarah Umum Pantai Bondo.....	45
2. Fasilitas Yang Ada di Pantai Bondo Kabupaten Jepara	46
D. Waktu dan Tempat Penelitian	47
E. Alat Penelitian.	47
F. Teknik Pengambilan Data	47
G. Prosedur Penelitian.	48
1. Tahap Observasi.....	48
2. Dokumentasi.....	48
3. Analisis Data.....	48
BAB IV.....	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
BAB V.....	64
PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68
Lampiran I	68
Lampiran II	71
Lampiran IV	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan Pantai Bondo.....	5
Tabel 2 Data Cafe dan Restaurant Pantai Bondo.....	56
Tabel 3 Data Jumlah Usaha Penginapan dan Homestay Pantai Bondo.....	56
Tabel 4 Jenis Usaha di Sekitar Objek Wisata Pantai Bondo.....	57
Tabel 5 Pendapatan Para Pelaku Bisnis Muslim Sebelum dan Sesudah Adanya Pengembangan Pariwisata di Ojek Wisata Pantai Bondo.....	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendapatan daerah merupakan salah satu unsur penting dalam pendapatan nasional dan merupakan suatu bagian yang paling mendasar yang tidak dapat dipisahkan dari prinsip otonomi daerah. Untuk mendukung penyelenggaraan otonomi daerah tersebut dibutuhkan kewenangan yang luas, nyata, dan bertanggung jawab di tiap-tiap daerah tersebut. Sebagai tindak lanjut penyelenggaraan otonomi daerah dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah yang merupakan kebijakan yang lahir dalam rangka menjawab dan memenuhi tuntutan reformasi dan semangat pembaharuan tentang demokratisasi antara hubungan pusat dan daerah serta upaya pemberdayaan daerah.¹

Dengan adanya otonomi daerah, setiap daerah dapat menggali potensi yang bisa dikembangkan, sehingga perkembangan masing-masing daerah dapat meningkat pesat. Didalam otonomi daerah terdapat berbagai sektor yang dapat dikembangkan, diantaranya adalah: sektor perdagangan, sektor jasa, sektor pertanian, sektor pariwisata dan lain sebagainya. Akan tetapi peneliti lebih tertarik dari salah satu sektor tersebut yaitu sektor pariwisata, karena Kabupaten Jepara memiliki potensi sektor pariwisata yang besar untuk dikembangkan yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan daerah.

Negara Indonesia yang kita kenal merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki potensi wisata yang beragam, baik wisata alam maupun wisata budaya, karena Indonesia memiliki ragam ras, adat istiadat dan budaya, dan karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam dan satwa.

Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dan didukung oleh berbagai sumber daya alam yang dapat diolah dan dimanfaatkan. Selain itu, Indonesia juga kaya akan seni budaya daerah, adat istiadat, dan peninggalan sejarah, yang juga mempesona adalah keindahan panorama alamnya yang berpotensi untuk

¹ Undang Undang No 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah.

dikembangkan sepenuhnya. Oleh karena itu, pariwisata dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan negara.

Indonesia memiliki banyak potensi sumber daya alam yang belum dimanfaatkan secara maksimal, seperti pada bidang pariwisata. Mengembangkan pariwisata untuk mendukung terwujudnya tujuan pembangunan dan meningkatkan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara, serta tujuan yang tidak dapat dilupakan terkait dengan pemberian pendapatan berupa pendapatan bagi lembaga lokal dan nasional, pengembangan taraf hidup masyarakat, serta perlindungan dan pelestarian budaya dan alam. Untuk itu perlu dikembangkan produk atau jasa yang berkaitan dengan pariwisata. Banyaknya manfaat menjadikan pariwisata sebagai salah satu hal yang perlu diperhatikan agar manfaat tersebut dapat memberikan dampak positif yang sebesar-besarnya bagi seluruh peserta perjalanan dan pendukungnya.

Banyak objek wisata yang ada di Indonesia yang sudah terkenal tidak hanya di dalam negeri maupun ke luar negeri. Oleh sebab itu pengembangan pariwisata di Indonesia dilakukan di seluruh wilayah Indonesia dan dengan adanya pengembangan pariwisata dibentuklah Departemen Kebudayaan dan Pariwisata di tingkat nasional dan Dinas Kebudayaan serta Pariwisata Daerah di tingkat daerah. Dengan adanya Departemen Kebudayaan dan Pariwisata ini diharapkan mampu mengelola sumber daya alam untuk dikembangkan yang berpotensi menjadi pariwisata unggul yang dapat meningkatkan pendapatan suatu daerah terutama yang berdampak pada sektor industri ekonomi.

Indonesia sendiri merupakan salah satu dari banyak negara di dunia yang memiliki banyak sumber daya alam yang melimpah ruah dan pariwisata terbaik didunia. Pada era pemerintahan presiden Joko Widodo beliau mengarahkan fokus pengembangan pariwisata pada sumber daya maritim termasuk kelautan, baik dari sumber daya laut yang sangat melimpah hasilnya dan juga pengembangan sektor pariwisata alam sebagai daya tarik dunia terhadap indonesia².

Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi yang begitu besar untuk perkembangan sumber daya pada sektor pariwisata sehingga mampu meningkatkan

² Rangga Restu Prayogo, S.AB.,M.Si *Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif Pemasaran* (Bandung :Bitread Publishing;2018) hl.v

perekonomian negara dan masyarakat lokal yang ada disekitar industri pariwisata untuk mampu mandiri didalam perekonomiannya.³

Pariwisata menurut UU No 10 tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah . Sedangkan wisata menurut UU No 10 tahun 2009 adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara⁴

Istilah pariwisata ini sangat populer di semua kalangan untuk dinikmati, pariwisata sendiri merupakan salah satu kebutuhan manusia modern. Dan dengan adanya perkembangan teknologi serta informasi memberikan kemudahan bagi semua kalangan untuk bisa mencari dan mengakses berbagai tempat yang akan dikunjungi, namun biasanya sebelum menentukan tujuan wisata yang akan dikunjungi, wisatawan terlebih dahulu akan mencari referensi mengenai objek wisata yang akan menjadi tujuan dalam melakukan sebuah perjalanan melalui teknologi informasi yang sangat canggih dan tersedia sehingga mudah untuk di akses.

Salah satu strategi pengembangan wisata ini dapat diakses melalui internet dengan cara meningkatkan media promosi seperti pembuatan akun media sosial instagram,twitter,bahkan facebook. Hal ini agar dapat menarik wisatawan untuk datang dan berkunjung ulang ke daerah wisata pantai bondo.

Dari segi wawasan masyarakat secara umum tentang konsep pariwisata masih sangat kurang, baik pemahaman mengenai persepsi dan sikap masyarakat terhadap industri pariwisata. Banyak dari masyarakat indonesia berpandangan bahwa pariwisata hanya tentang objek wisata yang berada disekitar masyarakat saja dan masih minim pengetahuan tentang bagaimana mengembangkan pariwisata sebagai sumber pendapatan masyarakat.⁵

Dengan wawasan dan pengetahuan yang cakap maka masyarakat dapat turut serta meningkatkan daya tarik dari wisata pantai bondo hal ini bisa didapatkan dengan

³ Ibid

⁴ Undang Undang No 10 tahun 2009 yang mengatur tentang Pariwisata

⁵ Rangga Restu Prayogo, S.AB.,M.Si *Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif Pemasaran* (Bandung :Bitread Publishing;2018 hl.1

cara membuat pelatihan dan sosialisasi kelompok sadar wisata. Yang hasilnya nanti dapat meningkatkan mutu dan kualitas baik dari segi sumber daya manusia maupun sumber daya alam.

Selain strategi pengembangan pariwisata diatas strategi yang dapat digunakan ialah mengadakan event atau pertunjukan atraksi yang khas sesuai dengan kearifan lokal yang ada di daerah bondo hal tersebut dapat menambah jumlah wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Pariwisata merupakan industri global yang bisa menghidupkan perekonomian suatu wilayah. Pada umumnya, sektor pariwisata memainkan peran secara ekonomis dan berpengaruh sebagai sumber pendapatan dan penghasilan bagi penduduk lokal yang menetap di suatu daerah tertentu yang berpotensi menjadi sumber pariwisata.

Selain dapat meningkatkan sumber pendapatan dan penghasilan bagi penduduk lokal penulis ingin mengetahui sejauh mana pengaruh tingkat pendapatan tersebut terhadap pelaku bisnis terutama pelaku bisnis muslim. Karna tidak dapat dipungkiri bahwa setiap tempat atau objek wisata pasti banyak sekali pelaku bisnis. Seperti penjual oleh oleh khas suatu daerah wisata, restoran bahkan villa sehingga para pengunjung akan merasa nyaman ketika berwisata karena merasa terfasilitasi.

Jepara merupakan sebuah kabupaten diprovinsi jawa tengah yang ibu kotanya berada di kota jepara. Kabupaten jepara ini berbatasan dengan laut jawa di barat dan di utara. Kabupaten Jepara terletak di Pantura Timur Jawa Tengah yang bagian barat dan utaranya dibatasi oleh laut. Bagian timur wilayah kabupaten ini merupakan daerah pegunungan.⁶

Wilayah Kabupaten Jepara juga meliputi Kepulauan Karimunjawa, yakni gugusan pulau-pulau di Laut Jawa. Dua pulau terbesarnya adalah Pulau Karimunjawa dan Pulau Kemujan. Kabupaten jepara sendiri selain terkenal dengan kota ukirnya juga terkenal dengan pantai pantainya yang berpasir putih. Sehingga kabupaten jepara ini memiliki potensi pariwisata yang baik untuk dikembangkan. Terutama potensi pariwisata pantai

Potensi wisata pantai di kabupaten jepara, salah satunya terdapat di desa bondo kecamatan bangsri, yakni pantai bondo yang terletak kurang lebih 17 km dari pusat kota jepara, pantai sepanjang 2 km ini memiliki keindahan alam yang sangat

⁶ jepara.go.id diakses pada tanggal 30 Maret 2020 pukul 10.42 WIB

mempesona, dengan pasir putih dan gugusan pohon pandan di tepian pantainya menjadi ciri khas tersendiri bagi pantai bondo. Selain pantai bondo didesa bondo juga memiliki satu pantai lagi yang terkenal dengan nama pantai ombak mati. Pantai ombak mati sendiri berjarak 1 km dari pantai bondo.

Tabel 1
Data Kunjungan Wisatawan Pantai Bondo

TAHUN	WISMAN	WISNUS	JUMLAH
2016	0	12.015	12.015
2017	281	85.164	85.445
2018	347	117.002	117.349

Sumber : ticjepara.com

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa potensi kunjungan dari tahun ketahun meningkat secara signifikan. Lonjakan pengunjung terjadi di tahun 2018 dengan kenaikan hampir 40%. Dengan melihat data tersebut menunjukkan potensi pariwisata yang sangat tinggi dengan ditandai adanya arus kunjungan wisatawan setiap tahunnya, dan hal ini akan menjadi peluang besar bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Pantai Bondo memiliki potensi namun belum dpaat berkembang sesuai potensi yang dimilikinya.

Pantai bondo ini termasuk wisata pantai yang tergolong baru yang peresmiannya dibuka sekitar awal tahun 2014 sebagai wisata pantai umum yang dikelola oleh POKMAWAS (Kelompok Masyarakat Pengawas). Berbagai keindahan alam disajikan lengkap di pantai ini seperti pasir putih dan juga indahnya pemandangan sore hari yang menyajikan pemandangan matahari tenggelam (Sunset)..Akan tetapi belum banyaknya masyarakat yang mengetahui keindahan alam pantai bondo menyebabkan objek wisata pantai ini ini belum dijadikan pilihan untuk berlibur.

Selain keindahan alamnya para pengunjung juga dapat menikmati kuliner masakan laut yang khas di daerah pantai wisata Bondo ini. hal ini karena menjadi ciri khas dan juga bisa menjadi daya tarik saing tersendiri. Selain dapat menikmati keindahan alamnya juga dapat menikmati kuliner yang tak kalah menggiurkan.

Sektor pariwisata pantai ini sangat dimungkinkan karena ketersediaan berbagai potensi wisata daerah yang ada dengan adanya dukungan pemerintah daerah

dalam bentuk regulasi, pariwisata itu bersifat dinamis dimana suatu saat akan muncul titik kejenuhan atau puncak kebosanan bagi wisatawan untuk menikmati kondisi yang sudah ada, dan hal tersebut akan sangat berpengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan ke suatu objek wisata yang pastinya berdampak langsung pada pendapatan para pelaku usaha di sekitar kawasan wisata tersebut.

Rata rata pengunjung di Pantai Bondo setiap hari bisa mencapai 300 pengunjung baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Dan dalam satu bulan bisa mencapai kurang lebih 10.000 pengunjung sedangkan pada hari besar seperti hari raya kupatan ataupun hari raya idul adha dan juga perayaan tahun baru pengunjung di Pantai Bondo ini akan melonjak naik bisa mencapai 1.500 wisatawan. Hal ini dapat dilihat bahwa Pantai Bondo ini memiliki potensi ekonomi yang sangat tinggi bagi para pelaku bisnis. Karna hal tersebut sangat menjanjikan.

Meskipun pantai bondo memiliki daya tarik tersendiri, maka perlu ditingkatkan potensi wisata alam dan perlu kembangkan dalam sektor kepariwisataan yang diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar khususnya Desa Bondo. Potensi pariwisata ini berperan dalam mengembangkan ekonomi lokal, seperti halnya dengan kawasan wisata pantai Bondo yang diharapkan dengan adanya pariwisata pantai ini dapat meningkatkan aktivitas perekonomian suatu daerah yang ditandai dengan adanya masyarakat yang berjualan atau berdagang, dengan hal ini dapat juga membuka lapangan pekerjaan dan dapat menciptakan pendapatan bagi penduduk.

Akan tetapi, pada kenyataannya untuk menarik minat para wisatawan sangatlah tidak mudah, permasalahan yang muncul ialah terkendalanya oleh promosi dan juga sistem pengembangan wisata di kawasan pantai. Pantai bondo sekarang ini sepi peminat tak seperti pada awal mula dibukanya wisata pantai tersebut.

Banyak hambatan dan kendala yang harus dihadapi terutama jika masyarakat sekitar objek wisata tidak mendukungnya. Disinilah pentingnya regulasi dan kesadaran pemerintah daerah terhadap pengembangan pariwisata. Industri pariwisata membutuhkan strategi dengan model pengembangan pariwisata yang terencana atau terstruktur agar potensinya dapat dikembangkan secara optimal. Dalam memajukan pariwisata di tingkat daerah, pemerintah daerah harus berperan mempromosikan dan lebih memberdayakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara untuk menentukan strategi pengembangan pariwisata.

Pada awal mula pembukaan wisata pantai bondo banyak sekali turis yang berdatangan baik dari dalam kota maupun dari luar kota itu sendiri. Salah satu peningkatan ekonomi bagi para pelaku usaha di pantai bondo ialah dengan adanya turis atau wisatawan. Jika semakin hari kian sepi pengunjung sudah bisa dipastikan para pelaku usaha dikawasan pantai bondo akan gulung tikar. Hal ini berdampak pada sektor perekonomian di desa tersebut. Atas dasar itu, penulis merasa perlu mengangkat tema penelitian yang berjudul “ **Strategi Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Bisnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara**” untuk diteliti dan dikaji lebih mendalam mengenai permasalahan permasalahan yang terjadi sehingga dapat memberikan solusi dan gambaran untuk kedepannya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Pariwisata yang dilakukan Dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Usaha Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat pendapatan pelaku usaha muslim melalui strategi pengembangan pariwisata.
2. Untuk mengetahui dampak pengembangan pariwisata terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha muslim.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti.

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan khasanah pengetahuan penulis mengenai strategi pengembangan pariwisata yang berdampak pada tingkat pendapatan pelaku bisnis muslim di kawasan wisata pantai bondo.

2. Bagi Pengelola Pantai Bondo

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta masukan dan juga tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan

dalam mengembangkan dan memajukan pariwisata jepara pada umumnya, khususnya pariwisata di pantai bondo dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar terutama yang menjadi pelaku bisnis.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan juga menambah khazanah pengetahuan bagi para akademisi.

4. Bagi Pembaca.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan serta studi literature dalam penelitian selanjutnya.

D. Tinjauan Pustaka.

Riset mengenai strategi pengembangan pariwisata terhadap tingkat pendapatan pelaku bisnis muslim dikawasan wisata pantai bondo ini tergolong cukup langka. Tinjauan pustaka ini memiliki tujuan untuk meneliti seberapa pengaruh kuatnya strategi pengembangan pariwisata terhadap tingkat pendapatan pelaku bisnis muslim di kawasan wisata pantai bondo. Sehubungan dengan pokok masalah yang diteliti maka perlu adanya beberapa refrensi baik berupa karya ilmiah dalam bentuk skripsi,jurnal,buku, naskah publikasi dan lain sebagainya. Berikut beberapa refrensi atau rujukan dalam berbagai bentuk karya ilmiah :

1. Skripsi Dewi Kusuma Sari (2011) yang berjudul “Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang”⁷, Objek wisata Pantai Sigandu di Kabupaten Batang memiliki potensi pengembangan yang sangat besar. Namun kenyamanan menuju ke lokasi wisata tersebut masih belum dapat mendukung potensi yang tinggi tersebut, karena jumlah dan frekuensi angkutan umum menuju destinasi wisata Pantai Sigandu sangat rendah, dan pengembangan obyek wisata Pantai Sigandu belum maksimal. .

Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisatawan di Pantai Sigandu, mengestimasi nilai ekonomi yang diperoleh wisatawan di Pantai Sigandu, dan mengetahui strategi pengembangan Pantai Sigandu.

⁷ Dewi Kusuma Sari, *Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang*,2011

Untuk metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer menggunakan metode purposive sampling. Untuk data sekunder, metode dokumentasi pihak terkait telah digunakan. Penelitian ini mengambil sampel 100 orang yang diwawancarai dan 10 tokoh kunci yang diwawancarai. Metode kuantitatif yang digunakan adalah metode biaya perjalanan, yang menggunakan peralatan ekonometrika Eviews 4.1 untuk pengolahannya, kemudian menggunakan metode surplus konsumen untuk menghitung nilai ekonomis, dan untuk statistik deskriptif, alat analisis tingkat proses (AHP) dan Expert Choice versi 9.0 digunakan bersama.

Metode biaya perjalanan menunjukkan enam variabel dalam penelitian yaitu biaya perjalanan Pantai Sigandu, biaya perjalanan destinasi wisata lain (Pantai Viduri), pendapatan, tingkat pendidikan, usia dan jarak yang berpengaruh besar terhadap variabel biaya perjalanan. Frekuensi kunjungan ke Pantai Sigandu berdampak penting. Pantai Sigandu, pendapatan biaya perjalanan objek wisata lainnya (Pantai Viduri), dan jarak pada taraf bermakna 5%. Nilai ekonomi Pantai Sigandu adalah Rp 26.739.188, dan nilai surplus konsumen per tahun Rp 353.838.072. Metode AHP menunjukkan bahwa alternatif pengembangan Pantai Sigandu adalah mengembangkan Pantai Sigandu menjadi objek wisata asli Donna di Kabupaten Batang. Nilai tertentu. Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) dengan bobot 0,128 memiliki bobot 1,108, memberikan fasilitas kemudahan kepada investor dengan bobot 0,103. Persamaan dari skripsi Dewi Kusuma Sari dengan skripsi ini ialah sama-sama bertuju pada pengembangan strategi pariwisata pantai dengan faktor-faktor pendukung yang ada sedangkan perbedaan skripsi Dewi Kusuma Sari dengan skripsi ini ialah terletak pada metode penelitiannya. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan data yang berada di lapangan sedangkan skripsi Dewi Kusuma Sari menggunakan Metode penelitian kuantitatif dengan melibatkan 6 variabel yang sudah disebutkan di atas.

2. Skripsi Teti Ika W (2016) yang berjudul “ Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar”⁸ semakin berkembangnya sektor pariwisata, diharapkan semakin terjadi peningkatan

⁸ Teti Ika W, *Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar*. 2016

pendapatan perkapita yang mampu menunjang pertumbuhan ekonomisuatu daerah. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi.

Jenis penelitian ini tergolong kuantitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan. Adapun sumber data penelitian ini adalah diperoleh dari Badan Pusat Statistik dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Sulawesi Selatan. Selanjutnya, Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data time series atau data sekunder. Lalu, teknik pengolahan data, yaitu regresi sederhana dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari uji hipotesis, variabel pendapatan sektor pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Implikasi penelitian ini diharapkan pemerintah dari kota Makassar agar meningkatkan kebijakan yang terkait dengan peningkatan investor dibidang pariwisata yang mampu menciptakan lapangan kerja baru sehingga distribusi pendapatan merata sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Persamaan dalam skripsi Teti Ika W dengan skripsi ini ialah untuk mengetahui bagaimana tingkat pariwisata dapat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan dengan menggunakan strategi yang tepat guna sedangkan perbedaan skripsi Teti Ika W dengan Skripsi ini ialah skripsi tersebut menggunakan studi penelitian kepustakaan sedangkan skripsi ini memfokuskan pada studi lapangan atau berdasarkan data.

3. Skripsi Siti Maisyarah (2018) yang berjudul “ Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Puncakmas Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam”⁹ Obyek wisata Puncak Mas yang terletak di kawasan Sukadanaham Bandar Lampung ini sangat diminati oleh para wisatawan. Puncak Mas merupakan satu-satunya di Bandar Lampung dimana anda dapat menikmati pegunungan, kota dan laut. Objek wisata tertinggi dengan pemandangan yang indah. Dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan, pengelola selalu mengembangkan wahana baru atau spot selfie unik untuk mendorong perkembangan industri pariwisata, dan mengembangkan ke arah yang lebih baik dari segi kualitas sarana dan prasarana, menjadi cita-cita masyarakat. Tanah dan membawa manfaat ekonomi yang baik bagi masyarakat.

⁹ Siti Maisyarah, *Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Puncakmas Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, 2018

sekitar. Adanya kegiatan pengembangan pariwisata tersebut memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat, seperti peningkatan pendapatan, peningkatan kesempatan kerja dan peluang usaha.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa perkembangan pariwisata Puncak mas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat Sukardanaham, dengan tingkat pengembalian sebesar 20,5%. Sisanya 79,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Pada saat yang sama, menurut pandangan ekonomi Islam, perkembangan masa puncak pariwisata emas sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yaitu kerja, kesempatan yang sama untuk bersaing dan solidaritas.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan pariwisata berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat sekitar Desa Sukadanaham. Dari perspektif ekonomi Islam dapat dikatakan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu: pekerjaan, persamaan kesempatan, persaingan dan solidaritas. Oleh karena itu, dengan prinsip ekonomi Islam tersebut maka pembangunan pariwisata dapat dicapai dengan memperhatikan prinsip ekonomi.

Persamaan dari skripsi Siti Maisyaroh dengan skripsi ini ialah sama sama berfokus pada pengaruh pengembangan pariwisata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Sedangkan perbedaan skripsi Siti Maisyaroh dengan skripsi ini ialah berfokus pada tinjauan atau perspektif ekonomi islam sedangkan skripsi ini berfokus hanya pada pelaku muslimnya saja.

4. Skripsi Hugo Itamar (2016) yang berjudul “ Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toaraja”¹⁰ skripsi ini membahas mengenai strategi pengembangan pariwisata di kabupaten tana toraja dengan tujuan untuk mengetahui strategi yang telah direncanakan dan dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata tana toraja dalam pengembangan pariwisata dan sejauh mana strategi ini telah berjalan serta untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi dalam pengembangan pariwisata di kabupaten tana toraja.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara langsung. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data studi kepustakaan.

¹⁰ Hugo Itamar, *Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toaraja*, 2016

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang direncanakan dan dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata yaitu strategi dasar yang bersifat multiplier effect, strategi terkait dengan pengelolaan interest pariwisata, strategi keterkaitan dan pengembangan produk, strategi pemantapan pemasaran, strategi pengembangan sdm, strategi spasial pengembangan pariwisata, strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi. Dimana dari 7 strategi ini telah dilaksanakan dalam waktu 2011-2016 akan tetapi ada strategi yang belum berjalan maksimal sehingga hasil yang diinginkan belum tercapai dengan baik, selanjutnya alam, budaya, masyarakat, objek wisata, dan promosi pasar wisata menjadi pendukung pariwisata tana toraja, akses jalan, sarana, sumber daya manusia, peraturan dan landasan hukum, pengelolaan objek wisata menjadi faktor yang menghambat jalannya pelaksanaan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Tana Toraja.

5. Skripsi Khairunnisa Afsari Nurfadilah (2017) yang berjudul “ Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran)”¹¹ skripsi ini membahas tentang perkembangan industri pariwisata yang memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan kawasan sekitar destinasi wisata. Seperti halnya industri pariwisata di Kabupaten Pangandaran, pariwisata merupakan sektor utama, yaitu sektor unggulan yang dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Penelitian ini dilakukan di obyek wisata Pantai Pangandaran dan instansi terkait (yaitu pariwisata, perdagangan, koperasi, serta usaha mikro, kecil dan menengah serta stakeholders). Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan manfaat pariwisata dengan menjabarkan strategi pengembangan pariwisata Pantai Pangandaran berbasis komunitas atau komunitas. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan pencatatan. Teknik analisis data menggunakan reduksi dan penyajian data.

Hasil penelitian ini menunjukkan, terdapat empat faktor yang menjadi dasar dalam menentukan strategi pengembangan pariwisata pantai pangandaran. Keempat faktor tersebut adalah, kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dengan keterlibatan masyarakat sebagai pelaku usaha pariwisata yang

¹¹ Khairunnisa Afsari Nurfadilah, *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran)*, 2017

kebermanfaatan kegiatan pariwisata sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat.

Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan analisis keempat faktor tersebut dihasilkan 4 strategi yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT dengan strategi prioritas adalah strategi SO dan strategi WO

Dari uraian tinjauan pustaka peneliti berfokus pada strategi pengembangan pariwisata dimana strategi tersebut berpengaruh besar terhadap tingkat pendapatan para pelaku usaha muslim di obyek wisata pantai tersebut dengan menitik beratkan faktor faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku usaha muslim melalui strategi pengembangan pariwisata

6. Jurnal kajian penelitian dan pengembangan pendidikan Agung Pramunarti dan Rio Putra tahun 2019 yang berjudul “ Prospek Pengembangan Obyek Wisata Pantai Mapak Indah di Kelurahan Jempong Baru Kecamatan Sekarbela Kota Mataram” penelitian ini membahas tentang Pantai Mapak Indah yang memiliki potensi besar dalam peningkatan wisatawan karena keindahan alam dan juga pantai ini memiliki ciri khas tersendiri yakni pantai ini berpasir hitam. Selain kelebihan dan kekurangan Pantai Mapak Indah ini perlu adanya dukungan dari pemerintah baik sarana maupun prasarana yang memadai. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, data yang didapatkan berdasarkan informasi dari pengelola Pantai Mapak Indah dan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah dengan menggunakan wawancara narasumber,observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa obyek wisata pantai ini sangat layak dikembangkan karena menggunakan strategi (SO) yang merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan internal yang memanfaatkan peluang. Strategi (ST) adalah strategi dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman. Strategi (WO) adalah strategi yang dibuat berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan. Dan strategi (WT) digunakan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.
7. Jurnal Ilmu sosial dan politik Zeny Kurniyati 2017 yang berjudul “Strategi Pengembangan Wisata Pantai Kartini di Kabupaten Jepara” penelitian ini membahas tentang strategi yang digunakan dalam pengembangan wisata pantai di pantai kartini dan hambatan hambatan yang terjadi dalam pengembangan wisata pantai kartini. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan pemerintah adalah strategi pengembangan wilayah,strategi

pengembangan dan daya tarik obyek wisata, strategi pengembangan promosi dan juga strategi pengembangan sarana dan prasarana.

E. Metode Penelitian

Penelitian ini ingin berfokus pada strategi pengembangan pariwisata dimana strategi tersebut berpengaruh besar terhadap tingkat pendapatan para pelaku usaha muslim di obyek wisata pantai tersebut dengan menitik beratkan faktor faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku usaha muslim melalui strategi pengembangan pariwisata.

Penelitian ini memadupadankan konsep pariwisata dan strategi pengembangan pariwisata yang dapat berdampak pada tingkat pendapatan pelaku bisnis muslim. Yang secara keseluruhan dapat menghasilkan suatu solusi atas permasalahan yang timbul selama ini, sehingga permasalahan tersebut dapat di pecahkan.

Jenis analisis data yang digunakan adalah jenis analisis kualitatif¹² Artinya penelitian ini menekankan pada analisis proses penalaran deduktif dan induktif, serta analisis- analisis dinamik antar fenomena yang dipelajari dengan menggunakan logika ilmiah, yang akan menyelesaikan permasalahan penelitian ini melalui berfikir formal dan positif. Namun secara khusus, metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan mencari fakta dan interpretasi yang benar, yaitu metode deduktif dan metode komparatif.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan juga data sekunder¹³ data ini diperoleh dari hasil wawancara atau interview dari penduduk sekitar yang mejadi pelaku bisnis muslim dikawasan pantai tersebut dan juga wawancara secara langsung kepada pengelola pantai bondo. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen dokumenn jurnal penelitian, buku buku serta artikel yang terkait dengan materi penelitian.

F. Sistematika Penulisan.

Dalam penyusunan penelitian ini penulis menggunakan pokok pembahasan secara sistematika yang terdiri dari lima bab.

¹² Tatang M Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 1995, Hal.95

¹³ Prof. Dr Sugiyono , *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung : ALFABETA CV :2015) Hal.205

Bab I, berisi pendahuluan untuk mengantarkan peneliti secara keseluruhan. Dalam hal ini peneliti mengeksplorasi beberapa hal terkait dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab pertama ini merupakan arah tujuan dari suatu penelitian.

Bab II, menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang terkait dengan strategi pengembangan pariwisata dimana strategi terbaik yang digunakan dalam pengambilan keputusan agar tercapainya suatu hasil penelitian yang diharapkan. Dalam hal ini pengambilan teori diambil dari berbagai macam teori terutama mengenai promosi dan juga manajemen pengembangan pariwisatanya. Baik dari segi ekonomi konvensional maupun khazanah ekonomi islam atau syariah.

Bab III, menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian dari analisis strategi pengembangan pariwisata yang berisi tentang letak geografi pantai bondo dan sejarahnya, tingkat pendapatan sebelum dan sesudah adanya pembukaan pantai bondo sebagai tempat wisata, dan juga strategi pengembangan pariwisata yang diharapkan mampu mengubah tatanan perekonomian di desa bondo menjadi lebih baik.

Bab IV, memaparkan hasil analisis strategi pengembangan pariwisata terhadap tingkat pendapatan pelaku bisnis muslim dan implementasinya terhadap realita dari keadaan yang sebenarnya dengan menggunakan konsep promosi suatu destinasi pariwisata dalam meningkatkan pendapatan suatu daerah terutama para pelaku bisnisnya.

Bab V, Merupakan bab terakhir dari rangkaian penulisan penelitian ini. bab ini berisi penjelasan dan menarik kesimpulan atas hasil dari penelitian dan berisi saran dari penulis dalam penelitian ini

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pengembangan Pariwisata.

1. Strategi.

Menurut bahasa Yunani strategi adalah *strategos / stratus* yang artinya umum, yaitu yang dilakukan jenderal perang ketika mereka membuat rencana untuk memenangkan perang. Clautzswits juga mengusulkan definisi ini, dan beliau mengungkapkan bahwa strategi adalah seni memenangkan perang. Namun, biasanya strategi diartikan sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan.

Sedangkan makna yang terkandung dalam strategi ini adalah seperangkat tindakan yang dirancang oleh manusia untuk mencapai tujuan tertentu menyesuaikan potensi perusahaan dan kebutuhan eksternal industri.

Secara umum, strategi didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi juga bermakna untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha dalam mengembangkan serta memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih menarik dan lebih baik ditinjau dari berbagai aspek yang didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan dalam mengunjungi suatu objek pariwisata.

Karena berbagai dampak kegiatan pariwisata, pengembangan pariwisata menjadi pilihan penting bagi suatu negara atau wilayah. Pertumbuhan ekonomi merupakan dampak utama dari terbukanya lapangan kerja, merangsang investasi, mengembangkan produk pariwisata dan sekaligus mengembangkan barang dan jasa, serta pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan..

Dikemukakan oleh Marpuang pengembangan pariwisata tidak terlepas dari adanya daya tarik sampai adanya jenis pengembangan yang ditunjukkan oleh adanya

penyediaan fasilitas dan aksesibilitas. Objek daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*¹⁴.

Ada beberapa hal yang menunjang atau menentukan pengembangan suatu objek wisata. Sedangkan menurut Ahdinoto dikutip dalam Mujadi A.J, beberapa hal yang menunjang atau menentukan pengembangan objek wisata, ada lima jenis komponen dalam Pengembangan Pariwisata yaitu:

- a. Atraksi wisata: Objek wisata merupakan salah satu daya tarik yang menarik wisatawan untuk berkunjung atau berlibur. Atraksi dapat berbentuk alam, seperti pemandangan, pantai, pegunungan, iklim, lembah: atraksi buatan (seperti kota bersejarah, taman dan bangunan): atraksi budaya, teater, festival, museum, galeri seni dan atraksi sosial, seperti peluang dan pariwisata Orang-orang di tempat tujuan bersosialisasi dan mengalaminya. Bagaimana hidup bersama mereka. Spot pemandangan tertentu (sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, dll) perlu dikembangkan untuk menjadi tempat wisata. Tanpa tempat wisata, tidak akan ada pariwisata, sehingga tidak perlu bagian besar lainnya.
- b. Promosi dan pemasaran: Promosi tersebut bertujuan untuk mengenalkan tempat wisata yang ditawarkan dan cara mengunjunginya. Promosi adalah bagian penting dari perencanaan.
- c. Pasar wisata (masyarakat pengirim wisata) : Pasar pariwisata merupakan bagian penting. Meskipun tidak perlu dilakukan kajian yang lengkap dan mendalam untuk rencana tersebut, namun perlu dilakukan pengumpulan informasi tentang kecenderungan perilaku wisatawan, kebutuhan, kebutuhan, asal, dan motivasi wisatawan.
- d. Transportasi: Pendapat dan kebutuhan wisatawan berbeda dengan penyedia transportasi. Transportasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap skala dan lokasi pengembangan pariwisata. Aksesibilitas mengacu pada fasilitas yang memudahkan wisatawan mencapai kawasan tujuan wisata.
- e. Masyarakat menerima wisatawan yang menyediakan akomodasi pelayan jasa pendukung wisata (fasilitas dan pelayanan).¹⁵

¹⁴ Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, Hlm 119

¹⁵ Dedeh Suryani, *Analisis Pengembangan Parawisata terhadap Kesempatan Kerja dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi di Pantai Sari Ringgung Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten pesawaran)*, (Bandar Lampung: UIN RIL, 2018), Hlm 57

Komponen pengembangan pariwisata diatas dapat dipahami bahwa atraksi merupakan daya tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan. Dalam melakukan perjalanan wisatawan memerlukan sarana yang memberikan kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai ke suatu objek wisata serta fasilitas dasar seperti jalan raya, akomodasi, pusat informasi, pusat perbelanjaan yang kesemuanya perlu disediakan untuk membuat wisatawan merasa nyaman. Kualitas produk, komunikasi pemasaran, kebijakan harga, dan saluran pemasaran merupakan kegiatan untuk membangun citra wisata.

Dalam konteks suatu wilayah / wilayah, pembangunan pada prinsipnya merupakan suatu proses di mana perubahan terencana dilakukan terhadap suatu wilayah / wilayah baik dari segi kemasyarakatan, budaya, ekonomi, lingkungan, dan infrastruktur. Pembangunan dapat diartikan harus menggunakan perencanaan yang matang. Tentunya dalam hal ini berkaitan dengan pariwisata, oleh karena itu perencanaan pengembangan pariwisata merupakan bagian terpenting dalam membangun suatu daerah atau daerah..¹⁶

Terkait dengan pengembangan pastinya perlu perneencanaan yang kuat dan matang, melakukan perencanaan pengembangan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata merupakan hal yang sangat penting dan sangat diperlukan, karena demi mencapai keberhasilan serta kesuksesan daripada pembangunan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata tersebut.

Selain hal tersebut, secara umum diperlukannya suatu perencanaan dalam pengembangan pariwisata mencakup hal-hal sebagaimana berikut ¹⁷:

1. Kegiatan pariwisata dapat menimbulkan dampak positif dan juga negatif. Oleh sebab itu, untuk mengoptimalkan dampak positif dan untuk mengurangi dampak negatif perlu adanya suatu perencanaan yang baik dan matang dalam pengembangan sebuah pariwisata.
2. Perlunya perencanaan dalam pengembangan daerah tujuan pariwisata hal ini dikarenakan adanya pergeseran- pergeseran dan perubahan-perubahan dari pada permintaan pasar wisatawan baik saat ini maupun yang akan datang.
3. Perlunya perencanaan dan pengembangan pariwisata supaya kemajuan dan perkembangan pariwisata di daerah tujuan pariwisata sesuai dengan tujuan atau

¹⁶ Mohamad Ridan et al, *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*, Jogjakarta;Deepublish;2019 h.14

¹⁷ Mohamad Ridan et al, *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*, Jogjakarta;Deepublish;2019 h.14

harapan yang diinginkan salam mencapai sasaran, baik dari segi ekonomi, sosial, budaya dan juga lingkungan sekitarnya termasuk ekologi.

4. Pariwisata merupakan multi sektor, multi disiplin ilmu, dan melibatkan berbagai macam pelaku pariwisata dan industri serta unsur lainnya yang mendukung kegiatan pariwisata. Oleh karena itu diperlukan suatu perencanaan yang baik dalam pengembangan daerah tujuan pariwisata, agar unsur-unsur dalam kegiatan pariwisata tersebut dapat diorganisasikan secara terkonsep dan sistematis sehingga pengembangan daerah tujuan pariwisata sesuai dengan tujuan yang dirapkannya.

Manfaat pariwisata akan dapat dinikmati apabila pembangunan dan pengembangan dilakukan dengan perencanaan yang baik dan terintegrasi dengan perkembangan daerah secara keseluruhan. Namun secara umum, perencanaan dalam pengembangan pariwisata diperlukan karena berbagai alasan, diantaranya yakni :

1. Pariwisata merupakan fenomena yang baru bagi suatu daerah yang umumnya pemerintah daerah kurang atau tidak banyak memiliki pengalaman untuk mengembangkan dengan baik dan tepat. Akan tetapi, dengan sebuah rencana pariwisata dan program pengembangannya dapat memberikan arahan kepada suatu daerah agar dapat mengembangkan sebuah daerah tujuan pariwisata yang sesuai dan tepat sasaran dengan target yang tepat.
2. Pariwisata memiliki sifat yang sangat kompleks, multi sektor dan banyak melibatkan berbagai pelaku kegiatan diantaranya adalah kegiatan berbisnis. Perencanaan pariwisata diharapkan mampu mengorganisasikan komponen-komponen tersebut sehingga dalam pengembangannya dapat terintegrasi dengan baik dan justru bukan sebagai bagian terpisah dari komponen pembangunan daerah lainnya.
3. Pariwisata akan menghasilkan dampak ekonomi baik langsung maupun tidak langsung sehingga membutuhkan sebuah perencanaan yang terintegrasi dan tepat sasaran.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, perencanaan pariwisata dapat dikelompokkan menurut tipe dan tingkatnya yang tercantum sebagai berikut¹⁸ :

1. Menurut tingkatan

¹⁸ Undang Undang no 10 tahun 2009 tentang Pariwisata

- a. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS)
 - b. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi (RIPPARPROV)
 - c. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten/Kota (RIPPARKAB/RIPPARKOT)
2. Menurut Tipe.
- a. Perencanaan pembangunan industri pariwisata.
 - b. Perencanaan destinasi pariwisata
 - c. Perencanaan pemasaran pariwisata
 - d. Perencanaan kelembagaan kepariwisataan.

Dari uraian diatas dikelompokkan lagi menurut Edward Inskeep dan Basuki sebagai berikut :

1. Perencanaan Nasional.

Dalam perencanaan pariwisata nasional mencakup elemen-elemen sebagai berikut :

- a. Kebijakan pariwisata nasional
- b. Rencana struktur fisik mencakup identifikasi atraksi/daya tarik wisata utama, rancangan wilayah-wilayah pengembangan pariwisata, gerbang-gerbang akses internasional dan transportasi internal yang menghubungkan antar wilayah-wilayah pengembangan pariwisata.
- c. Pertimbangan antara aspek sarana dan juga prasarana pokok
- d. Mengatur kualitas, kuantitas dan tipe secara umum terhadap fasilitas akomodasi dan fasilitas penunjang serta aspek pelayanan wisata lainnya.
- e. Rute-rute utama di dalam konteks nasional.
- f. Kebijakan investasi, pengaturan dan struktur organisasi/kelembagaan pariwisata.
- g. Program-program umum promosi dan pemasaran.
- h. Program pelatihan dan pendidikan.
- i. Standar desain dan pembangunan fasilitas
- j. Analisis dampak dan pertimbangan-pertimbangan aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan.
- k. Teknik implementasi tingkat nasional termasuk pertahanan pembangunan dan strategi pembangunan jangka pendek dan jangka panjang serta pemrograman proyek.

2. Perencanaan Daerah
 - a. Kebijakan daerah
 - b. Akses daerah dan jaringan transportasi internal dalam daerah yang menghubungkan dengan fasilitas dan pusat pelayanan wisata.
 - c. Tipe dan lokasi atraksi/daya tarik wisata.
 - d. Lokasi area pengembangan pariwisata termasuk area untuk resort.
 - e. Jumlah, tipe dan lokasi fasilitas akomodasi dan fasilitas wisata lainnya.
 - f. Program pelatihan dan pendidikan tingkat daerah.
 - g. Program strategi pemasaran dan promosi
 - h. Analisis dampak dan pertimbangan aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan.
 - i. Kebijakan investasi, pengaturan, regulasi dan struktur kelembagaan.
 - j. Teknik implementasi tingkat nasional termasuk pentahapan pembangunan dan strategi pembangunan jangka pendek dan pemrograman proyek.
3. Perencanaan Sub-Daerah

Beberapa negara biasanya memerlukan perencanaan yang lebih detail dari perencanaan daerah. Namun perencanaannya tidak disarankan sedetail perencanaan kawasan pariwisata. Namun, pada umumnya materi perencanaan yang disusun hampir sama dengan tingkat daerah/regional hanya dengan menambah ciri-ciri yang spesifik terhadap daya tarik wisata, pemilihan lokasi untuk pembangunan akomodasi dan fasilitas pelayanan wisata, aksesibilitas dalam wilayah subregion seperti jaringan transportasi yang menghubungkan antar daya tarik wisata termasuk pertimbangan aspek-aspek sarana dan prasarana wisata.

4. Perencanaan Tata Guna Kawasan

Perencanaan kawasan pengembangan pariwisata seperti kawasan resort, resort kota, wisata kota dan daya tarik wisata lainnya yang mensyaratkan rencana tata guna lahan. Rencana tata guna lahan ini sudah lebih spesifik dengan mengindikasikan rencana untuk kawasan perhotelan, perkotaan, taman bermain, kawasan konservasi, sistem transportasi untuk jalan raya, pedesaan, serta elemen pembentuk lainnya seperti lokasi airport, terminal bus, stasiun kereta. Dan termasuk kedalam materi perencanaan ini merupakan rencana pengembangan sarana dan prasarana pariwisata seperti jaringan air bersih, jaringan pembuangan, tempat pembuangan akhir sampah, jaringan listrik, dan

telekomunikasi. Unsur lain dari perencanaan pada level ini yaitu dengan adanya studi kelayakan, analisis dampak lingkungan, pentahapan pembangunan serta program pembangunan dan aspek kelembagaan pengelola maupun pengaturan finansialnya, pengaturan daerah zonasi, desain standar arsitektural, lansekap dan rekayasa teknologi disiapkan untuk level perncanaan ini sehingga perencanaan untuk daya tarik wisata mencakup analisis jalur wisatawan.

5. Perencanaan Tapak Fasilitas.

Perencanaan tapak merupakan model rencana yang sangat spesifik untuk bangunan atau kelompok bangunan seperti hotel, pusat perbelanjaan yang bersifat komersil, perkantoran, fasilitas rekreasi, jalan, pedestrian, area parkir, taman bermain dan keterkaitannya semua muncul dalam bentuk gambar rencana kawasan.¹⁹

3. Pariwisata dan Jenis Pariwisata

Pariwisata dalam arti luas memiliki makna bahwa seluruh kegiatan rekreasi di luar domisili untuk menenangkan diri dari aktivitas yang seperti biasanya serta untuk mencari suasana lain. Sebagai aktivitas, pariwisata sudah menjadi bagian dasar dari masyarakat maju dan modern dan merupakan bagian kecil dari masyarakat di negara berkembang.

Dengan adanya perkembangan mengenai dunia pariwisata pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang No 10 tahun 2009 yang berisi 17 bab dan 70 pasal yang mengandung ketentuan mengenai beberapa hal yang tercantum dalam 8 poin yakni²⁰ :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu dengan menjelajahi dan mengunjungi berbagai tempat tertentu dan memiliki tujuan rekreasi atau bersenang senang dan untuk mempelajari keunikan daya tarik suatu wisata yang dikunjungi dalam waktu tertentu bahkan bersifat sementara.
2. Wisatawan merupakan seseorang yang melakukan perjalanan wisata.

¹⁹ Mohamad Ridan et al, *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*, Jogjakarta; Deepublish; 2019 h.18

²⁰ Undang Undang No 10 tahun 2009 tentang pariwisata

3. Pariwisata merupakan berbagai macam jenis kegiatan wisata yang didukung oleh sarana dan prasarana serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pengelola dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisata adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara orang yang melakukan perjalanan wisata (wisatawan), pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
5. Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi ciri khas suatu daerah wisata yang memiliki keindahan, nilai yang diantaranya berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya bahkan hasil buatan tangan manusia yang menjadi tujuan dengan diadakannya kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata atau disebut dengan destinasi pariwisata merupakan kawasan yang secara geografis berada dalam satu atau lebih dari wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya sebuah kepariwisataan.
7. Usaha pariwisata merupakan usaha yang menyediakan barang atau jasa yang berguna untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan ketika berkunjung dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Menurut KBBI sendiri pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan pelancongan, rekreasi, tourism dan perjalanan. Sedangkan menurut Mathieson & Wall (1982) Pariwisata merupakan serangkaian aktivitas yang berupa aktivitas perpindahan orang untuk sementara waktu ke suatu tujuan di luar tempat tinggal maupun tempat kerjanya, aktivitas yang dilakukannya selama tinggal di tempat tujuan tersebut dan kemudahan-kemudahan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhannya baik selama dalam perjalanan maupun di lokasi tujuannya.

Sementara menurut sugiana pariwisata adalah seluruh rangkaian aktivitas dan penyediaan layanan baik dalam bentuk atraksi wisata, akomodasi, sarana dan prasarana dan transportasi serta pelayanan lain yang ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan wisata seseorang atau sekelompok orang. Sedangkan perjalanan yang

dilakukan hanya dalam kurun waktu sebentar saja meninggalkan tempat tinggalnya untuk sementara dengan maksud beristirahat,berbisnis,atau maksud lainnya.²¹

Menurut wahab, Pariwisata merupakan suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar dan mendapatkan pelayanan secara bergantian diantara orang orang dalam suatu negara itu sendiri ataupun diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari dan memperoleh kepuasan yang beraneka ragam dan beberda dengan apa yang dialaminya dimana ia tinggal.²²

Dalam Al-Quran dijelaskan pula mengenai wisata yang tertera dalam Quran surah al- Imran ayat 137 yang berbunyi :

قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

yang artinya “Sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah; Karena itu berjalanlah kamu di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul)”²³

Selain Quran surah Al-Imran ayat 137 perintah berwisata juga tertuang dalam Quran surat Al-Anam ayat 11 yang berbunyi:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

yang artinya “ Katakanlah : “ Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu”²⁴

M Qurais Shihab menafsirkan ayat diatas bahwa Allah SWT maha mengetahui bahwa sebagian manusia tidak percaya bahkan tidak menyadari penegasan ayat diatas, bahwa sejumlah generasi telah dibinasakan Allah SWT dan untuk itu, nabi Muhammad SAW dan siapapun yang dipercaya diperintahkan untuk menyampaikan kepada siapapun khususnya orang-orang yang tidak percaya agar berjalan di muka bumi, kemudian lihatlah dengan mata kepala dan hati bagaimana kesudahan para pendusta itu.²⁵

²¹ Dr. A. Gima Sugiama S.E, *Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*, Bandung;Guardaya Intimarta;2011 h.18

²² Mohammad Ridwan,S.T., M.Sc, *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*,Yogyakarta: Depublish: 2019 h.9

²³ Al-Quran surat Al-Imraan ayat 137

²⁴ Al- Quran surat Al-Anam ayat 11

²⁵ M Qurais Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan,Kesan dan Keserasian Al Quran vol 4... 8*

Ayat ini memrintahkan perjalanan di permukaan bumi atau bisa juga disebut dengan berwisata. Akan tetapi di dalam perjalanan berwisata tersebut ehndaknya disertai dengan upaya meihat disekeliling kita dengan menggunakan mata kepala dan hati, yakni melihat dan juga merenungkan serta berfikir menyangkut tentang apa yang dilihat terutama kesudahan yang dialami oleh generasi terdahulu yang puing puing peninggalannya terbentang dalam perjalanan. Hal ini sering terjadi ketika sedang berwisata sejarah.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah seluruh kegiatan berekreasi atau kegiatan menghibur diri dari kegiatan kegitan yang dilakukan sehari harinya dengan cara meninggalkan tempat tinggalnya dalam kurun waktu yang hanya sebentar saja ke suatu tempat yang disebut dengan objek wisata yang didalamnya didukung sarana dan prasarana dalam pemenuhan kebutuhan wisata seseorang atau sekelompok orang.

Dari penjelasan diatas,jenis-jenis pariwisata dapat di golongan menjadi beberapa macam,diantaranya ialah :

1. Menurut jumlah orang.
 - a. Pariwisata individu, yakni orang yang melakukan perjalanan pariwisata hanya seorang diri saja yang bepergian.
 - b. Pariwisata rombongan, yakni sekelompok orang yang memiliki keterikatan hubungan-hubungan tertentu kemudian melakukan perjalanan bersama sama ke suatu tempat yang disebut dengan objek wisata.
2. Menurut tujuan bepergian.
 - a. Pariwisata Budaya, yaitu pariwisata yang dimaksudkan untuk memperkaya informasu dan pengetahuan tentang suatu adat atau budaya di suatu daerah disamping itu tujuan lainnya adalah untuk memuaskan kebutuhan hiburan.
 - b. Pariwisata rekreasi, yaitu pariwisata dengan maksud bepergian untuk memulihkan kemampuan fisik dan mental setiap peserta wisata dan memberikan kesempatan rileks bagi mereka dari kebosanan dan kelelahan kerja selama ditempat rekreasi.
 - c. Pariwisata pulih sehat, yaitu pariwisata yang memuaskan kebutuhan perawatan medis didaerah atau tempat lain dengan fasilitas penyembuhan bagi wisatawan yang berkunjung.

- d. Pariwisata sport, yaitu pariwisata yang akan memuaskan hobi orang-orang seperti memancing, snorkling, dan lain-lain.
 - e. Pariwisata temu wicara, yaitu pariwisata konvensi yang mencakup pertemuan-pertemuan ilmiah, seprofesi dan bahkan politik. Pariwisata sejenis ini memerlukan tersedianya fasilitas pertemuan di negara tujuan dan faktor-faktor lain yang penting seperti letak yang strategis, tersedianya transportasi yang mudah, iklim yang cerah dan sebagainya.
3. Menurut alat transportasi.
- a. Pariwisata darat, yakni pariwisata yang dapat ditempuh melalui jalur darat, seperti penggunaan bus, kereta api, mobil bahkan motor.
 - b. Pariwisata Tirta, yakni pariwisata yang ditempuh melalui jalur laut dengan penggunaan kapal dan sebagainya yang memungkinkan terjadinya perjalanan melalui jalur laut.
 - c. Pariwisata dirgantara, yakni pariwisata yang ditempuh melalui jalur udara dengan penggunaan transportasi pesawat terbang.
4. Menurut letak geografis :
- a. Pariwisata domestik nasional : pariwisata ini memiliki arus dimana arus wisata yang dilakukan oleh warga dan penduduk asing yang bertugas disana, yang terbatas dalam suatu negara tertentu.
 - b. Pariwisata regional, yaitu arus wisata dimana kepergian wisatawan hanya terbatas pada wilayah-wilayah tertentu. Dan hanya di dekat negara tempat mereka tinggal.
 - c. Pariwisata internasional, yang meliputi gerak wisatawan dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia.

Namun, menurut Pendit jenis wisata dapat digolongkan menjadi beberapa bagian. Yakni :

- 1. Wisata budaya, wisata budaya adalah wisata dimana objek pariwisata tersebut menyediakan fasilitas dimana kita bisa belajar dan mengenal budaya. Biasanya wisata tersebut mempelajari sebuah keadaan dan realitasnya.
- 2. Wisata konvensi, wisata yang menyediakan fasilitas bangunan, dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi peserta konferensi, atau pertemuan lainnya yang bersifat nasional maupun internasional.

3. Wisata sosial adalah perorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan seperti misalnya kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya.
4. Wisata cagar alam, adalah wisata yang diselenggarakan agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha dengan jalan mengatur wisata ketempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dsb. Dan pelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
5. Wisata bulan madu, suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu, dengan fasilitas khusus, tersendiri, demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

4. Bentuk Usaha Pariwisata.

Perusahaan atau pengusaha yang membuat usaha di kawasan wisata pantai dapat berupa usaha kecil baik menengah maupun ke atas. Dilihat dari berbagai aspek pengusaha, para pengelola pengusaha dapat digolongkan menjadi tiga yakni pengelola usaha jasa, pengelola usaha sarana dan prasarana, dan pengelola usaha jasa daya tarik. Berbagai bentuk jasa tersebut dapat diuraikan dengan sebagai berikut²⁶ :

1. Usaha Jasa Wisata.

Usaha jasa wisata merupakan usaha yang dijalankan dan yang bergerak dibidang pariwisata, termasuk usaha jasa yang menunjang kegiatan wisata, antara lain yakni :

1. Usaha jasa perjalanan atau biro pariwisata.
2. Usaha jasa penyelenggaraan pertemuan.
3. Usaha jasa pramuwisata.
4. Usaha jasa konsultan.
5. Usaha jasa informasi.
6. Usaha jasa impresariat.
7. Usaha jasa sarana wisata.²⁷

²⁶ Gusti Bagus Arjana, Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif., 108
²⁷ Ibid, Hlm 209

Bentuk usaha jasa wisata tersedia karena permintaan wisatawan akan pemenuhan kebutuhan mereka, karena setiap wisatawan yang datang ke suatu objek wisata berasal dari daerah, suku, dan tujuan yang berbeda-beda.

2. Usaha Jasa Perhotelan.

Hotel merupakan kebutuhan akomodasi penting bagi wisatawan, yang seolah-olah merupakan pengganti rumah atau tempat tinggalnya di perjalanan sehingga pengguna atau tamu hotel menuntut suasana aman, nyaman dan membutuhkan layanan yang ramah. Di samping hotel yang terdapat di kota-kota besar atau di kawasan objek wisata yang luas dan terkenal, terdapat juga jeni-jenis penginapan, yaitu sebagai berikut:

1. Motel
2. Resort
3. Homestay
4. Losmen
5. Guest House
6. Youth Hotel
7. Campin Ground
8. Chalet
9. Caravan
10. Villa
11. Bungalow
12. Cottage
13. Boutique Hotel²⁸

Hotel yang berada dekat dengan kawasan wisata tersebut lebih banyak digunakan jasanya oleh wisatawan dikarenakan dapat memenuhi kebutuhan para wisatawan untuk menikmati liburannya.

3. Usaha Jasa Transportasi.

Jasa pariwisata dominan merupakan perjalanan dari daerah asal ke daerah destinasi pariwisata. transportasi dari hotel ke objek wisata, antar objek wisata ke bandar udara atau pelabuhan laut dan kembali lagi ke hotel atau ke bandara. Dinamika perjalanan ini membutuhkan moda transportasi udara, darat dan

²⁸ Ibid, Hlm 111

laut, juga transportasi lokal.³⁰ Moda transportasi menuju daerah wisata dapat disiapkan sendiri atau disediakan oleh biro perjalanan wisata.

4. Usaha Biro Perjalanan.

Jasa perjalanan wisata adalah badan yang menjual jasanya menyiapkan paket perjalanan wisata yang dibutuhkan wisatawan. Bentuk-bentuk badan yang menjual jasa ini adalah:

1. Tour Operator
2. Biro Perjalanan Wisata
3. Agen Perjalanan²⁹

Usaha jasa perjalanan wisata berbentuk badan usaha yang memiliki syarat bahwa untuk menjalankan usaha ini harus memiliki tenaga profesional, serta memiliki kantor tetap dan dilengkapi dengan fasilitas pendukung usaha

5. **Siklus Hidup Perkembangan Daerah Tujuan Pariwisata.**

Suatu daerah tujuan pariwisata akan mengalami siklus hidup perkembangan. Hal ini tentunya harus disikapi dengan cara melakukan suatu perencanaan kembali terhadap daerah tujuan pariwisata tersebut. Oleh karena itu perlu untuk mengetahui konsep siklus hidup perkembangan daerah tujuan pariwisata, agar lebih memahami dan memberikan gambaran mengenai tahapan-tahapan perubahan hidup perkembangan daerah tujuan pariwisata.³⁰ Oleh karena hal ini juga berkaitan dengan dampak yang dapat ditimbulkan dalam kegiatan pariwisata. Selain itu juga teori atau konsep siklus hidup perkembangan tersebut dapat digunakan sebagai alat analisis dalam melakukan suatu perencanaan pembangunan dan pengembangan daerah tujuan pariwisata.

Beberapa konsep siklus hidup perkembangan daerah tujuan pariwisata yang dibuat oleh beberapa ahli yaitu sebagai berikut :

Menurut Noronha dalam Pitana dan Gayatrei dengan mengembangkan teori greenwood, dengan membagi perkembangan suatu daerah tujuan pariwisata dengan tiga fase, yang dibagi menjadi berikut :

²⁹ Ibid, Hlm 116.

³⁰ Mohamad Ridan et al, *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*, Jogjakarta; Deepublish; 2019 h.16

1. Discovery, merupakan sebuah perkembangan pariwisata yang terjadi secara spontan dan sporadis karena adanya respon atau perhatian masyarakat lokal untuk mengakomodasi wisatawan yang mulai mengunjungi daerahnya.
2. Lokal response dan initiative, yakni adanya inisiatif masyarakat lokal sudah intensid dan pemerintah biasanya akan ikut campur tangan dalam pengaturannya. Akan tetapi pada akhirnya sistem pariwisata lebih dikuasai atau didominasi oleh pihak luar.
3. Institutionalization, pada fase ini yakni pada saat pariwisata sudah menjadi insudtri skala internasional, maka pada fase ini masyarakat lokal terpinggirkan, dan manfaat yang didapatkan dari kegiatan pariwisata sudah lebih kecil dibandingkan manfaat yang bocor keluar.
6. **Strategi Promosi Pariwisata.**

Di dalam ekonomi islam strategi mengenai promosi juga diterapkan guna untuk menawarkan, memperkenalkan dan menginformasikan suatu produk yang dijual baik produk berupa jasa ataupun barang. Karena dengan adanya promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan suatu produk tersebut.

Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW adalah penjualan pribadi, periklanan, promosi dan hubungan masyarakat. Namun cara yang ditetapkan Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi saat ini. Cara yang digunakan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai moral. Kegiatan promosi pada zaman nabi tidak berkembang seperti sekarang ini, semua produsen menggunakan peralatan modern, media internet, televisi, radio, dll. Dalam istilah manajemen, sifat seorang nabi dapat diartikan sebagai supel, cerdas, uraian tugas, desentralisasi, kerja tim, respon cepat, koordinasi, kontrol dan pengawasan. Bauran promosi merupakan gabungan dari alat promosi yaitu periklanan, penjualan tatap muka (personal sales), promosi dan publisitas yang bertujuan untuk menjual barang dan jasa.

Menurut hukum Islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa, dan berusaha semaksimal mungkin untuk kemaslahatan bersama daripada untuk kepentingan kelompok, apalagi untuk kepentingan pribadi.

B. Manajemen Strategi

Strategi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu, dengan menyesuaikan sumber daya manusia yang ada. Dengan demikian strategi memiliki beberapa ciri yang utama, antara lainnya adalah :

1. *Goal Directed Action*, yang memiliki arti bahwa tujuan dari strategi ini adalah menunjukkan aktivitas dan implementasinya yang diinginkannya.
2. Mempertimbangkan semua kekuatan internal seperti sumber daya alam, sumber daya manusia dan kapabilitas, serta memperhatikan antara peluang dan juga tantangan

Proses strategis manajemen juga perlu ditekankan bahwa proses tersebut meliputi sejumlah tahapan yang berkaitan dan berkelanjutan serta berurutan. Tahapan dan proses tersebut antara lainnya ialah :

1. Analisis lingkungan, meliputi deteksi dan evaluasi konteks organisasi, lingkungan eksternal dan internal organisasi
2. Formulasi strategi, mencakup desain dan pilihan strategi yang sesuai.
3. Implementasi strategi, adalah proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan dengan tindakan nyata.
4. Evaluasi strategi, adalah proses mengevaluasi bagaimana strategi diimplementasikan dan sejauh mana mempengaruhi kinerja

1. Manajemen Strategi Pemasaran Islam

Secara umum, manajemen pemasaran dapat didefinisikan sebagai seni dan sains yang dapat memilih pasar sasaran dan memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.³¹

Menurut Rosad Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, analisis, pengorganisasian, dan pengelolaan rencana, termasuk konseptualisasi, penetapan harga, penetapan harga, promosi dan distribusi produk, layanan, dan ide, yang bertujuan untuk membangun dan memelihara transaksi yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.³²

³¹ Praditiya Budi Laksana et al, *Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding (Studi pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 3, No. 1 h.14

³² Rosad, S., *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: In Media, 2015, h.1

Definisi luas pemasaran terutama karena Kotler (1969, h.112) percaya bahwa prinsip umum pemasaran akan diterapkan pada produk, jasa, orang, dan lokasi (tujuan wisata). Namun, meskipun definisi ini secara umum dapat diterima dari sudut pandang tujuan pemasaran pariwisata, di beberapa daerah, perencanaan dan pengelolaan pemasaran pariwisata memerlukan perhatian dan perhatian khusus. Strategi pemasaran yang dapat dirumuskan antara lain pengembangan tempat dan kegiatan wisata, akomodasi, akses destinasi wisata, fasilitas penunjang wisata, dan komunikasi pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien.

Sedangkan Pasar Syariah adalah pasar di mana pelanggan memiliki emosi disamping motif rasional. Pelanggan tertarik untuk berbisnis di pasar Islam tidak hanya karena alasan dan keinginan mereka untuk mendapatkan keuntungan finansial yang wajar, tetapi juga karena penekanan mereka pada nilai-nilai Islam.³³

Istilah pemasaran sangat dikenal di kalangan pebisnis. Pemasaran memainkan peran penting dalam grafik bisnis perusahaan dan berkontribusi pada strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.

Pemasaran pariwisata lebih jauh menekankan siapa segmen pasar dan bagaimana perilakunya (Damanik, 2006). Fokus segmen pasar pariwisata adalah bagaimana mengkomunikasikan dengan pasar apakah produk yang disediakan atau daerah tujuan wisata lebih unggul dan berbeda dengan produk lain. Media promosi tradisional tidak selalu dapat digunakan untuk produk pariwisata, terutama produk pariwisata yang memiliki arti khusus. Menurut Holloway & Robinson (1995), pemasaran pariwisata terdiri dari 7 Ps yaitu produk, lokasi, harga, promosi, lokasi, pengemasan dan kemitraan.

Pemasaran pariwisata merupakan suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan atau kelompok industri pariwisata, baik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional, maupun internasional demi mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar .

Promosi pada dasarnya adalah salah satu jenis komunikasi pemasaran yang artinya melakukan kegiatan pemasaran dengan berusaha menyebarkan informasi,

³³ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Jakarta: Gramedia, 1997, h. 4

mempengaruhi / membujuk dan / atau mengingatkan target pasar produknya agar mau membeli produk kita dan berminat pada produk kita..³⁴

Perkembangan industri pariwisata banyak dipengaruhi oleh objek wisata dan daya tarik wisata. Produk, objek wisata, dan daya tarik jika dilihat sekilas memiliki arti yang sama, namun ternyata terdapat perbedaan yang sangat besar. Menurut Utii, dia menjelaskan, negara asing hanya mengenal istilah objek wisata, yang disebut "objek wisata". Di Indonesia, keduanya memiliki arti yang berbeda.³⁵

Obyek wisata merupakan semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan atraksi wisata merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan. Syarat suatu daerah menarik untuk dikunjungi adalah adanya something to see, adanya something to buy, adanya something to do. Hal tersebut dapat dirasakan ketika adanya manajemen pemasaran yakni tentang nilai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk itu sendiri.

2. Manajemen Pemasaran Total Nilai Pelanggan (TCV) dan Total Biaya Pelanggan (TCC)

Total nilai pelanggan atau Total Customer Value merupakan ikatan emosional yang muncul antara produsen dengan pelanggan. Yang dimaksud dengan produsen adalah seseorang yang telah menciptakan suatu produk baik berupa jasa maupun produk barang. Hal ini dapat berupa manfaat ekonomi, fungsional, dan psikologis dari konsekuensi pelanggan menggunakan produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan tertentu. Nilai pelanggan ditentukan oleh dua hal yaitu biaya (cost) dan manfaat (benefit). Biaya mencakup biaya uang, waktu, energi dan psikologi. Manfaat mencakup produk, jasa, pribadi dan image.

Nilai pelanggan adalah evaluasi keseluruhan dari kegunaan produk berdasarkan persepsi konsumen tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. Nilai pelanggan juga didefinisikan sebagai nilai total yang diberikan kepada pelanggan dikurangi total biaya yang dikeluarkan pelanggan. Nilai pelanggan total

³⁴ Janri D. Manafe et al, *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT)*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, H.104.

³⁵ Youti Oka A, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung; Angkasa; 1996, h.114

meliputi nilai fungsional produk, layanan, emosional, sosial dan nilai kondisional. Pada saat yang sama, total biaya termasuk harga mata uang, waktu, tenaga, energi dan psikologi.³⁶

Menurut Albrecht ,terdapat tujuh bagian yang bersama-sama membentuk infrastruktur dalam penyampaian *customer value*, yaitu *environmental*, *sensory*, *interpersonal*, *procedural*, *deliverable*, *informational*, dan *financial*.³⁷

1. *Enviromental, the physical setting in which the customer experiences the products*. Hal ini merupakan lingkungan fisik dimana konsumen mengalami atau merasakan hal hal yang berhubungan dengan produk tersebut.
2. *Sensory, the direct sensory experience, if any, that the customer encounters*. Bagian ini meliputi penglihatan, pendengaran, perasaan, sensasi fisik, rasa sakit atau ketidaknyamanan, respons emosional, karakteristik estetika produk, dan perasaan yang berkaitan dengan lingkungan psikologis konsumen. Misalnya rasa makanan dan minuman yang diberikan kepada konsumen atau kualitas layanan yang diberikan konsumen terhadap produk.
3. *Interpersonal, the interaction the customer has with employees or, in some cases, with other customers, as part of the loyal experience*. Bagian interpersonal merupakan interaksi antara konsumen dengan karyawan atau konsumen lain yang merupakan bagian dari pengalaman secara keseluruhan. Termasuk keramahan, keramahan, bantuan, penampilan fisik dan rasa tanggung jawab karyawan.
4. *Procedural, the procedures you ask the customer to go through in doing business with you*. Unsur ini merupakan program pelayanan yang diterapkan badan usaha saat berhubungan dengan konsumen.
5. *Deliverable, anything the customer physically takes custody of during the service experience, even if only temporarily*. Artinya segala sesuatu yang dialami konsumen ketika mendapatkan layanan, baik yang bersifat sementara maupun yang mendukung, seperti kecepatan pengiriman produk dan layanan pengiriman yang diberikan.
6. *Informational, aspects of the customer experience that involve getting the information needed to function as a customer*. Ini bisa berupa semua informasi

³⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung;Alfabeta;2010 h.112

³⁷ K Albrecht, *The Northbound Train: Finding the purpose, setting the direction, shaping the destiny of your organization*, California;American Manajemen Assositaion;1994. H.176

yang dibutuhkan konsumen untuk hal-hal sederhana, seperti objek atau fasilitas yang memberi tahu konsumen ke mana harus pergi.

7. *Financial, what customer pays for the total experience. In most cases it's obvious : It's price, in others, it may be less obvious.* Unsur ini terkait dengan segala sesuatu yang dibayar atau dikorbankan konsumen untuk mendapatkan pengalaman atau produk.

Total customer value sangat beragam, Bagi customer, *value* atau nilai produk atau jasa yang ditawarkan suatu pariwisata memiliki dua dimensi:

- a. Kinerja atau fitur produk jasa dibandingkan dengan produk sejenis yang ditawarkan pesaing lain dalam dunia pariwisata
- b. Harga atau *cost*. Dengan semakin banyaknya produk dalam hal ini atraksi wisata atau jasa sejenis yang bersaing di pasar, *cost* atau pengorbanan memiliki arti yang lebih dimana hal tersebut akan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.³⁸

Total Customer Value juga memiliki 4 indikator, yakni :

1. Produk Value atau nilai produk. Indikator ini merupakan bagian dari suatu produk tersebut apakah memiliki nilai yang sebanding ketika pelanggan ingin mengeluarkan uang demi suatu produk tersebut.
2. Service value atau nilai pelayanan. Indikator ini merujuk pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau customer apakah jenis pelayanan yang diberikan termasuk memuaskan atau bahkan tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Karena pada dasarnya pelayanan ini bersifat intangible yang artinya tidak teraba, yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau pelayanan lain.
3. Personal Value atau nilai citra. Indikator ini merujuk pada nilai citra suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada calon pelanggan atau customer. Apakah produk atau jasa tersebut berbeda dari produk atau jasa lain yang ditawarkan oleh pesaing yang lainnya. Dalam hal ini khususnya dunia pariwisata.
4. Image value atau nilai karyawan. Indikator ini merujuk pada kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan kepada calon pelanggan apakah dalam hal melayani ini mereka merasakan kepuasan atau bahkan sebaliknya.

³⁸ Agus Supadiyono, *Pengaruh Nilai Pelanggan (Customer Value) terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi*, Tesis; Universitas Sebelas Maret; 2008 h.125

Sedangkan total cost customer atau total customer cost adalah biaya yang harus ditanggung pelanggan untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan.³⁹ Jika satu atau lebih pelanggan membeli suatu produk atau jasa, sebenarnya konsumen tidak hanya akan menanggung biaya harga produk atau jasa yang dinyatakan dalam mata uang, tetapi juga konsumen akan menghabiskan waktu, tenaga, pikiran, dan biaya transportasi. . Serupa dengan produk atau jasa yang didapatkan konsumen sebenarnya, tetapi mereka juga bisa mendapatkan keuntungan lain, seperti jasa produk, citra produk, dll.

Indikator dari total customer cost atau total biaya pelanggan adalah sebagai berikut⁴⁰ :

1. Monetary Cost atau Biaya Keuangan, indikator ini merupakan total biaya yang dikeluarkan oleh seorang pelanggan dalam memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Hal ini termasuk sesuatu yang sangat krusial sifatnya.
2. Time Cost atau biaya waktu merupakan waktu yang diluangkan oleh seorang pelanggan demi memperoleh suatu produk atau jasa yang diinginkan.
3. Energy Cost atau biaya tenaga merupakan indikator dimana untuk memperoleh suatu produk atau jasa tersebut seorang pelanggan harus mengeluarkan tenaga untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya.
4. Psikis Cost atau biaya batin merupakan indikator dimana seorang pelanggan ketika memutuskan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan didalamnya ada pemikiran atau psikis yang ikut melandasinya.

Perbandingan antara Total Customer Value (TCV) dengan Total Customer Cost (TCC) merupakan Customer Delivered Value (CDV). Apabila TCV lebih besar dibanding TCC maka pelanggan merasa puas atau diuntungkan. Tetapi sebaliknya apabila TCC lebih besar dibanding TCV maka pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan.

Apabila TCV diselisihkan dengan TCC, hasil tersebut yang sebenarnya disebut dengan CDV. Jika CDV positif hal ini berarti bahwa pelanggan puas dan merasa

³⁹ *Ibid.*,

⁴⁰ *Ibid*

diuntungkan dan sebaliknya bila CDV negatif maka pelanggan akan merasa dirugikan atau merasa kurang puas.⁴¹

C. Teori Tingkat Pendapatan.

Pendapatan memiliki banyak sekali definisi dalam pengertiannya, dan penjabarannya dari berbagai versi menurut para ahli dan juga pakar ekonomi. Pendapatan menurut ikatan akuntan indonesia merupakan penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal dengan aktivitas penjualan yang menghasilkan sebuah income hal tersebut yang dnamakan dengan pendapatan.

Pendapatan sangat penting bagi seluruh siklus hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diterima maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk mendanai semua biaya dan aktivitas yang akan dilakukan perusahaan. Selain itu, laba rugi juga akan mempengaruhi laba rugi perusahaan yang ditunjukkan pada laporan laba rugi, sehingga pendapatan merupakan urat nadi perusahaan.

Pendapatan menurut soemarso adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual.⁴² Dan pendapatan juga merupakan aliran masuk aktiva atau pengurangan utang yang diperoleh dari hasil penyerahan barang atau jasa kepada pelanggan.

Menurut Sadono Sukirno, pendapatan adalah pendapatan berupa uang yang diperoleh dan dibagikan kepada entitas ekonomi berdasarkan prestasi yang diberikan, yaitu berupa pendapatan wiraswasta atau usaha perorangan dan pendapatan kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.⁴³

Soekartawi menjelaskan bahwa pendapatan akan mempengaruhi jumlah barang yang dikonsumsi. Masyarakat sering menemukan bahwa dengan bertambahnya pendapatan, tidak hanya barang yang dikonsumsi meningkat, kualitas barang juga perlu diperhatikan. Misalnya, sebelum pendapatan beras

⁴¹ Ibid

⁴² Soemarso S.R *Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Lima* (Jakarta: Salemba Empat; 2009) hal.54

⁴³ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta; Rajagrafindo Persada; 2006), hal. 47

meningkat, masyarakat mengira kualitasnya kurang baik, tetapi setelah pendapatan meningkat kualitas konsumsi beras menjadi lebih baik.⁴⁴

Berdasarkan pengertian pendapatan menurut beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan suatu hasil dari kegiatan penciptaan suatu barang atau jasa melalui aktivitas penjualan yang menghasilkan suatu *income* atau pendapatan didalam arus kas masu, yang mengakibatkan penirinan kewajiban dan peningkatan aktiva.

Menurut Boediono faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan seseorang meliputi sebagai berikut⁴⁵ :

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil tabungan dan investasi tahun ini serta pemberian warisan jika ada.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi
3. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatan dan konsumsi sangat penting dalam berbagai masalah ekonomi. Fakta menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat seiring dengan pendapatan, sebaliknya jika pendapatan menurun maka pengeluaran konsumsi juga akan menurun. Besarnya pengeluaran tergantung pada kemampuan keluarga untuk mengelola pendapatan atau pendapatan⁴⁶

Distribusi pendapatan adalah distribusi atau pengeluaran yang dilakukan oleh masyarakat untuk permintaan konsumen. Kurangnya distribusi pendapatan akan mengakibatkan daya beli yang rendah, kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan fenomena lainnya yang pada akhirnya akan menimbulkan anti pati dari kelompok berpenghasilan rendah ke kelompok berpenghasilan tinggi, sehingga menimbulkan kecemburuan sosial di masyarakat.

1. Jenis dan Golongan Pendapatan.

Dalam praktiknya pendapatan dikelompokkan dalam dua hal yakni :

⁴⁴ Soekartawi, *Faktor-faktor Produksi*,(Jakarta: Salemba Empat;2012), hal. 132

⁴⁵ Boediono, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 150

⁴⁶ Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen", *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.

1. Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok (usaha utama) perusahaan
2. Pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari luar usaha pokok (usaha sampingan) perusahaan

Sedangkan menurut Soeparmoko pendapatan secara garis besar digolongkan menjadi 3 golongan diantaranya ialah :

1. Gaji dan upah. Gaji dan upah termasuk kedalam golongan pendapatan dikarenakan untuk mendapatkan gaji dan upah seseorang perlu bekerja keras untuk orang lain untuk mendapatkan gaji atau upah. sehingga ketika mendapatkan gaji dan upah hal tersebut masuk kedalam pendapatan atau income seseorang.
2. Pendapatan dari usaha sendiri. Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan
3. Pendapatan dari bisnis lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa input tenaga kerja biasanya merupakan pendapatan insidental, yang meliputi pendapatan dari menyewakan rumah, ternak dan komoditas lainnya, bunga dari mata uang, iuran dari pihak lain, pendapatan pensiun, dll.⁴⁷

Pendapatan menurut perolehannya dibedakan menjadi 2 jenis :

- a. Pendapatan kotor, pendapatan kotor merupakan keseluruhan pendapatan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya.
- b. Pendapatan bersih, yaitu pendapatan yang diperoleh sesudah dikurangi dengan biaya-biaya lainnya.

Sedangkan pendapatan menurut bentuknya dibedakan menjadi 2 Yakni:

- a. Pendapatan barang, merupakan pendapatan yang sifatnya reguler dan biasanya tidak berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang

⁴⁷ Soeparmoko, *Pengantar Ekonomi Makro* (Jakarta; BPPE, 2000) h.123

- b. Pendapatan uang, segala penghasilan yang sifatnya reguler dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa, sumber utamanya berupa gaji, upah.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.

A. Jenis Penelitian

Jenis analisis data yang digunakan adalah jenis analisis kualitatif, artinya penelitian ini akan memfokuskan pada analisis proses penalaran deduktif dan induktif serta analisis dinamik antar fenomena yang diteliti menggunakan logika ilmiah, dimana permasalahan penelitian ini akan dijawab melalui cara-cara berfikir formal dan argumentatif. Namun secara spesifik, metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yakni dengan pencarian fakta dan interpretasi yang tepat yakni metode deduktif dan juga metode komparatif.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan juga data sekunder data ini diperoleh dari hasil wawancara atau interview dari penduduk sekitar yang mejadi pelaku bisnis muslim dikawasan pantai tersebut dan juga wawancara secara langsung kepada pengelola pantai bondo. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen dokumenn jurnal penelitian, buku buku serta artikel yang terkait dengan materi penelitian.

B. Gambaran Umum Kabupaten Jepara

1. Sejarah Kabupaten Jepara.

Jauh sebelum adanya kerajaan-kerajaan di tanah jawa. Di ujung sebelah utara pulau Jawa sudah ada sekelompok penduduk yang diyakini orang-orang itu berasal dari daerah Yunnan Selatan yang kala itu melakukan migrasi ke arah selatan. Jepara saat itu masih terpisah oleh selat Juwana.

Menurut sejarah nama jepara berasal dari kata ujung para,ujung mara dan juga jumpara yang kemudian menjadi jepara, yang berarti sebuah pemukiman orang-orang yang berdagang ke berbagai daerah.

Berdasarkan buku “Sejarah Baru Dinasti Tang (618-906 M)” mencatat, pada tahun 674 M ada seorang musafir dari Tionghoa bernama I-Tsing yang pernah berkunjung di negeri Holing atau Kaling atau Kalingga yang juga disebut Jawa atau

Japa dan diyakini berlokasi di Keling (kawasan timur Jepara) serta dipimpin oleh seorang raja wanita bernama Ratu Shima yang dikenal sangat keras dan tegas.⁴⁸

Tome Pires seorang penulis Portugis dalam bukunya “Suma Oriental”, Jepara baru dikenal pada abad ke-XV (1470 M) sebagai bandar perdagangan yang kecil dihuni oleh 90-100 orang dan dipimpin oleh Aryo Timur dan berada dibawah pemerintahan Demak. Kemudian Aryo Timur digantikan oleh putranya yang bernama Pati Unus (1507-1521). Pati Unus mencoba untuk membangun Jepara menjadi kota niaga. Pati Unus dikenal sangat gigih melawan penjajahan Portugis di Malaka yang menjadi mata rantai perdagangan nusantara.

Setelah Pati Unus wafat digantikan oleh ipar Faletihan /Fatahillah yang berkuasa (1521-1536). Kemudian pada tahun 1536 oleh penguasa Demak yaitu Sultan Trenggono, Jepara diserahkan kepada anak dan menantunya yaitu Ratu Retno Kencono dan Pangeran Hadiri suami. Namun setelah tewasnya Sultan Trenggono dalam Ekspedisi Militer di Panarukan Jawa Timur pada tahun 1546, timbulnya geger perebutan tahta kerajaan Demak yang berakhir dengan tewasnya Pangeran Hadiri oleh Aryo Penangsang pada tahun 1549. Kematian orang-orang yang dikasihi membuat Ratu Retno Kencono sangat berduka dan meninggalkan kehidupan istana untuk bertapa di bukit Danaraja. Setelah terbunuhnya Aryo Penangsang oleh Sutowijoyo, Ratu Retno Kencono bersedia turun dari pertapaan dan dilantik menjadi penguasa Jepara dengan gelar NIMAS RATU KALINYAMAT. Pada masa pemerintahan Ratu Kalinyamat (1549-1579), Jepara berkembang pesat menjadi Bandar Niaga utama di Pulau Jawa, yang melayani ekspor import. Disamping itu juga menjadi Pangkalan Angkatan Laut yang telah dirintis sejak masa Kerajaan Demak.

Seperti yang diketahui semua orang, Ratu Kalinyamat memiliki semangat patriotisme anti kolonial. Hal ini dapat dibuktikan dengan mengirimkan armada perang ke Malaka pada tahun 1551 dan 1574 untuk menyerang Portugis. Jika orang Portugis saat itu menyebut ratu "RAINHA DE JEPARA SENORA DE RICA" ini tidak berlebihan, artinya Raja Jepara adalah wanita yang sangat sakti. Serangan sang ratu yang gagah dan berani ini melibatkan hampir 40 kapal, termasuk sekitar 5.000 prajurit. Namun serangan ini gagal, ketika prajurit Kalinyamat ini melakukan serangan darat dalam upaya mengepung benteng pertahanan Portugis di Malaka, tentara Portugis dengan persenjataan lengkap berhasil mematahkan kepungan tentara

⁴⁸ Dikutip dari www.jurnal-sejarah.com, diakses pada tanggal 9 oktober 2020 pukul 10.49 WIB.

Kalinyamat. Namun semangat Patriotisme sang Ratu tidak pernah luntur dan gentar menghadapi penjajah bangsa Portugis, yang di abad 16 itu sedang dalam puncak kejayaan dan diakui sebagai bangsa pemberani di Dunia. Dua puluh empat tahun kemudian atau tepatnya Oktober 1574, sang Ratu Kalinyamat mengirimkan armada militernya yang lebih besar di Malaka.

Ekspedisi militer kedua melibatkan 300 kapal, termasuk 80 kapal jung besar, dan didalamnya terdapat di antaranya 15.000 tentara terpilih. Armada militer kedua dikirim oleh panglima terpenting dari kerajaan itu, yang oleh orang Portugis disebut dengan "QUILIMO". Meskipun perang kedua yang berlangsung beberapa bulan tersebut tidak berhasil melawan portugis dari malaka, tentara Kalinyamat juga gagal mengusir Portugis dari Malaka, namun hal itu membuat Portugis takut dan jera berhadapan dengan Raja Jepara. Hal ini dibuktikan dengan terbebasnya Pulau Jawa dari penjajahan Portugis pada abad ke-16.

Sebagai peninggalan sejarah perang besar antara Jepara dan Portugis, hingga saat ini masih terdapat sebuah makam bernama Makam Tentara Jawa di Malaka. Selain itu, citra Ratu Kalinyamat (Ratu Kalinyamat) juga berperan penting dalam pembudidayaan seni ukir, Yang menggabungkan yaitu perpaduan seni ukir Majapahit dengan seni ukir Patih Badarduwung yang berasal dari Negeri Cina. dan seni ukir saat ini menjadi andalan utama perekonomian Jepara. Menurut catatan sejarah Ratu Kalinyamat wafat pada tahun 1579 dan dimakamkan di desa Mantingan Jepara, di sebelah makam suaminya Pangeran Hadlirin. Mengacu pada semua aspek positif yang telah dibuktikan oleh Ratu Kalinyamat sehingga Jepara menjadi negeri yang makmur, kuat dan mashur maka penetapan Hari Jadi Jepara yang mengambil waktu beliau dinobatkan sebagai penguasa Jepara atau yang bertepatan dengan tanggal 10 April 1549 ini telah ditandai dengan Candra Sengkala TRUS KARYA TATANING BUMI atau terus bekerja keras membangun daerah. Jepara merupakan salah satu kota tua yang berada di Pulau Jawa.

Dalam perjalanan Tom Pires di pantai utara Jawa dari tahun 1513 hingga 1517, ia mengatakan bahwa pada tahun 1470 Jepara merupakan salah satu kota pesisir, yang dihuni baru sekitar 100 orang di bawah kepemimpinan Aryo Timur. Meski orang tersebut masih bagian dari Kerajaan Demak, Aryo Timur berhasil mengembangkan kota kecil ini menjadi pelabuhan di pesisir utara Jawa. (Suma Oriental, "Tome Pires"). Ada tiga wanita yang menorehkan sejarah yang terkenal di kota Jepara yaitu Ratu Shima, Ratu Kalinyamat, dan R.A. Kartini. Meski para ahli

archeolog dan sejarah belum bersepakat, masyarakat Jepara meyakini bahwa Ratu Shima pernah memimpin dan berkuasa di daerah Jepara dan berkuasa di Kerajaan Kalinga sekitar abad ke VII. Diyakini bahwa kerajaan tersebut pernah tinggal di daerah yang sekarang dikenal sebagai Keling. Beberapa peninggalan budaya Hindu, seperti Yoni, perhiasan dan candi, ditemukan di Keling sebagai bukti Kerajaan Kalingga. Sejarah selanjutnya adalah Kalinyamat, Ratu Jepara yang memimpin Jepara dari tahun 1549 sampai 1579. Ratu Kalinyamat (sebelumnya disebut "Retno Kencono") adalah istri Pangeran Hadirin..

Retno Kencono memimpin Jepara menggantikan suaminya yang dibunuh oleh Arya Panangsang akibat perebutan kekuasaan Demak. Pengukuhan Ratu Kalinyamat terekam dalam buku "Trus Karya Tataning Bumi" karya Candra Sengkala yang diperkirakan terjadi pada tahun 956 H Robiul Awal atau tahun 1549. 10 April. Tanggal tersebut kemudian ditetapkan menjadi hari jadi Jepara.

2. Visi dan Misi Kabupaten Jepara.

a. Visi

Mewujudkan Jepara Madani Yang Berkarakter, Maju dan Berdaya Saing.

b. Misi

- a. Memperkuat Potensi Sumber Daya Manusia yang Berkualitas, Religius dan Berbudaya
- b. Pendayagunaan Sumberdaya Alam yang Seimbang untuk Kesejahteraan Masyarakat
- c. Mewujudkan Perekonomian Daerah yang Progresif dan Mandiri
- d. Mewujudkan Pemerataan Pembangunan yang Berkeadilan
- e. Meningkatkan Tatakelola Pemerintahan yang baik (*good governance*) dan Pelayanan Publik yang Profesional⁴⁹

3. Letak Geografis Kabupaten Jepara.

Letak geografis Kabupaten Jepara terletak di bagian utara Provinsi Jawa Tengah dengan koordinat 110°9'48,02" – 110°58'37,40" BT dan 5°43'20,67" – 6°47'25,83" LS, dengan batas-batas wilayah meliputi Barat berbatasan dengan Laut

⁴⁹ Dikutip dari jepara.go.id, diakses pada tanggal 9 Oktober 2020 pukul 11.00 WIB

Jawa, sebelah selatan berbatasan langsung dengan Kabupaten Demak, sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa sedangkan sebelah timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Kudus dan Kabupaten Pati.⁵⁰

Jarak terdekat ke ibu kota Kabupaten adalah Kecamatan Tahunan yaitu 7 km dan jarak terjauh adalah kecamatan karimunjawa yaitu 90 km. Luas wilayah yang dimiliki seluas 100.413,189 Ha atau sekitar 1.004,13 Km² yang meliputi 16 Kecamatan, 184 Desa dan 11 Kelurahan. Sementara itu wilayah laut seluas 2.112,836 km²

C. Gambaran Umum Pantai Bondo

1. Sejarah Umum Pantai Bondo

Bondo adalah sebuah desa yang terletak di Kabupaten Jepara Kecamatan Bangsri, Jawa Tengah, Indonesia. Secara geografis Desa Bondo di sebelah selatan berbatasan langsung dengan Desa Karanggondang, sebelah timur berbatasan dengan Desa Jerukwangi, sebelah utara berbatasan langsung dengan Laut Jawa, dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Karanggondang..⁵¹

Secara administratif Desa Bando terdiri dari 2 dukuh kecil yaitu Dukuh Margokerto dan Dukuh Kertomargo. Jarak antara Desa Bondo dan Kota Jepara kurang lebih 20 kilometer atau sekitar 30 menit perjalanan. Sejak dulu, kawasan Bando dipenuhi dengan area persawahan dan hutan. Desa Bondo dibabat, atau pertama kali ditemukan oleh orang Simongan,semarang yang bernama Guno Wongso. Dia bekerja sebagai tukang bangunan atau mandor di area Cumbring di ladang tebu. Pada tahun 1901, pemerintah Hindia Belanda menyewa daerah tertentu di Bondo selama 75 tahun. 46 Areal yang disewakan itu disebut "Persil" yang artinya sebidang tanah, meskipun nama areanya sudah diganti menjadi Margokerto, nama itu masih terdengar sampai sekarang.

Sebagai penerus pembuka atau babat alas Desa Bondo, Tunggul Wulung memang datang ke Desa Bondo untuk mencari Guno Wongso. Konon saat itu Tunggul menemukan Guno Wongso di Desa Bondo dan merasa nyaman dan bahagia di daerah ini, sehingga Tunggul Wulung Memilih menetap, maka dia membersihkan bagian

⁵⁰ Ibid

⁵¹ Ibid

utara dan menamakannya Tanjung Jati atau sekarang disebut Dung Jati (Ujung Jati) karena dulunya adalah desa dengan banyak pohon jati.⁵²

Salah satu bukti sejarah adalah ditemukannya bekas kediaman Tunggul Wulung di Desa Dung jati, dan ditemukannya makam Mbok ENdang Sampurnowati, seorang abdi atau pelayan setia Tunggul Wulung, karena meninggalnya Guno Wangso meninggal dunia, Guno Wongso meninggalkan istri dan anak kecilnya, dan kemudian Tunggul Wulung menjadikan mantan istrinya Guno Wongso menjadi istri dari Tunggul Wulung. Mereka adalah nenek moyang atau pionir masyarakat Desa Bando. Saat itu Tunggul Wulung dan juga Guno Wongso sudah beragama Kristen namun masih bercampur dengan adat Jawa. Buku yang masih ia tulis dengan menggunakan ilmu kebatinan Jawa membuktikan hal tersebut, dan buku ini dipegang oleh keturunannya.

2. Fasilitas Yang Ada di Pantai Bondo Kabupaten Jepara.

Pantai Bondo menawarkan keindahan pantai berpasir putih dan pengunjung juga bisa menikmati keindahan sunset. Selain itu pantai bondo juga menyajikan wisata kuliner laut khas daerah jepara seperti pindang serani dan lain lain.

Ombak di pantai ini terbilang cukup tenang dan tidak membahayakan kecuali di musim badai laut, sehingga para wisatawan bisa dengan bebas bermain air. Akan tetapi para wisatawan tetap harus mentaati peraturan yang sudah diberikan oleh pengelola wisata pantai ini.

Beberapa fasilitas yang disediakan di pantai bondo untuk saat ini ialah lahan tempat parkir yang luas, musholla untuk beribadah, toilet umum, tempat bilas air laut dan cafe cafe serta restoran yang menyediakan kuliner kuliner laut khas daerah jepara. Serta adanya tempat untuk berselfie seperti hiasan hiasan ditengah pantai yang menambah keestetikan ketika berkunjung disuatu tempat serta tempat penjualan souvenir khas pantai bondo.

Pemerintah daerah memang sengaja menggeratiskan tiket masuk untuk ke kawasan wisata pantai ini karena letaknya yang memang lumayan jauh dari jalan raya untuk hari hari biasa yang sepi pengunjung. Akan tetapi ketika hari libur atau hari

besar tiba pantai bondo ini akan ramai dikunjungi pengunjung dan pada saat inilah tiket masuk baru di jalankan. Tarif tiket masuk ke pantai bondo ketika hari besar atau hari libur tiba sebesar Rp 5000 per sepeda motor roda dua, sedangkan tarif Rp 10.000 untuk kendaraan yang beroda empat.

Pengelolaan Pantai Bondo ini masih terkendala di bagian koordinasi. karena rata rata kepemilikan tanah yang ada di sekitar Pantai Bondo merupakan tanah hak milik warga, sehingga apabila pemerintah ingin membuat suatu perubahan dalam pengembangan objek pariwisata terdapat pro dan kontra. Selain hal itu, pengelolaan tata guna kawasan juga masih minim. Belum adanya sanitasi yang baik. dalam hal pengelolaan akses jalan sudah lumayan bagus, akan tetapi perlu adanya pelebaran bahu jalan agar kendaraan-kendaraan transportasi seperti bus pariwisata bisa masuk. Selama ini bus pariwisata tidak bisa masuk ke kawasan wisata ini. di karenakan akses jalan yang lumayan susah dan bahu jalan yang sempit.

Dalam Pengelolaan Pantai Bondo, pengelola Pantai Bondo mendapatkan bantuan dari PLTU Tanjung Jati B, bantuan tersebut adalah bantuan CSR. CSR ini diberikan kepada pengelola Pantai Bondo untuk mengembangkan dan membuat bangunan-bangunan yang berguna untuk menambah daya tarik wisatawan.

D. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan oktober-november 2020 yang dilakukan di Desa Bondo Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara bertempat di warung warung atau cafe tempat berlangsungnya usaha usaha milik pelaku bisnis muslim.

Obyek penelitian ini adalah para pedagang muslim yang berjualan di kawasan wisata pantai Bondo dan juga pengelola wisata serta pengunjung wisata Pantai Bondo dengan metode wawancara langsung.

E. Alat Penelitian.

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat perekam suara di handphone, kamera, buku catatan beserta alat tulisnya.

F. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik acak sederhana. Teknik acak sederhana merupakan metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi dengan cara sedemikian rupa sehingga setiap populasi memiliki peluang yang sama besar untuk diambil sebagai sampel.

Teknik selanjutnya yaitu menggunakan teknik snowball sampling yaitu dengan cara mencari informasi dari orang yang dianggap penting yang bisa memberikan informasi dalam hal ini penulis akan mencari informasi melalui ketua pengelola wisata pantai dan juga pemerintah desa.

Teknik snowball sampling ini merupakan teknik penentuan sampel yang awal mulanya berjumlah kecil, penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari oranglain yang dipandang lebih tau dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya.

G. Prosedur Penelitian.

Pengumpulan data pengetahuan dari obyek penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap Observasi

Pada tahap ini digali melalui observasi awal yaitu observasi melalui pedagang atau pelaku bisnis muslim yang berjualan sekitar di kawasan wisata Pantai Bondo mengenai strategi pengembangan pariwisata Pantai Bondo terhadap dampak pendapatan pelaku bisnis muslim.

Pengambilan data dilakukan dengan teknik survei melalui wawancara sehingga diperoleh informasi data lisan dari responden. Data wawancara disusun rapi dalam buku catatan penulis mengenai strategi pengembangan pariwisata terhadap pendapatan pelaku bisnis muslim dikawasan wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara.

2. Dokumentasi

Setelah pengambilan data dengan wawancara dilakukan maka selanjutnya dilakukan pengamatan dan dilakukan dokumentasi sehingga penelitian ini memiliki bukti yang kuat.

3. Analisis Data.

- a. Mengamati strategi pengembangan pariwisata yang diterapkan di wisata Pantai Bondo
- b. Melakukan wawancara kepada pelaku bisnis muslim dan pihak pengelola terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua data yaitu data primer dan data sekunder. Berikut akan dijelaskan kedua data tersebut :
 - a. Data primer

Diperoleh langsung dari lapangan yang dikumpulkan melalui wawancara responden, pengamatan dan pengambilan data dari para pelaku bisnis muslim mengenai tingkat pendapatan dengan adanya strategi pariwisata.

Setelah data diperoleh dari hasil wawancara kemudian data tersebut diolah dengan cara wawancara, setelah wawancara didapatkan data dari responden kemudian data tersebut diolah dengan cara tabulasi kemudian coding dan setelah itu presentasi degree.

- b. Data Sekunder.

Data sekunder yang telah dikumpulkan meliputi data kondisi umum lokasi penelitian, data sosial ekonomi, dan budaya masyarakat. Data juga diambil dari referensi mengenai penunjang yang diperlukan untuk memperkuat data seperti jurnal, artikel dan juga buku-buku yang berkaitan dengan strategi pengembangan pariwisata.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Hasil dari observasi yang telah dilakukan di Pantai Bondo telah didapatkan melalui wawancara yang dilakukan kepada masyarakat serta penjual yang ada di pantai Bondo. Penelitian ini diawali dengan melakukan wawancara kepada Pak Carik atau sekretaris Desa Bondo karena Beliau adalah yang dapat menunjukkan narasumber yang akan diwawancarai. Hasil dari wawancara yang dilakukan di pantai Bondo adalah sebagai berikut.

A. Gambaran Strategi Pengembangan Pariwisata Yang di Lakukan Dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku Bisnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo.

Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha dalam pengembangan serta memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih menarik dan lebih baik ditinjau dari berbagai aspek yang didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan dalam mengunjungi suatu objek pariwisata.

Dalam konteks wilayah/daerah, pada prinsipnya pengembangan adalah suatu proses dimana melakukan perubahan secara terencana terhadap wilayah/daerah baik dari segi sosial, budaya, ekonomi, lingkungan infrastruktur dan lain sebagainya. Pengembangan dapat diartikan juga harus menggunakan perencanaan yang matang. Dalam hal ini tentunya berkaitan dengan sektor pariwisata, oleh karena itu melakukan perencanaan pengembangan pariwisata merupakan bagian terpenting dari pengembangan suatu wilayah atau daerah.

Strategi merupakan langkah awal dalam suatu perencanaan dalam upaya perubahan suatu tatanan. Strategi juga penentu awal suatu kebijakan dalam pengambilan keputusan yang tepat dan sesuai menurut keadaan dan kondisi suatu permasalahan.

Terkait dengan pengembangan pastinya perlu perencanaan yang kuat dan matang, dengan melakukan perencanaan pengembangan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata merupakan hal yang sangat penting dan sangat diperlukan, karena demi mencapai keberhasilan serta kesuksesan daripada pembangunan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata tersebut.

Selain hal tersebut, secara umum diperlukannya suatu perencanaan dalam pengembangan pariwisata mencakup hal-hal sebagaimana berikut ⁵³:

1. Kegiatan pariwisata dapat berdampak positif dan negatif. Oleh karena itu, untuk dapat mengoptimalkan dampak positif dan mengurangi dampak negatif tersebut, harus ada perencanaan yang baik dan matang dalam pengembangan pariwisata.
2. Perlunya perencanaan dalam pengembangan daerah tujuan pariwisata hal ini dikarenakan adanya pergeseran- pergeseran dan perubahan-perubahan dari pada permintaan pasar wisatawan baik saat ini maupun yang akan datang.
3. Dari perspektif ekonomi, masyarakat, budaya dan lingkungan (termasuk ekologi), perlu adanya perencanaan dan pengembangan industri pariwisata agar pengembangan dan kemajuan industri pariwisata di daerah tujuan wisata dapat memenuhi tujuan atau harapan yang diharapkan, sekaligus mencapai tujuan tersebut. .
4. Pariwisata merupakan multisektoral dan multi disiplin yang melibatkan berbagai pelaku pariwisata dan industri serta elemen lain yang mendukung kegiatan pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang baik dalam pengembangan kawasan tujuan wisata agar unsur-unsur kegiatan wisata tersebut dapat diatur secara konseptual dan sistematis, sehingga pengembangan kawasan tujuan wisata dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi pengembangan pariwisata di pantai bondo ini menggunakan strategi pengembangan pariwisata melalui media sosial sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh sekretaris desa yang juga selaku pembinaan sektor wisata di pantai bondo pak ahmad yusron beliau berkata bahwa strategi yang digunakan dalam mengembangkan pariwisata pantai di bondo adalah dengan menggunakan media sosial yang harapannya dapat meningkatkan jumlah pengunjung, selain strategi tersebut pak yusron juga menyebutkan strategi yang dilakukan adalah menggunakan strategi word of mouth atau komunikasi dari mulut ke mulut hal ini

⁵³ Mohamad Ridan et al, *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*, Jogjakarta;Deepublish;2019 h.14

merupakan salah satu strategi yang diterapkan karena terbukti mampu menarik minat para pengunjung untuk datang berlibur ke Pantai Bondo.⁵⁴

Daya tarik pantai bondo adalah keindahan pantai dan wisata kuliner, disekitar wisata pantainya terdapat wisata religi yang pertama adalah mbah Sutojiwo dan mbah Sayyid Abdurrahman. Potensi dan daya tarik tersebut sudah dimanfaatkan secara maksimal. Pihak desa juga sudah terus mengoptimalkan dan mengupayakan baik diwisata pantai dan juga wisata religi. Dengan bukti menganggarkan serta mengucurkan dana di dua sektor pariwisata tersebut.

Untuk menarik minat para pengunjung tersebut, pemerintah Desa Bondo juga sudah membuat alokasi dana terkait tata kelola ruang dan terus mengupayakan serta mengotimalisasi fasilitas dan pelayanan yang ada di pantai bondo. Dana alokasi tersebut digunakan untuk pengembangan sarana dan prasarana yang ada di pantai bondo.

Setiap tahunnya pihak desa bondo dan juga pihak pengelola pantai bondo membuat perjanjian diatas materai bahwa setiap tahun pihak pengelola bondo harus menyetorkan uang senilai Rp 100.000.000 hal ini dikarenakan pengelolaan pantai bondo masih sangatlah minim sehingga pihak desa berupaya untuk ikut serta dalam pengelolaan pantai bondo. Uang senilai Rp 100.000.000 tersebut dijadikan sebagai Pendapatan Asli Daerah, yang nantinya akan digunakan untuk pengembangan pariwisata di Pantai Bondo. Uang perjanjian tersebut, didapatkan dari hasil tiket masuk wisatawan yang dimana besarnya ditentukan oleh pihak pengelola pantai bondo.

Pantai bondo sendiri memiliki gambaran pariwisata antara lain pantai yang digunakan sebagai pariwisata dan obyek wisata, cafe, wisata kuliner, wisata religi dan event pada hari besar seperti pada hari raya idul fitri, hari raya idul adha dan juga pada tahun baru bahkan hari hari besar lainnya. Event yang diselenggarakan oleh pengelola pantai bondo diantaranya ialah membuat acara konser dangdut. Hal ini terbukti mampu menarik minat pengunjung.

⁵⁴ Wawancara dengan Pak Ahmad Yusron, selaku sekertaris pemerintah desa Bondo pada tanggal 5 November 2020.

Faktor-faktor pendukung dan penghambat adanya wisatawan masuk di Pantai Bondo antara lain ialah karena faktor alam seperti faktor musim, biasanya jika musim penghujan maka pengunjung cenderung sedikit, sedangkan jika musim panas maka pengunjung akan banyak, terutama di hari jumat wage, warga jepara sendiri percaya bahwa jumat wage ini merupakan hari yang berbeda karena di percaya kalau mandi laut di hari jumat wage dapat menghilangkan penyakit kulit. Untuk saat ini, karena sedang masa pandemi pengunjung benar benar sepi dan tidak banyak yang berkunjung ke Pantai Bondo.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah desa Bondo dalam meningkatkan jumlah kunjungan di pantai Bondo adalah dengan menggunakan sosial media yang utama, sosial media tersebut dimiliki oleh tiap tiap pengusaha atau kelompok yang memiliki usaha di Pantai Bondo seperti homestay. Medial sosial tersebut antara lain adalah facebook dan instagram. Promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh pengelola objek wisata pantai juga sedemikian rupa yakni menggunakan sosial media sebagai alat untuk mempromosikan wisata dan juga usaha mereka serta dari word of mouth. Atau komunikasi dari mulut ke mulut.

Fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh pemerintah dan juga pengelola Pantai Bondo antara lain adalah, fasilitas umum seperti kamar mandi, fasilitas untuk berwisata kuliner, tempat parkir, tempat penjualan ikan. Tempat untuk beribadah seperti musholla umum dan ada beberapa spot foto untuk pengunjung. Untuk pelayanan wisata para pengunjung disajikan dengan keramahan para penduduknya dan penjual makanan yang ada disekitar sana.

Faktor pendukung dalam usaha pengembangan Pantai Bondo adalah yang pertama pihak desa memiliki relasi dengan tekanan CSR, CSR merupakan bantuan dari PLTU Tanjung Jati B yang berada di Desa Tubanan yang berdampingan dengan Desa Bondo yang selalu mendukung kegiatan wisata daerah seperti di wisata pantai. Baik itu upgrading kelompok usaha wisata seperti upgrading pengetahuan kesadaran wisata bahkan upgrading tentang kewirausahaan. Sedangkan faktor penghambat untuk pengembangan objek wisata, dari pemerintah desa ini sangat kesulitan terkait koordinasi dengan pihak pengusaha yang memiliki usaha di daerah objek wisata Pantai Bondo, karena diwilayah pantai bondo ini hampir 90% tanah milik pribadi. Sehingga sangat

kesulitan untuk mengkoordinasi dengan pemerintah desa karena mereka punya hak atas tanah tersebut.

Dampak adanya strategi pengembangan pariwisata, dampaknya adalah menaikkan jumlah pendapatan asli daerah selain itu dampaknya adalah dapat meningkatkan jumlah pendapatan dari pengusaha kuliner serta pengusaha lainnya yang berada di objek wisata Pantai Bondo.

Apabila destinasi tersebut sangat berkembang maka destinasi wisata tersebut akan berdampak pada masyarakat sekitar, seperti peningkatan pendapatan masyarakat dan wilayah, serta perkembangan industri pariwisata akan berdampak positif pada perluasan kesempatan usaha dan lapangan kerja. Peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pengeluaran wisatawan selama perjalanan dan persinggahan, seperti akomodasi, makanan dan minuman, cinderamata, jasa transportasi, dll, selain itu untuk mendorong perkembangan dan pertumbuhan daerah pembangunan lainnya. Salah satu ciri pariwisata adalah ketergantungan dan keterkaitan dengan sektor pembangunan lainnya. Oleh karena itu, perkembangan pariwisata akan mendorong pertumbuhan di bidang pembangunan lainnya..

B. Analisis Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Bisnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara.

Pembangunan dan pengembangan di sektor pariwisata perlu didorong dengan mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya dan potensi pariwisata yang ada di daerah tersebut. Dengan memperluas dan pemerataan peluang usaha dan kerja terutama bagi masyarakat sekitar. Bentuk Perusahaan atau pengusaha yang beraktivitas pada jasa pariwisata dapat berbentuk usaha mikro kecil dan usaha mikro menengah maupun usaha yang dapat mendukung berjalannya suatu aktivitas pariwisata.⁵⁵

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah menyebutkan bahwa ⁵⁶:

a. Usaha Mikro

⁵⁵ Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 108

⁵⁶ UU RI No 20 Tahun 2008 tentang UMKM

Usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki orang atau perorangan dan atau badan usaha perorangan. Dan yang memenuhi usaha kriteria usaha mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paing banyak Rp.50.000.000 dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000.

b. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif mandiri, yang dilakukan oleh orang atau perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari anak perusahaan atau anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau secara langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang mempunyai kriteria standar usaha kecil dan yang memiliki nilai aset bersih lebih dari Rp 50.000.000 dan paling banyak Rp 500.000.000 serta memiliki hasil penjualan Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000.

c. Usaha Menengah.

Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif mandiri, yang dioperasikan atau dilakukan perorangan, perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan nilai aset bersih lebih dari Rp.500.000.000 dan paling banyak Rp. 10.000.000.000 dengan hasil penjualan Rp.2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000.⁵⁷

Masyarakat pesisir Pantai Bondo memperoleh penghasilan dari objek wisata Pantai Bondo. Usaha atau bisnis yang dilakukan diantaranya adalah :

1. Usaha Kuliner.

Jenis usaha ini merupakan jenis usaha yang sangat dibutuhkan oleh para wisatawan ketika berkunjung dan berlibur di Pantai Bondo. Karena para wisatawan pasti membutuhkan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan mereka ketika sedang berada di lokasi wisata. Karena tidak semua wisatawan membawa bekal makanan dan minuman oleh karena itu banyak sekali yang mendirikan usaha kuliner. Usaha kuliner ini diantaranya adalah berdirinya cafe-cafe di sepanjang Pantai Bondo. Harga yang ditawarkan sangat bervariasi.

⁵⁷ Ibid.

Tabel 2

Data Cafe dan Restaurant Pantai Bondo

No	Nama Cafe/Restaurant
1.	Cafe Lampion
2.	Rumah Makan Alam Biru
4.	Cafe ungu
5.	Cafe Mbokdhe
6.	Rumah Makan Pondok Indah
7.	Cafe Samudra
8.	Cafe Poncol
9.	Cafe jingkings
10.	Cafe Azman

2. Usaha Jasa Penginapan atau HomeStay

Usaha jasa penginapan ini sangat dibutuhkan oleh para wisatawan yang berdomisili di luar kota jepara. Sehingga dapat memfasilitasi kebutuhan para wisatawan yang sedang berkunjung ke Pantai Bondo dan yang ingin menikmati suasana pantai di malam hari untuk menginap disana. Ada beberapa fasilitas yang disediakan oleh pihak jasa penginapan untuk melengkapi kebutuhan para wisatawan diantaranya ialah bungalau,wifi,mushola,dan tempat gym.

Tabel 3

Data Jumlah Usaha Penginapan dan Home Stay di Pantai Bondo

No	Nama Home Stay
1.	Homestay Pondok Indah

3. Usaha Toko Kelontong.

Usaha ini merupakan usaha yang banyak ditemui disepanjang jalan menuju arah pantai, toko kelontong ini menjual berbagai macam jenis makanan ringan, bbm,sabun dll yang dibutuhka para wisatawan ketika berkunjung ke Pantai Bondo.

4. Usaha Tempat Penjualan Ikan.

Di Pantai Bondo terdapat tempat penjualan ikan hasil tangkapan para nelayan yang mencari ikan di laut Bondo, ikan ikan tersebut dijual kepada tengkulak bahkan kepada para pengunjung yang menginginkan tangkapan segar dari hasil laut.

5. Usaha Toko Cendera Mata.

Toko cendera mata dapat ditemui di pinggir jalan kearah masuk objek wisata dekat dengan Tempat Pelelangan Ikan (TPI) disana menjual berbagai kerajinan dari hasil laut, baju baju khas tulisan Pantai Bondo, Topi Pantai dan lain-lain, untuk harganya pun bervariasi.

Tabel 4

Jenis Usaha di Sekitar Objek Wisata Pantai Bondo

No	Jenis Usaha	Unit
1.	Usaha Kuliner/ Cafe	22
2.	Usaha Penginapan/ Homestay	1
3.	Usaha Toko Kelontong	3
4.	Usaha Tempat Penjualan Ikan	1
5.	Usaha Tempat Penjualan Cendera Mata	1
6.	Total	28 unit

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui dampak pengembangan objek wisata Pantai Bondo terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha muslim di objek wisata Pantai Bondo. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil jawaban informan dengan melakukan wawancara kepada pelaku usaha yang ada di sekitar objek wisata pada tanggal 5 November 2020- 8 November 2020.

1. Wawancara dengan pak Nanang Cahyo Hadi, ketua paguyuban kedai dan warung khususnya yang berada di RT 2 RW 4 Desa Bondo yang dekat dengan kawasan wisata pantai bondo dan juga selaku pengusaha yang berdagang di objek wisata Pantai Bondo, pak nanang mendirikan usaha ini sejak tahun 2016, jenis usaha yang dipilih merupakan kedai kopi, cafe dan restaurant yang menitik beratkan pada menu menu kuliner laut khas Pantai Bondo, serta

menyediakan berbagai macam aneka rasa minuman berbau kopi seperti good day, es degan atau kelapa muda dan aneka cemilan lainnya. Untuk pendapatan dari hasil berusaha ini bersihnya bisa sampai Rp 5.000.000 per bulannya. Ada perubahan pendapatan dengan adanya objek wisata pantai bondo ini mulai dikembangkan, bahkan sangat sangat signifikan perubahannya serta peningkatannya, peningkatan tersebut tak lepas dari adanya strategi melalui media sosial dan beberapa relasi. Dengan adanya pengembangan pariwisata pantai bondo kondisi perekonomian pak nanang semakin membaik, dulunya pak nanang merupakan seorang nelayan, lalu pada tahun 2016 beliau berinisiatif membuka kedai kopi yang ternyata pendapatannya lebih dari apa yang diharapkan. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan wisata pantai bondo terhadap usaha yang dimiliki oleh pak nanang antara lainnya usaha semakin lebih baik dan lebih maju, selain itu dengan adanya usaha ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi jumlah pengangguran khususnya masyarakat Desa Bondo yang berada di sekitar kawasan wisata Pantai Bondo. Selain itu, dampaknya ialah menambah wawasan masyarakat bahwasanya ada usaha baru untuk peningkatan SDM. Strategi yang pak nanang pilih untuk usahanya ini ialah dengan cara memanager dengan kuat, teman teman lain yang sedang mencoba usaha seperti pak nanang tidak dianggap sebagai pesaing tetapi sebagai mitra. Dan tetap menggunakan analisis SWOT serta adanya bisnis plan karena yang paling susah adalah ketika mempertahankan usaha yang sedang diatas, selain itu pak nanang juga berusaha menciptakan inovasi baru serta kreativitas agar usaha tersebut tidak gulung tikar dan memperbanyak jaringan relasi antar pengusaha.⁵⁸

2. Ibu jum adalah seorang pedagang makanan yang berjualan di warung depan rumahnya, yang berjarak sekitar 100 m dari objek wisata Pantai Bondo sejak 2 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2018. Ibu Jum dulunya hanyalah seorang ibu rumah tangga kemudian beliau bekerja menjadi juru masak disalah satu rumah makan dengan gaji sebesar Rp.650.000.000/bulan untuk membantu biaya rumah tangga. Lalu beliau memilih untuk usaha mandiri milik sendiri,

⁵⁸ Wawancara dengan Pak nanang, pelaku usaha dan ketua paguyuban kedai dan warung pada tanggal 5 november 2020.

kini beliau bisa memperoleh penghasilan yang lebih baik dibanding menjadi juru masak, yaitu sekitar Rp. 200.000-Rp. 500.000/hari tergantung sepi atau ramainya pengunjung.⁵⁹

3. Ibu Darmisih merupakan pedagang makanan dan minuman ringan disekitar objek wisata sejak tahun 2016. Beliau menjual berbagai es varian es kopi instan, dan menjual berbagai makanan seperti, ikan bakar, pindang srani, sate ikan dan aneka jenis masakan laut lainnya, selain itu bu darmisih juga menjual jus buah. Dulunya beliau bekerja menjadi petani dengan gaji yang tak menentu untuk membantu mencukupi kebutuhan keluarganya, namun akhirnya beliau meninggalkan pekerjaannya lalu memulai usaha baru di tempat tinggalnya sekarang. Penghasilan yang dapat diterima beliau selama sehari berjualan bisa mencapai Rp.500.000-Rp.800.000/hari. Beliau mengatakan bahwa hasil keuntungan dari jualan yang diperoleh sangat cukup digunakan untuk kebutuhan sehari-hari, dan lebih baik dibanding sebelumnya. Karena dulu diwilayah Pantai Bondo ini merupakan pantai yang sangat sepi sekali pengunjungnya. Namun pada awal tahun 2014 pantai ini mulai berkembang menjadi objek wisata yang ramai seperti sekarang sehingga bu Darmisih bisa berjualan disini dan memperoleh penghasilan yang lebih tinggi dari sebelumnya.⁶⁰
4. Bapak Yanto merupakan seorang pengusaha cafe sekaligus warung makan di Pantai Bondo bagian paling ujung yang dekat dengan ombak mati, beliau membuka usaha ini mulai tahun 2015. Di cafe beliau terdapat berbagai macam aneka masakan laut, menu utama di cafe ini adalah pindang serani, yang mana pindang serani merupakan makanan khas yang ada di Pantai Bondo. Dengan usaha cafe seperti ini, menurut pak yanto untuk penghasilan dari cafe beliau sendiri ini memang tidak sama, dikarenakan adanya faktor rejeki dari si penjual atau pengusaha tersebut, yang kedua adanya fasilitas yang digunakan untuk menarik para pengunjung serta hari hari besar lainnya yang dapat meningkatkan pengunjung yang berdampak pada omset harian. Pak yanto menuturkan omset bersih sebelum adanya covid perminggunya kurang lebih Rp 2.000.000 yang mana bisa di globalkan semua omsetnya perbulan

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Jum pelaku usaha yang berjualan di sekitar Pantai Bondo pada tanggal 5 November 2020

⁶⁰ Wawancara dengan ibu Darmisih Pemilik Warung Makan yang berjualan di sekitar Pantai Bondo pada tanggal 5 November 2020.

mencapai Rp 8.000.000. sebelum Pak Yanto memutuskan untuk membuka usaha Cafe, beliau merupakan seorang karyawan yang gajinya perbulan Rp 2.000.000, beliau lalu memutuskan untuk berwirausaha cafe ini karena melihat adanya perkembangan yang sangat pesat setelah di bukanya objek wisata Pantai Bondo. Dulunya Pantai Bondo ini sangat sepi pengunjung, namun pada tahun 2014 ada salah seorang dari pengurus Pokmaswas yang berinisiatif untuk membuka usaha cafe dan di cafe tersebut untuk menarik pengunjung ia memasang spot spot foto, berawal dari sana Pak Yanto dan teman-teman lainnya yang mana penduduk Desa Bondo mulai membuka usaha Cafe, ada perubahan yang sangat signifikan setelah objek wisata pantai ini dibuka terutama mengenai pendapatan para pelaku usaha muslim disana. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan pariwisata Pantai Bondo lebih kearah keuntungan atau omset yang di terima. Bisa mendapatkan pendapatan yang lebih dari cukup, yang kedua minimal untuk lingkungan desa Bondo ini bisa di pekerjakan sehingga bisa mengurangi pengangguran yang ada disana. Strategi yang digunakan pak yanto agar usaha beliau berjalan dengan lancar ialah dengan meningkatkan fasilitas fasilitas dan pelayanan serta bersaing dalam cita rasa menu makanan yang dijual atau disajikan.⁶¹

5. Ibu Suliyati dulunya hanyalah seorang ibu rumah tangga, kemudian beliau membuka toko kelontong tepat di depan objek wisata dengan harapan bisa menambah penghasilan. Beliau membuka toko kelontong ini sejak tahun 2012, karena beliau melihat peluang yang ada untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung seperti untuk membeli makanan ringan dan juga peralatan mandi yang mana digunakan untuk bilas setelah mandi di pantai. Beliau mengatakan bahwa berkembangnya objek wisata Pantai Bondo bisa menambah penghasilan masyarakat sekitar. Dari usaha toko kelontong ibu Suliyati bisa mendapatkan penghasilan berkisar Rp. 100.000-Rp.250.000/hari. Jika diakumulasikan pendapatan perbulan bu Suliyati kurang lebih mencapai Rp 3.000.000 s/d Rp 7.000.000 tergantung ramai tidaknya pengunjung. Dampak yang ditimbulkan dari adanya pengembangan Pantai Bondo terhadap usaha yang dimiliki bu Suliyati ini adalah meningkatnya pendapatan yang diterimanya. Semakin giat dalam berusaha serta berinovasi untuk menjual

⁶¹ Wawancara dengan pak yanto, pelaku usaha Cafe di sekitar objek wisata Pantai Bondo pada tanggal 8 November 2020

barang kebutuhan pokok lainnya yang dibutuhkan oleh para pengunjung Pantai Bondo. Strategi yang dipilih oleh bu Suliyati agar usahanya tetap berjalan ialah dengan menggunakan strategi harga wajar dan memilih lokasi yang strategis dan dapat dijangkau oleh para pengunjung Pantai Bondo.⁶²

6. Ibu Kalina Fitri, merupakan seorang yang satu satunya di dekat Pantai Bondo Yang memiliki usaha Homestay, selain Homestay beliau juga memiliki usaha cafe dan restaurant yang kemajuannya sangat pesat semenjak adanya objek wisata Pantai Bondo ini, dulu beliau bekerja sebagai seorang karyawan di sebuah perusahaan swasta lalu pada tahun 2014 Pantai Bondo ini mulai dibuka sebagai objek wisata yang mana beliau melihat peluang besar untuk mendirikan usaha homestay, cafe dan restaurant. Tempat milik usaha ibu kalina ini terdiri dari dua lantai. Lantai pertama dibangun untuk homestay, lantai kedua dan pelatarannya yang menghadap langsung ke Pantai Bondo ini digunakan untuk usaha cafe dan restaurant. Bagi para pengunjung atau para wisatawan yang menginap di homestay milik ibu Kalina ini di patok dengan harga sewa Rp 250.000/ malam. Tarif tersebut berlaku ketika hari biasa saja. Akan tetapi bila mendekati hari libur atau hari besar lainnya maka tarif sewa homestay tersebut akan naik berkisar dari harga Rp 300.000- Rp 350.000, tergantung dari kondisi dan suasana Pantai. Dari usaha homestay dan restoran tersebut ibu kalina memperoleh omset kurang lebih dalam sebulan sebesar Rp 15.000.000. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan pariwisata di Pantai Bondo ini adalah dapat meningkatkan jumlah pendapatan dan juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Sebelum adanya pengembangan wisata di Pantai Bondo ini Pantai Bondo sangatlah sepi pengunjung karena pada waktu itu belum terlalu booming dan banyak orang yang belum mengetahui tentang wisata yang ada di Pantai Bondo. Untuk mempertahankan usahanya beliau selalu menciptakan inovasi dan kreatifitas baru. Menggunakan pelayanan yang sangat memuaskan, dalam hal menu restaurant ibu kalina selalu mengedapankan cita rasa yang unik dengan harga yang terjangkau. Menu utama di restaurant ini ialah udang bakar madu dan pindang sernai yang merupakan makanan khas dari jepara khususnya Pantai Bondo. Selain hal

⁶² Wawancara dengan Ibu Suliyati, Pemilik usaha Toko Kelontong di sekitar Pantai Bondo. Wawancara pada tanggal 8 November 2020.

tersebut ibu Kalina juga dalam pengelolaan tata ruang usahanya terbilang sangat unik dan aesthetic dibanding dengan restaurant/cafe lainnya. Sehingga hal tersebut dapat menarik minat para pengunjung untuk datang berkunjung ke cafe milik bu Kalina.⁶³

7. Bapak Azman merupakan seorang pemilik usaha cafe yang ramai dikunjungi oleh wisatawan. Beliau membuka usaha ini sejak 6 bulan yang lalu. Sebelum membuka usaha ini bapak Azwan menjadi tukang kayu yang bekerja ikut dengan saudaranya. Dari usaha cafe ini penghasilannya berkisar Rp.5.000.000/bulan. Dengan keuntungan yang berlipat ganda tersebut bapak azman merasa bahwa menjadi pelaku usaha sangatlah menguntungkan. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan Pariwisata ini selain meningkatkan pendapatan bapak azman juga dapat menyejahterakan keluarganya. Dan juga dapat menyerap pengangguran yang ada di sekitar Pantai Bondo. Strategi yang digunakan pak aman agar usaha cafenya tetap ramai dikunjungi oleh para wisatawan ialah dengan memasan spot spot atau both foto sehingga hal tersebut dapat menarik minat para pengunjung untuk datang ke cafe yang dimiliki oleh pak azman. Cafe yang dimiliki pak azman ini menyediakan berbagai macam makanan ringan serta makanan kekinian seperti seblak, sosis bakar/sosis goreng, rujak, cemilan cemilan atau snack dan minuman cepat saji.⁶⁴

Tabel 5

Pendapatan Para Pelaku Bisnis Muslim Sebelum dan Sesudah Adanya Pengembangan Pariwisata di Objek Wisata Pantai Bondo

No	Nama Pengusaha	Jenis Usaha	Pendapatan sebelum	Pendapatan sesudah
1.	Nanang Cahyo Hadi	Kedai Kopi,Cafe dan Restaurant	Rp 1.500.000	Rp 5.000.000
2.	Jum	Pedagang Makanan	Rp 650.000	Rp 1.500.000

⁶³ Wawancara dengan Ibu Kalina, Pemilik Homestay dan Cafe serta Restaurant di Sekitar Pantai Bondo Pada Tanggal 8 November 2020.

⁶⁴ Wawancara dengan bapak Azman, Pemilik Cafe yang berlokasi di sekitar Pantai Bondo pada tanggal 8 November 2020

3.	Darmisih	Pedagang Makanan dan Minuman	Rp 1000.000	Rp 2.400.000
4.	Yanto	Cafe	Rp 2000.000	Rp 8.000.000
5.	Suliyati	Toko Kelontong	Rp 800.000	Rp 3.000.000
6.	Kalina Fitri	Homestay, Cafe dan Restaurant	Rp 2.500.000	Rp 15.000.000
7.	Azman	Cafe	Rp 1.200.000	Rp 5.000.000

Tabel diatas dapat menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pendapatan pada para pelaku usaha muslim sebelum dan sesudah adanya objek wisata Pantai Bondo dikembangkan. Hal ini terjadi akibat adanya peluang pelaku usaha serta permintaan dari para wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka ketika sedang berkunjung ke objek wisata Pantai Bondo.

Dengan demikian, kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat tersebut untuk menjadi penyedia kebutuhan dan jasa wisata. Peluang usaha tersebut akan memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk bekerja dan sekaligus dapat menambah pendapatan untuk menunjang kehidupannya. Selain dampak positif terdapat dampak negatif dari adanya pengembangan pariwisata pada objek wisata Pantai Bondo diantaranya ialah :

1. Terjadi penumpukan sampah di sekitar Pantai Bondo.
2. Jika pengunjung terlalu ramai, akses jalan menjadi macet dan dapat mengganggu pengguna jalan lainnya.
3. Pengembangan pariwisata di Pantai Bondo ini dapat menyebabkan harga harga menjadi naik, dan biaya pembangunan untuk sarana dan prasarana menjadi tinggi.
4. Kurangnya koordinasi antara pemerintah daerah dengan para pelaku usaha tersebut menimbulkan beberapa kendala seperti kendala dalam hal pembangunan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di objek wisata Pantai Bondo mengenai strategi pengembangan pariwisata terhadap tingkat pendapatan para pelaku usaha/bisnis muslim maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

Strategi pengembangan pariwisata yang digunakan oleh pengelola objek wisata Pantai Bondo adalah dengan menggunakan strategi pengembangan pariwisata promosi menggunakan media sosial. Media sosial tersebut diantaranya adalah menggunakan media sosial Instagram dan juga Facebook. Selain menggunakan strategi pengembangan pariwisata tersebut, pengelola Pantai Bondo juga menggunakan strategi World Of Mouth atau strategi dari mulut ke mulut.

Dari strategi pengembangan pariwisata tersebut, memberikan dampak positif terhadap para pelaku usaha bisnis muslim yakni dengan adanya pengembangan pariwisata tersebut mampu meningkatkan pendapatan para pelaku usaha bisnis muslim yang sangat signifikan. Selain meningkatnya tingkat pendapatan para pelaku usaha bisnis muslim ini, adanya pengembangan objek pariwisata tersebut mampu menyerap pengangguran yang ada di sekitar Pantai Bondo, terbukanya peluang usaha seperti usaha jasa penginapan, usaha kuliner, usaha cinderamata dan lain lain. Selain itu juga dengan adanya strategi pengembangan pariwisata ini mampu meningkatnya jumlah pendapatan daerah yang nantinya akan berguna untuk pembangunan desa.

B. Saran

1. Kepada pemerintah daerah agar dapat mengoptimalkan dan mengkoordinasikan tentang upaya-upaya dalam peningkatan fasilitas serta pelayanan terhadap pengembangan pariwisata tersebut, guna untuk menarik minat pengunjung lebih banyak lagi dan mengupayakan agar pariwisata ini tidak hanya mengikuti arus trend saja, akan tetapi terus berlanjut hingga sampai nanti. Yang kedua ialah mengenai tata kelola ruang yang ada di Objek Wisata Pantai Bondo ini seharusnya bisa di koordinasikan dengan para pemilik tanah yang ada di sekitar Pantai Bondo untuk ikut

mentaati peraturan yang dibuat oleh pemerintah desa, sehingga upaya dalam pengembangan objek wisata Pantai Bondo ini semakin tertata.

2. Kepada para pelaku usaha bisnis muslim, diharapkan mampu mengupayakan dan membuat inovasi terbaru terkait dengan keberlangsungan usaha yang dijalani dan dimilikinya. Sehingga usaha tersebut mampu bertahan lama, para pelaku usaha bisnis muslim juga harus sadar dan mengerti arti pentingnya mengupgrade dan mengasah kemampuan di dalam usahanya tersebut, sehingga apabila terjadi persaingan maka usaha tersebut tidak gulung tikar. Para pelaku usaha bisnis muslim tersebut diharapkan mampu menerapkan prinsip-prinsip dalam syariah islam, dan memiliki perilaku yang seperti dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, serta berlaku adil dan tidak curang.
3. Kepada para masyarakat agar memiliki kesadaran terhadap pariwisata, karena dampak positif dari pariwisata sangatlah besar, selain itu masyarakat juga diharapkan mampu berkoordinasi baik dengan pemerintah daerah setempat. Agar berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA.

- Albrecht K. 1994. *The Northbound Train: Finding the Purpose, Setting The Direction, Shaping The Destiny Of yOur Organization*. California. American Manajemen Assosiation.
- Al-Quran Surag Al-Anam
- Al-Quran Surah Al-Imran
- Arjana, Gusti Bagus. 2015. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Boediono. 2002. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta. Erlangga.
- Dewi Kusuma Sari. 2011. *Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang*
- Dr. Sugiama, A Gima, S.E. 2011. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Bandung. Guardaya Intimarta
- Hugo Itamar. 2016. *Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toaraja*.
- Huriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.
- Khairunnisa Afsari Nurfadilah. 2017. *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran (Studi Kasus di Kabupaten Pangandaran)*.
- Oka A, Youti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Angkasa
- Prof. Dr Sugiyono. 2015. *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* Bandung ALFABETA CV
- Rangkuti Freddy. 1997. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta. Gramedia
- Restu Rangga Prayogo, S.AB., M.Si. 2018 *Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif Pemasaran*. Bandung. Bitread Publishing
- Ridan, Mohamad et.al. 2019. *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Jogjakarta. Deepublish.
- S, Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. In Media.
- S.R., Soemarso. 2009. *Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi Lima*. Jakarta. Salemba Empat.
- Siti Maisyaroh, 2018. *Analisis Pengaruh Pengembangan Pariwisata Puncakmas Terhadap Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam*
- Soekartawi. 2012. *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta. Salemba Empat.

Soeparmoko. 2000. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta. BPPE

Sukirno,Sadono. 2006. *Teori Pengantar Ekonomi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.

Supadiyono,Agus. 2008. *Pengaruh Nilai Pelanggan (Customer Value) terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi*. Tesis. Universitas Sebelas Maret

Suryani,Dedeh.2018. *Analisis Pengembangan Pariwisata Terhadap Kesempatan Kerja dalam Perspektif Ekonomi Islam(Studi di Pantai Sari Ringgung Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran)*. Bandar Lampung. UIN RIL.

Tatang M Amirin. 1995. *Menyusun Rencana Penelitian*,Jakarta. PT RajaGrafindo Persada

Teti Ika W.2016. *Pengaruh Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar*.

Jurnal :

Budi Laksana Praditya et.al. *Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Melalui City Branding(Studi Pada Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Surakarta)*. Jurnal Administrasi Publik

D Manafe, Janri et al. 2017. *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam,Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT) , Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*

Dani,Mahyu. 2018. *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen*. Jurnal Ekonomika Universitas Aimuslim Bireuen Aceh. Vol IV No.7.9

M Qurais Shihab. *Tafsir Al-Misbah. Pesan,Kesan dan Keserasian Al-Quran* vol.4

Sumber lain :

Undang Undang No 10 tahun 2009 yang mengatur tentang Pariwisata

Undang Undang No 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah

UU RI No 20 Tahun 2008 tentang UMKM

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I

Dokumentasi



Wawancara dengan Carik Desa Bondo



Wawancara dengan Pak Nanang Ketua Pokmaswas dan Juga salah satu Pelaku Usaha



Wawancara dengan Pak Yanto, Pelaku Usaha.



Wawancara dengan Kalina, pemilik Homestay



Kondisi pantai Bondo pada sore hari



Kondisi homestay dan salah satu cafe di Bondo

Nota Pembimbing



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

Nomor : B-1148/Un.10.5/D.1/PP.00.9/04/2020

1 April 2020

Lamp :-

Hal : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :
H. Hasyim Syarbani, MM
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Uin Walisongo

Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Siska Mu'azizah
NIM : 1705026017
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul skripsi : Strategi Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan
Pelaku Bisnis Muslin di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten
Jepara.

Maka, kami mengharap kesediaanya Saudara untuk menjadi pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbing dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi

Untuk membatu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai pembimbing II Saudara/I Fajar Adhitiya, S.Pd., M.M

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Surat Ijin Riset



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : B-2265/Un.10.5/D1/PP.00.9/10/2020
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

19 Oktober 2020

Kedada Yth :
Kepala Pengelola Wisata Pantai Bondo

Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi unuk mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset kepada :

Nama : Siska Muazizah
Nim : 1705026017
Semester : VII
Jurusan / Prodi : S.1 Ekonomi Islam
Alamat : Ds Srobyong rt 04/06 Mlonggo Jepara
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pariwisata Terhadap Tingkat Pendapatan Pelaku Bisnis Muslim di Kawasan Wisata Pantai Bondo Kabupaten Jepara
Waktu Penelitian : 17 Oktober - 30 November 2020
Lokasi Penelitian : Ds Bondo Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Lembagaan,



Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Lampiran IV

Pedoman Wawancara

A. Pedoman Wawancara Kepada Pengelola Pantai Bondo

1. Apa daya Tarik dan potensi objek wisata yang dimiliki oleh pantai Bondo?
2. Dengan potensi dan daya Tarik yang dimiliki tersebut, apakah sudah dimanfaatkan secara optimal?
3. Faktor apa sajakah yang menyebabkan banyak tidaknya kunjungan wisatawan di objek wisata Pantai Bondo ini?
4. Upaya apa sajakah yang sudah dilakukan oleh pengelola dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan?
5. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam upaya pengembangan pantai Bondo?
6. Bagaimana promosi dan pemasaran yang dilakukan dari pengelola objek wisata Pantai Bondo?
7. Fasilitas dan pelayanan apa sajakah yang telah disediakan di objek wisata Pantai Bondo?
8. Apa sajakah faktor pendukung dalam usaha pengembangan objek wisata Pantai Bondo?
9. Apa sajakah faktor penghambat dalam usaha pengembangan objek wisata Pantai Bondo?
10. Apa sajakah dampak yang ditimbulkan dengan adanya pengembangan pariwisata yang sudah dilakukan?

B. Pedoman wawancara kepada masyarakat pelaku usaha muslim di sekitar Pantai Bondo.

1. Mulai sejak kapan saudara membuka usaha ini?
2. Jenis usaha apa yang saudara pilih?
3. Berapakah pendapatan perbulan yang saudara peroleh dari usaha ini?
4. Apakah ada perubahan pendapatan dari sebelum dan sesudah objek wisata Pantai Bondo ini mulai dikembangkan?
5. Dengan adanya pengembangan yang dilakukan di objek wisata Pantai Bondo kondisi perekonomian saudara menjadi lebih baik dari sebelumnya?
6. Apakah dengan pendapatan yang didapat dari usaha ini cukup untuk kebutuhan sehari hari?
7. Apakah dampak yang ditimbulkan dari pengembangan Pantai Bondo ini terhadap usaha yang saudara miliki?
8. Bagaimana strategi yang saudara pilih dalam usaha yang anda geluti ini agar tidak gulung tikar?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Siska Muazizah
Tempat,Tanggal Lahir : Jepara, 1 Desember 1998
NIM : 1705026017
Alamat : Ds Srobyong RT 04 RW 06,Mlonggo, Jepara
Jenis Kelamin : Perempuan.
E-mail : siskamuazizahh12@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal :

1. TK TA Tarbiyatul Athfal Srobyong, Lulus Tahun 2005
2. SDN 5 Sekuro, Lulus Tahun 2011
3. SMP N 1 Bangsri, Lulus Tahun 2014
4. SMK N 1 Kudus, Lulus Tahun 2017

Riwayat Organisasi ;

1. HMJ Ekonomi Islam Tahun 2019
2. JQH
3. KMJS

Demikian daftar riwayat hidup penulis, dibuat dengan sungguh-sungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 11 Januari 2021



Siska Muazizah

NIM.1705026017