

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN
PADA WISATA RELIGI MAKAM SYAIKHONA MUHAMMAD KHOLIL
DI BANGKALAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Mencapai Derajat
Sarjana Strata 1 (S-1)
Program studi Ilmu Administrasi Negara**



Oleh :

Syahril Rhamadani
NIM : 202022020001

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS Dr. SOETOMO
SURABAYA
2021**

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN
PADA WISATA RELIGI MAKAM SYAIKHONA MUHAMMAD KHOLIL
DI BANGKALAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

Syahril Rhamadani
NIM 202022020001

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS Dr. SOETOMO
SURABAYA**

**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**

Sri Roekminiati, S.Sos., M.KP
NPP. 94.01.1.165

PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN
PADA WISATA RELIGI MAKAM SYAIKHONA MUHAMMAD KHOLIL
DI BANGKALAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

Disusun Oleh :

**Syahril Rhamadani
NIM 202022020001**

**Telah dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji
Pada Tanggal 18 Pebruari 2022 dan dinyatakan
Telah memenuhi syarat untuk diterima**

Susunan Dewan Penguji

**Penguji I : Sri Roekminiati, S.Sos., M.KP
Penguji II : Dra. Sri Kamariyah, M.Si
Penguji III : Drs. Basuki Nugroho, M.Si**

Surabaya, 18 Pebruari 2022

Universitas Dr. Soetomo

Fakultas Ilmu Administrasi

Dekan

**Prof. Dr. Sedarmayanti, M.Pd.
NIDN. 0712115201**

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah SKRIPSI ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh SARJANA dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 18 Pebruari 2022
Mahasiswa,

Syahril Rhamadani
202022020001

Program Studi Ilmu Administrasi
Negara
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Dr. Soetomo

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah, karena dengan rahmat, hidayah dan inayahNya, penulis dapat menyelesaikan tahapan penyusunan Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Di Bangkalan Di Masa Pandemi Covid-19. Penyelesaian karya ilmiah ini juga dibantu oleh beberapa pihak. Karenanya pada kali ini kami patut mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Dr. Siti Marwiyah, S.H.,M.H yang telah memberikan kesempatan dan persetujuan kepada kami untuk mengikuti program studi administrasi negara.
2. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Prof. Dr. Sedarmayanti, M.Pd. yang telah memberikan kesempatan dan berbagai fasilitas dalam mengikuti program studi administrasi negara.
3. Ketua program studi administrasi negara, Sri Roekminiati, S.Sos., M.KP yang telah memberikan bimbingan teknis dan akademik mengikuti perkuliahan pada program studi administrasi negara.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengampuh di program studi administrasi negara, Universitas Dr. Soetomo Surabaya, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menambah khazanah keilmuan penulis, khususnya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
5. Orang tua yang selalu menyemangati dan mendoakan penulis untuk kelancaran Pendidikan penulis.
6. Istri tercinta yang selalu menyemangati dan membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini.
7. Teman-teman seperjuangan yang sudah menjadi rekan terbaik dalam perkuliahan ini.
8. Rekan kerja yang juga ikut memotivasi dan mensupport.

Semoga amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, mendapat balasan dari Allah SWT. Dan sekali lagi penulis mengucapkan terimakasih.

Surabaya, 18 Pebruari 2022

Peneliti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah, karena dengan rahmat, hidayah, dan inayahNya, penulis dapat menyelesaikan tahapan penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Di Bangkalan Di Masa Pandemi Covid-19. Tujuan dari karya ilmiah ini adalah untuk menganalisis strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada wisata religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan di masa pandemi covid-19. Dengan dasar itu, tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah: (i) untuk mengidentifikasi dan menganalisa permasalahan yang ada pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan di masa pandemi covid-19. (ii) untuk menganalisis strategi peningkatan wisatawan yang telah dilakukan oleh pihak pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan di masa pandemi covid 19. (iii) untuk mengidentifikasi dan menganalisis factor pendukung dan factor penghambat pada perkembangan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.

Selanjutnya, penulis menyadari bahwa dalam kepenulisan atau penyusunan karya ilmiah ini masih ada beberapa kekurangan, maka dari itu penulis sangat berharap mendapatkan kritik dan saran dari pembaca guna memperbaiki dan menutupi kekurangan dari karya ilmiah ini. Demikian yang bisa penulis sampaikan, atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Peneliti.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI | i |
| PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI..... | iii |
| UCAPAN TERIMAKASIH..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| ABSTRAK | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Penelitian Sebelumnya yang Relevan..... | 12 |
| 2.2 Landasan Teori | 18 |
| 2.2.1 Manajemen Strategi..... | 18 |
| 2.2.2 Strategi | 22 |
| 2.2.3 Wisata Religi..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 41 |
| 3.1 Jenis penelitian..... | 41 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2 Fokus Penelitian..... | 41 |
| 3.3 Subyek Penelitian/Informan | 43 |
| 3.4 Tempat penelitian/Lokasi penelitian..... | 44 |
| 3.5 Sumber Data | 44 |
| 3.6 Prosedur Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.7 Teknis Analisis Data..... | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 50 |
| 4.1 Gambaran Objek Penelitian | 50 |
| 4.1.1 Biografi Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan | 50 |
| 4.1.2 Sejarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan..... | 52 |
| 4.1.3 Visi dan Misi Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil | 53 |
| 4.1.4 Struktur Kepengurusan Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil | 53 |
| 4.1.5 Jumlah Pengunjung Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil | 54 |
| Gambar 4.3..... | 55 |
| Sumber: Dokumen Peneliti | 55 |
| 4.1.6 Daftar Harga Parkir Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil..... | 55 |
| 4.1.7 Perkembangan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil | 56 |
| 4.2 Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Pada Masa Pandemi Covid-19 | 58 |
| 4.3 Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Di Masa Pandemi Covid-19 | 75 |
| 4.4 Pembahasan Relevansi Penelitian yang Dilakukan oleh Peneliti dengan Penelitian Sebelumnya..... | 77 |
| BAB V PENUTUP..... | 80 |
| 5.1 Kesimpulan | 80 |

| | |
|-------------------------------|-----------|
| 5.2 Saran | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| Lampiran-Lampiran..... | 84 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 jumlah penduduk muslim terbesar didunia pada tahun 2020..... | 2 |
| Tabel 1.2 jumlah penduduk muslim di Indonesia periode Juni 2021 | 3 |
| Tabel 1.3 Jumlah turis muslim dari tahun ke tahun (juta orang) | 5 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 15 |
| Tabel 2.2 Kerangka SWOT Matriks | 37 |
| Tabel 2.3 Perbedaan antara wisata konvensional dengan wisata religi | 40 |
| Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Makam Syaikhona Muhammad Kholil55 | |
| Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Makam Syaikhona Muhammad Kholil55 | |
| Tabel 4.3 Analisa SWOT berdasarkan wawancara dan observasi di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan..... | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| Gambar 4.1 Biografi Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan | 51 |
| Gambar 4.2 Sejarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan | 53 |
| Gambar 4.3 Jumlah kunjungan wisatawan makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan | 55 |

ABSTRAK

Perkembangan wisata religi di Indonesia semakin berkembang pesat. Hal tersebut dapat terjadi karena mayoritas masyarakat di Indonesia memeluk agama Islam. Salah satu wisata religi yang telah berkembang sejak lama dan tetap mempertahankan eksistensinya adalah wisata religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Selain itu, wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil ini juga jumlah pengunjungnya tetap mengalami peningkatan meskipun ditengah wabah pandemic covid 19. Dengan adanya hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait strategi peningkatan yang telah diterapkan oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT matriks sebagai metode analisis penelitian. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yakni bersumber atau bersal dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pihak yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya strategi peningkatan kunjungan wisatawan belum diterapkan secara maksimal oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan karena memang tidak ada strategi khusus yang diciptakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Kekuatan yang dimiliki oleh wisata religi adalah Syaikhona Muhammad Kholil memiliki karomah, memiliki banyak santri sehingga banyak yang berziarah ke makam beliau, aksesibilitas yang mudah untuk menuju wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan, desain masjidnya yang menarik seperti daerah Timur Tengah, memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, dan erdapat produk air mineral yang diproduksi oleh wisata religi tersebut. Kelemahan dari wisata ini adalah Sistem kerjanya yang belum maksimal, tidak ada kerjasama dengan pemerintah daerah, tidak ada pencatatan administrasi secara detail, tidak ada penyusunan strategi secara otomatis, kurangnya tempat sampah, kurangnya penghijauan, tingkat kebersihan kurang, dan lahan parkir kurang luas. Peluang untuk wisata religi ini adalah Menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah, mengembangkan produk air minum dengan pangsa pasar yang lebih luas, dan membangun tempat penginapan khusus untuk peziarah yang datang dari jauh.. Sedangkan ancaman wisata religi ini yakni terdapat banyak wisata lain yang ada di Bangkalan dan sekitarnya. Daya tarik dari wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan adalah karena karomah yang dimiliki oleh Syaikhona Kholil dan juga desain masjid yang seperti Timur Tengah yang membuat para wisatawan banyak berkunjung ke wisata religi ini. Dalam hal ini hendaknya pihak pengelola melakukan penyusunan strategi secara sistematis dan menjalin kerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi atau keunggulan dari wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.

Kata Kunci: *Srategi, Wisata Religi, Syaikhona Muhammad Kholil, Pandemic Covid 19*

ABSTRACT

The development of religious tourism in Indonesia is growing rapidly. This can happen because the majority of people in Indonesia embrace Islam. One of the religious tourism that has developed for a long time and still maintains its existence is the religious tour of the Tomb of Shaykhona Muhammad Kholil Bangkalan. In addition, religious tourism tomb sheikhona Muhammad Kholil is also the number of visitors continues to increase despite the outbreak of pandemic covid 19. With this, researchers are interested in conducting research related to the improvement strategies that have been implemented by religious tourism tomb of Sheikh Muhammad Kholil Bangkalan. This type of research is descriptive qualitative research using SWOT matrix analysis as a method of research analysis. The data source used is the primary data source that is sourced or based on interviews conducted by researchers with the parties concerned. The results of this study show that the strategy of increasing tourist visits has not been implemented optimally by religious tourism tomb of SheikhOna Muhammad Kholil in Bangkalan because there is no special strategy created to increase tourist visits. The strength possessed by religious tourism is that Sheikhona Muhammad Kholil has karomah, has many santri so that many make pilgrimages to his tomb, easy accessibility to go to religious tours of the tomb of ShaykhOna Muhammad Kholil Bangkalan, the design of the mosque is interesting like the Middle East area, provides employment for the surrounding community, and mineral water products produced by religious tourism. The disadvantages of this tour are the work system that has not been maximal, there is no cooperation with local governments, no detailed administrative record keeping, no automatic strategic preparation, lack of trash, lack of greening, less cleanliness, and less parking area. Opportunities for religious tourism are establishing cooperation with local governments, developing drinking water products with a wider market share, and building special lodging places for pilgrims who come from far away. . While the threat of religious tourism is that there are many other tours in Bangkalan and surrounding areas. The attraction of religious tourism tomb of Sheikhona Muhammad Kholil Bangkalan is because of the karomah owned by Shaykhona Kholil and also the design of mosques like the Middle East that make tourists visit this religious tour. In this case, the management should conduct a systematic strategy and establish cooperation with the government to develop and maintain the existence or excellence of religious tourism of the tomb of Sheikh Muhammad Kholil Bangkalan.

Keywords: *Strategy, Religious Tourism, Sheikh Muhammad Kholil, Pandemic Covid 19*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan pariwisata menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling cepat di dunia. Pariwisata merupakan suatu aktivitas kompleks yang dipandang sebagai suatu sistem yang besar, mempunyai berbagai komponen seperti ekologi, politik, budaya, sosial, dan sebagainya (Ngurah, 2017). Sektor pariwisata merupakan sektor yang berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi di sebuah Negara. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan besarnya kontribusi pariwisata pada PDB yakni sebesar 4,3% (Ngurah, 2017).

Dari sudut ekonomi sedikit banyak ada delapan keuntungan apabila Negara mengembangkan pariwisata: Pertama, meningkatkan kesempatan berusaha. Kedua, meningkatkan kesempatan kerja. Ketiga, meningkatkan penerimaan pajak. Keempat, meningkatkan pendapatan nasional. Kelima, mempercepat proses pemerataan pendapatan. Keenam, meningkatkan nilai produk hasil kebudayaan. Ketujuh, memperluas produk pasar dalam negeri. Dan kedelapan, memberikan dampak *multiplier effect* dalam perekonomian akibat dari transaksi yang dilakukan oleh wisatawan ataupun para investor (Yoeti, 2008).

Sistem pariwisata terbagi menjadi empat subsistem, yakni pasar pariwisata, informasi, promosi, petunjuk lingkungan tujuan wisata, transportasi beserta komunikasi (Yoeti, 2008). Destinasi wisata akan berhubungan dengan sistem lingkungan, tujuan wisata terdiri dari interaksi timbal balik, fasilitas pelayanan wisata serta populasi yang didatangi (Yoeti, 2008).

Pariwisata menjadi salah satu pemain utama perdagangan internasional dan penerimaan devisa utama di banyak negara berkembang. Pariwisata mengalami perkembangan *trend*, salah satunya pariwisata halal. Konsep pariwisata halal merupakan segmen yang memberikan fasilitas kebutuhan dasar yang diperlukan oleh seorang wisatawan muslim sesuai dengan hukum islam, berkaitan dengan fasilitas ibadah, kehalalan, makanan, minuman, dan fasilitas pendukung lainnya yang sesuai dengan hukum syariah yang disediakan dalam destinasi wisata tujuan. Perkembangan wisata syariah saat ini cukup pesat dan memiliki peluang yang sangat menjanjikan. Hal ini sejalan dengan Negara Indonesia yang mempunyai banyak potensi wisata berupa pemandangan alam yang indah. Selain itu Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbanyak di dunia. Berdasarkan *Global religious future* pada tahun 2020 penduduk muslim di Indonesia diperkirakan mencapai 229,63 juta jiwa. Berikut adalah data jumlah penduduk muslim didunia dari *The Pew Forum on Religion & Public Life*, pada tahun 2020 :

Tabel 1.1 jumlah penduduk muslim terbesar didunia pada tahun 2020

| Country | Muslim Population | Population 2020 | Muslim % of Total Population | Muslim % of World Popul |
|------------|-------------------|-----------------|------------------------------|-------------------------|
| Indonesia | 229,000,000 | 273,523,615 | 87.20% | 12.70% |
| Pakistan | 200,400,000 | 220,892,340 | 96.50% | 11.10% |
| India | 195,000,000 | 1,380,004,385 | 14.20% | 10.90% |
| Bangladesh | 153,700,000 | 164,689,383 | 90.40% | 9.20% |
| Nigeria | 99,000,000 | 206,139,589 | 49.60% | 5.30% |
| Egypt | 87,500,000 | 102,334,404 | 92.35% | 4.90% |
| Iran | 82,500,000 | 83,992,949 | 99.40% | 4.60% |
| Turkey | 79,850,000 | 84,339,067 | 99.20% | 4.60% |
| Algeria | 41,240,913 | 43,851,044 | 99.00% | 2.70% |
| Sudan | 39,585,777 | 43,849,260 | 97.00% | 1.90% |

Sumber: *gomuslim.co.id*, 2020

Berdasarkan data diatas bahwa pemeluk agama Islam di Indonesia sebesar 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total penduduk. Jumlah itu adalah 13,1

persen dari seluruh umat muslim di dunia. Negara berpenduduk muslim kedua terbesar adalah India. Penganut Islam dengan populasi terbesar ke-dua di dunia mencapai 176,4 juta jiwa atau 14,4 persen dari total populasi. Jumlah tersebut merupakan 11 persen dari total penganut agama Islam di dunia. Di nomer 3 ada Pakistan dengan 167,4 juta jiwa, lalu Bangladesh dengan 133,5 juta jiwa, Nigeria dengan 77,3 juta jiwa, Mesir dengan 77 juta jiwa, Iran dengan 73,6 juta jiwa, Turki dengan 71,3 juta jiwa, Algeria dengan 34,7 juta jiwa dan Maroko dengan 31,9 juta jiwa (Ahmad, 2021).

Selain itu penduduk Indonesia mayoritas beragama muslim, maka dari itu Indonesia memiliki peluang besar dalam mengembangkan wisata syariah. Berikut adalah data populasi penduduk muslim di Indonesia dari Badan Pusat Statistik Indonesia pada periode Maret 2021.

Tabel 1.2 jumlah penduduk muslim di Indonesia periode Juni 2021



Sumber: Sensus penduduk 2021 BPS Indonesia

Dari tabel diatas berdasarkan sensus penduduk Indonesia tahun 2021, jumlah penduduk muslim Indonesia sebanyak 236.530.000 jiwa dan di perkirakan penduduk Indonesia antara tahun 2021 hingga 2050 sebanyak 297.270.000 jiwa Dengan demikian Indonesia berpeluang untuk menjadi Negara yang lebih

berkembang dengan nilai asset Ekonomi Syariah yang besar jika bisa memaksimalkan angka pemeluk agama islam tersebut. Dan juga bisa memaksimalkan tujuh sektor produk Ekonomi Islam yang salah satunya adalah Wisata Syariah.

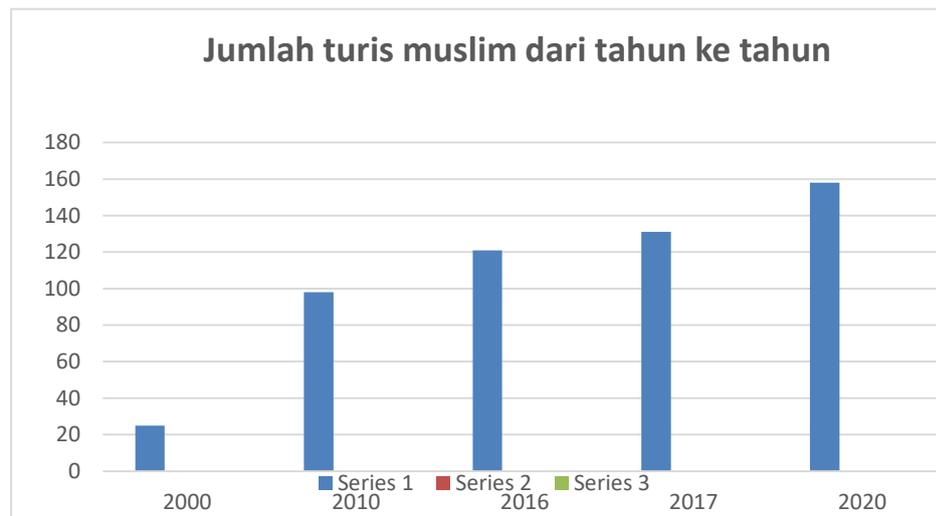
Pariwisata adalah sektor untuk menumbuhkan perekonomian dunia yang sangat menjanjikan, karena dengan sektor pariwisata akan meningkatkan pendapatan dari suatu negara (Subarkah, 2018). Dengan itu sektor pariwisata sekarang banyak yang dikembangkan oleh pemerintah di berbagai negara khususnya di Indonesia. Sedangkan halal sendiri adalah segala objek atau kegiatan yang diperbolehkan atau sesuai dengan syariat Islam (ayu, 2019).

Dalam pariwisata syariah diperlukan beberapa aspek utama yakni, ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah yang memadai, pelayanan buka puasa selama Ramadhan, serta adanya pembatasan aktivitas-aktivitas yang tidak sesuai Syariah (mahtum, 2020). Untuk menyambut potensi pariwisata tersebut, Indonesia memposisikan pariwisata sebagai sector utama dalam pembangunan nasional selain pertanian/perkebunan, minyak dan gas, serta pertambangan, seperti membuat perencanaan pembangunan pariwisata tahun 2015-2019 (Subarkah, 2018).

Pada tahun 2020 dari Januari hingga Agustus jumlah pengunjung wisatawan mancanegara mencapai 3,41 juta orang (statistik, 2020). Dan Sesuai dengan arah kebijakan dari Kemenparekraf/Baparekaf bahwa tempat wisata yang ada di Indonesia harus memiliki produk ekonomi kreatif atau nilai tambah bagi wisata itu sendiri agar bisa berdaya saing, serta kesiapan destinasi pariwisata

berdasarkan prioritas secara komperhensif, terintergritas dan berkelanjutan sehingga dalam tahun 2021 Indonesia lebih siap lagi dalam menyambut wisatawan mancanegara (kreatif, 2020).

Tabel 1.3 Jumlah turis muslim dari tahun ke tahun (juta orang)



Sumber: *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019*

Saat ini, salah satu segmen dalam bisnis pariwisata dunia yang mengalami pertumbuhan paling pesat adalah wisata halal. Pertumbuhan ini meningkat dengan seiring meningkatnya jumlah wisatawan dari negara-negara muslim yang ingin menghabiskan liburan di luar negeri. Tingginya potensi pasar turisme halal terlihat dari jumlah wisatawan yang terus menerus meningkat. Data yang dihimpun oleh Global Muslim Travel Index (GMTI) menunjukkan, bahwa jumlah wisatawan muslim diperkirakan mencapai 158 juta orang pada tahun 2020. Angka tersebut tumbuh 21 persen dibandingkan dengan jumlah wisatawan pada tahun 2017. Jumlah tersebut diperkirakan di luar ibadah haji dan umrah (Index, 2019).

Besarnya potensi wisata halal ini juga dilirik oleh negara-negara non-muslim seperti Singapura, Thailand, Inggris, dan Jepang. Negara-negara itu

menyiapkan beberapa fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi wisatawan muslim, terutama kemudahan untuk memperoleh makanan halal dan ibadah salat lima waktu. Selain itu, fasilitas toilet/kamar mandi juga diperbaiki agar bisa menunjang kepuasan dari para wisatawan. Dan pada saat ini Negara Indonesia berhasil menduduki peringkat teratas Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 bersama Negara Malaysia dengan skor 78. Laporan tersebut mencakup 130 destinasi secara global di negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) ataupun non-OKI (data, 2020).

Dengan begitu pemerintah Indonesia harus lebih giat lagi dalam mensosialisasikan wisata Syariah agar tetap menduduki peringkat satu, khususnya pada wilayah Jawa Timur yang sudah mulai membuka wisata-wisata baru berdasarkan prinsip syariah. Wilayah di Indonesia yang telah mengembangkan pariwisata syariah diantaranya adalah : 1) Banda Aceh yakni Pulau Weh, 2) Kepulauan Riau yakni Airy Syariah, Masjid Agung An-Nur, Wisata Dakwah Okuro, dan Bandar Khayangan Lembah Sari, 3) Sumatera Barat yakni Makam Syekh Burhanudin Ulakan, Masjid Raya Sumatera barat, dan Miniatur Mekkah, 4) Lombok yakni Pantai Kuta Lombok dan 5) Banyuwangi yakni Pulau Santen (Kemenparekraf, 2019). Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (NU) Jawa Timur sangat mendukung pengembangan industri pariwisata di Provinsi Jawa Timur, terutama wisata religi yang ada di wilayah setempat (Antara, 2022). Wisata religi Jawa Timur selalu ramai dikunjungi banyak wisatawan sekalipun pada hari biasa dan akan melonjak drastis saat memasuki bulan Ramadhan. Selain dapat menambah wawasan, adanya wisata religi juga menjadi sarana beribadah umat

muslim. Berikut ini merupakan daftar wisata religi yang ada di Jawa Timur, diantaranya adalah : Makam Sunan Drajat, Makam Sunan Giri, Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim, Makam Sunan Ampel, Makam Sunan Bonang, Makam Sunan Bejagung, Makam Mbah Hamid, Makam KH. Abdurrahman Wahid, Masjid Tiban Turen, Masjid Bumi Gua Ashabul Kahfi Al-Maroko, Kuil Kwan Sing Bio, Makam Syaikhona Kholil Bangkalan, dan lain-lain. Salah satu wilayah yang potensial dalam pengembangan wisata religi yang ada di Jawa Timur adalah pulau Madura. Madura adalah nama sebuah pulau yang berada di sebelah timur, Jawa Timur yang dipisahkan dari Jawa oleh selat Madura. Madura “mempunyai 4 (empat) kabupaten diantaranya, Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Wisata Syariah yang ada di Pulau Madura diantaranya adalah makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dan Ratu Ebu. Dari empat kabupaten tersebut masing-masing mempunyai beragam potensi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri, terutama di kabupaten Bangkalan.

Madura sangat kental dengan budaya dan keseniannya dan dengan pengaruh Islam yang sangat kuat. Kabupaten Bangkalan terdapat sebuah wisata religi yang bernama makam Syaikhona Muhammad Kholil yang terletak di Desa Mertajasah, Kabupaten Bangkalan, Madura. Lokasi wisata religi ini terletak 2 km dari pusat kota dan tempatnya juga sangat strategis. Pada wisata religi tersebut terdapat sebuah masjid dan makam dari KH. Muh.Kholil. Beliau merupakan ulama besar dan sangat karismatik dari Madura. Lahir pada tahun 1820 dan wafat pada tahun 1925. Karena itu, masjid dan makam KH. Muh.Kholil tidak pernah sepi peziarah/pengunjung. Setiap hari banyak sekali pengunjung/peziarah yang

datang dari berbagai macam kota dan kabupaten yang ada di Indonesia. Masjid buka 24 jam setiap harinya, namun akan ditutup apabila ada acara tertentu (Brisik.id, 2019).

Selama masa pandemic covid 19 wisata religi ini masih tetap yang mana masih terdapat banyak pengunjung baik dari dalam kota maupun dari luar kota yang berziarah ke wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan Farida yang menyatakan bahwasanya pada Juli atau tiga bulan setelah pandemi covid-19 masuk Indonesia itu, terlihat bahwa makam ulama yang juga guru pendiri Nahdlatul Ulama (NU) KH Hasyim Asy'ari itu tetap ramai didatangi peziarah. Daya tahan wisata ini juga diperkuat hasil survei Kementerian Pariwisata bahwa 60 persen wisatawan menyenangi wisata berbasis budaya baik wisata sejarah atau wisata religi (Liputan6, 2021).

Jumlah pengunjung yang berziarah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan telah mencapai 3.850.201. Pada tahun 2019 mencapai 3.980.455, tahun 2020 mencapai 4.005.102, dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 4.195.657 (Maksum, 2021).

Siagian menyatakan bahwa strategi merupakan cara-cara yang bersifat fundamental yang akan dipergunakan oleh suatu lembaga (orang) untuk mencapai tujuan dan berbagai sasarannya. Tujuan suatu strategi yaitu untuk mempertahankan dan untuk mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak para pesaing. Ada tiga komponen yang harus diperhatikan dalam

menentukan strategi yaitu analisis, perumusan, dan pelaksanaan, yang dapat berlaku untuk organisasi baik perusahaan, organisasi kemasyarakatan, organisasi sosial, dan lain-lain (DR. Mgs. H. Nazarudin, 2018).

Pada sektor pariwisata strategi juga sangat penting untuk diterapkan. Hal ini dapat digunakan untuk membuat perencanaan yang lebih baik agar dapat terjadi peningkatan. Pada masa pandemi, terdapat pariwisata yang bisa mempertahankan bahkan meningkatkan eksistensi yang mana dapat dilihat dari tingkat kunjungannya yakni dengan konsep peningkatan strategi pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan oleh para pengelola dan pihak-pihak yang terlibat. Yang tentunya juga tidak lepas dari kerjasama masyarakat sekitar. Dalam mengembangkan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan, pihak pengelola memiliki sebuah strategi yang baik dan terstruktur sehingga sampai saat ini wisata religi ini masih ramai dikunjungi. Dengan bertahannya wisata religi ini maka pengunjung tetap bisa berziarah dan masyarakat setempat terutama para pelaku usaha bisa tetap mendapatkan penghasilan.

Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti ingin melakukan penelitian terhadap wisata religi ini dengan indikator yang berbeda. Yang mana sebelumnya terdapat peneliti yang meneliti tentang analisis kepuasan dan pengelolaan wisata sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti berkaitan dengan strategi yang diterapkan oleh pengelola di masa pandemi. Dengan alasan peneliti ingin mengembangkan dan mendalami tentang strategi yang diterapkan oleh pihak pengelola guna mempertahankan bahkan meningkatkan kunjungan wisatawan di

masa pandemi ini. karena tidak semua wisata tetap ramai pengunjung di masa pandemi ini bahkan ada yang menurun drastis.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin melakukan penelitian dengan mengangkat judul “ **Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan di Masa Pandemi Covid-19**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah:

- 1) Bagaimana analisis strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan ?
- 2) Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan di masa pandemi Covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dalam mempertahankan serta meningkatkan kunjungan wisatawan di masa pandemi Covid-19. Yang mana nantinya diharapkan dapat memberikan edukasi dan literatur bagi para pembaca.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penulisan ini sebagai berikut:

1) Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi wawasan keilmuan administrasi Negara khususnya mata kuliah manajemen strategis sector public pada aplikasi dalam strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil.

2) Bagi Pemerintah Kabupaten Bangkalan

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu pengetahuan kepada pemerintah Kabupaten Bangkalan turut mendukung, memperhatikan, dan berkontribusi secara nyata terhadap wisata religi yang sangat potensial ini.

3) Bagi kalangan Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya khususnya mahasiswa Ilmu Administrasi Universitas Dr. Soetomo sebagai referensi atau studi literatur.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Adapun persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu pada lokasi penelitiannya, yaitu sama-sama meneliti tentang wisata religi pada makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Sedangkan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penulis lebih memfokuskan pada peningkatan kunjungan wisatawanannya. Sedangkan pada penelitian yang sebelumnya pada penelitian 1) Anisa Safitri Hosin lebih memfokuskan pada perkembangan parawisatanya. 2) Lutfiadi lebih memfokuskan pada pengelolaan wisatanya, dan 3) Lilis subaidah lebih memfokuskan pada kepuasan peziarah/pengunjung pada objek wisatanya.

Pada penelitian ini penulis berusaha untuk menganalisis strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan di masa pandemic covid-19 dengan menggunakan analisis SWOT. Sedangkan penelitian yang dianggap relevansi untuk membentuk dasar pemikiran penelitian antara lain :

- 1) Hasil penelitian Anis Safitri Hosin, Jurusan Pendidikan Sejarah fakultas ilmu sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya (2019) yang mengangkat judul "*Perkembangan Pariwisata Ziarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan pada Tahun 2005-2018*". Penelitian ini

menggunakan metode penelitian sejarah yang meliputi, Heuristri berupa hasil wawancara, kritik hasil pengujian dari sumber terkait terhadap penelitian yang di ambil, Interpretasi dan Historiografi. Focus penelitiannya yaitu pada Heuristri, Kritik, Interpretasi dan Historiografi.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa wisata ziarah makam Syaikhona Muhammad Kholil setelah pembangunan masjidnya selesai di bangun pada tahun 2008 dan aksesnya juga mudah di jangkau pengunjung dari pulau jawa pada tahun 2009 semakin membuat makam Syaikhona Muhammad Kholil dikenal masyarakat luas hingga ke luar pulau dan mancanegara. serta sempat adanya permasalahan lahan yang terjadi pada tahun 2015. Mengakibatkan terjadinya peningkatan pengunjung yang cukup signifikan pada tahun 2018.

- 2) Tesis Lutfiadi, Jurusan Ekonomi Syariah pascasarjana universitas islam negeri sunan ampel Surabaya (2019) dengan judul *“Pengelolaan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat”*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada pengelolaan dan menggunakan indicator kesejahteraan.

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya pengelolaan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dikelola oleh pihak swasta, sekalipun wisata ini dikelola oleh pihak Swasta tetapi

secara umum sistem pengelolaannya sudah menerapkan fungsi-fungsi manajemen pengelolaan mulai dari perencanaan, pengorganisaian, penggerakan dan pengawasan, sehingga dengan adanya pengelolaan yang profesional masyarakat sekitar mendapat dampaknya seperti peningkatan pendapatan, lingkungan yang aman dan tercukupinya kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat bisa hidup sejahtera. Ukuran kesejahteraan bagi masyarakat sekitar makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu terpenuhinya kebutuhan sehari-hari dan diberi kesehatan oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala.

- 3) Lilis Suaibah, Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Turnojoyo Madura (2017) dengan judul “*Analisis kepuasan peziarah terhadap objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura*”. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Menggunakan metode analisis GAP Serqual. Penelitian ini berfokus pada dimensi kualitas pelayanan (service quality) yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya Dimensi kualitas pelayanan (service quality) terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty. Kepuasan peziarah/pengunjung ditentukan dari menghitung selisih antara Perceived Value dengan Expectation Value. Hasil dari analisis GAP Servqual ini didapatkan nilai untuk dimensi emphaty, reliability dan responsiveness yaitu dilihat dari positifnya menunjukkan bahwa peziarah/pengunjung telah terpuaskan

preferensinya, sedangkan dilihat dari dimensi tangibles dan assurance adalah negatif yang artinya peziarah belum terpuaskan preferensinya. Dimensi emphaty memiliki nilai gap dengan nilai positif tertinggi dan atau merupakan dimensi yang paling memuaskan bagi peziarah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| PENULIS | JUDUL & TAHUN PENERBITAN | FOKUS PENELITIAN | METODE PENELITIAN | HASIL PENELITIAN |
|---------------------|--|--|--|--|
| Anisa Safitri Hosin | Perkembangan pariwisata ziarah makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan tahun 2005-2018 (2019) | Mempelajari dan menjelaskan heuristri, kritik, interpretasi dan historiografi pada perkembangan pariwisata ziarah makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan Tahun 2005-2018 | Jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode penelitian sejarah yang meliputi, Heuristri berupa hasil wawancara, kritik hasil pengujian dari sumber terkait dengan penelitian yang telah di ambil, interpretasi dan historiografi. | Menunjukkan bahwa wisata ziarah makam Syaikhona Muhammad Kholil setelah pembangunan masjidnya selesai di bangun pada tahun 2008 dan akses juga mudah di jangkau pengunjung dari pulau jawa pada tahun 2009 membuat makam Syaikhona Muhammad Kholil dikenal masyarakat luas hingga ke luar pulau dan mancanegara. serta sempat adanya permasalahan lahan yang terjadi pada tahun 2015. Mengakibatkan terjadinya peningkatan pengunjung yang cukup signifikan pada tahun 2018. |

| | | | | |
|----------|--|---|--|--|
| Lutfiadi | Pengelolaan wisata religi makam Syaikhona Muh. Kholil Bangkalan dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat (2019) | pada pengelolaan dan menggunakan indicator kesejahteraan pada pengelolaan wisata religi makam Syaikhona Muh. Kholil Bangkalan dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat | menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. | Menunjukkan bahwasanya pengelolaan wisata religi Makam syaikhona Muh. Kholil Bangkalan dikelolah oleh pihak swasta, sekalipun wisata religi dikelola oleh pihak Swasta tetapi secara umum sistem pengelolaannya sudah menerapkan fungsi-fungsi manajemen pengelolaan, mulai dari perencanaan, pengorganisaian, penggerakan dan pengawasan, sehingga dengan adanya pengelolaan yang profesional masyarakat sekitar mendapat dampaknya seperti peningkatan pendapatan, lingkungan yang aman dan tercukupinya kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat bisa hidup sejahtera. Ukuran kesejahteraan bagi masyarakat sekitar makam Syaikhona Muh. Kholil Bangkalan adalah terpenuhinya kebutuhan sehari- |
|----------|--|---|--|--|

| | | | | |
|---------------|---|--|--|--|
| | | | | hari dan diberi kesehatan oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala. |
| Lilis Suaibah | Analisis kepuasan peziarah terhadap objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura (2017) | Penelitian ini berfokus pada dimensi kualitas pelayanan (service quality) yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty. | Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Menggunakan metode analisis GAP Serqual. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya Dimensi kualitas pelayanan (service quality) terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty. Kepuasan peziarah/pengunjung ditentukan dari menghitung selisih antara Perceived Value dengan Expectation Value. Hasil dari analisis GAP Servqual ini didapatkan nilai untuk dimensi emphaty, reliability dan responsiveness yaitu dilihat dari positifnya menunjukkan bahwa peziarah/pengunjung telah terpuaskan preferensinya, sedangkan dilihat dari dimensi tangibles dan assurance adalah negatif yang artinya peziarah belum terpuaskan preferensinya. Dimensi emphaty memiliki nilai gap dengan nilai positif tertinggi dan atau |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | merupakan dimensi yang paling memuaskan bagi peziarah. |
|--|--|--|--|--|

Berdasarkan penelitian diatas, perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Yang mana pada penelitian ini peneliti akan menganalisis atau mengidentifikasi mengenai strategi yang diterapkan oleh pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dan dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk mengetahui tingkat kelayakan dalam pengelolaan wisata religi tersebut. Sedangkan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya yakni terletak pada objek atau lokasi penelitian.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Manajemen Strategi

1) Pengertian Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Manajemen stratejik merupakan kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi (Robinson, 1997).

Menurut Nawawi, Manajemen strategi merupakan perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategi) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi), ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil), agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi), dalam usaha menghasilkan sesuatu (perencanaan operasional untuk menghasilkan barang dan/atau jasa serta pelayanan) yang berkualitas, dengan diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan (disebut tujuan strategis) dan berbagai sasaran (tujuan operasional) organisasi (Nawawi, 2003).

Menurut Siagian, Manajemen strategis merupakan serangkaian keputusan dan juga tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasi seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka tujuan organisasi tersebut (Siagian, 1995).

Menurut Hubies dan Najib, Manajemen strategis merupakan seperangkat keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja organisasi dalam jangka panjang. Manajemen strategis di definisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang merupakan hasil dari rumusan dan implementasi pada rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan serta bagaimana cara mengevaluasi dan melaksanakan tindakan tersebut demi tercapainya tujuan suatu organisasi yang mencakup perumusan, implementasi dan evaluasi rencana strategi (Najib, 2014).

Dari definisi tersebut di atas dapat di simpulkan bahwa manajemen strategis adalah kumpulan keputusan dan tindakan manajerial yang dibuat

manajemen puncak demi tercapainya tujuan suatu organisasi yang mencakup perumusan, implementasi dan evaluasi rencana strategi.

2) Tahapan Manajemen Strategis

Strategi yang baik dan tepat memiliki proses yang lebih terperinci. Menurut David, Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap: perumusan strategi, penerapan strategi, dan penilaian strategi. Tahapan tersebut, yaitu (David, 2011):

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi terdiri dari:

- Pengembangan Visi dan Misi
- Identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi
- Kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal
- Penetapan tujuan jangka panjang
- Pencarian strategi-strategi alternatif
- Pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan

Isu – isu perumusan strategi mencakup penentuan bisnis apa yang akan di jalankan dan bisnis apa yang tidak akan di jalankan, bagaimana mengalokasikan sumber daya, apakah diperlukan ekspansi atau diversifikasi operasi dilakukan, perlukah perusahaan terjun langsung ke pasar internasional, perlukah adanya merger atau penggabungan usaha dibuat, dan bagaimana cara menghindari pengambilalihan yang merugikan. Karena tidak ada organisasi yang memiliki sumber daya yang tak terbatas, para penyusun strategi harus memutuskan strategi

alternatif mana yang akan paling menguntungkan bagi perusahaan.

b. Penerapan Strategi

Pada tahap penerapan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan. Tahap penerapan strategi terdiri dari :

- Pengembangan budaya yang suportif pada strategi
- Penciptaan struktur organisasional yang efektif
- Pengerahan ulang upaya-upaya pemasaran
- Penyiapan anggaran
- Pengembangan serta pemanfaatan sistem informasi
- Pengaitan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi

Sering dianggap sebagai tahap paling sulit dalam manajemen strategis, penerapan atau implementasi strategi membutuhkan disiplin, komitmen, dan pengorbanan personal. Penerapan strategi yang berhasil tergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi para karyawannya, yang lebih merupakan seni daripada pengetahuan. Strategi tersebut dirumuskan, namun apabila tidak diterapkan maka tidak akan ada gunanya.

c. Penilaian Strategi

Penilaian strategi merupakan tahap terakhir dalam manajemen strategis. Manajer harus tahu ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik, penilaian atau evaluasi strategi adalah cara utama untuk memperoleh

informasi semacam ini. Tahap aktivitas penilaian strategi terdiri dari :

- Peninjauan ulang faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi landasan strategi saat ini
- Pengukuran kinerja
- Pengambilan langkah korektif

Penilaian strategi sangat di perlukan karena apa yang berhasil saat ini tidak perlu berhasil nanti. Keberhasilan senantiasa menciptakan persoalan baru dan berbeda, organisasi yang mudah puas diri akan mengalami kegagalan.

2.2.2 Strategi

1) Pengertian Strategi

Kata “strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategos” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin) yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk dapat memenangkan perang. Secara umum, strategi sebagai cara untuk mencapai tujuan. Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk tercapainya suatu tujuan (George Steiner, *Strategic Planning*, 1979, Free Press).

Michael Porter dalam artikelnya yang berjudul *Competitive Strategy* dalam *Harvard Business Review* (1996), menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau sebuah aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai yang unik. Adapun seorang ahli yang menegaskan bahwa strategi terdiri

atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target) (Rachmat, 2014).

Sebenarnya strategi didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan holistik. Yang artinya, setelah strategi disusun, semua unsur yang ada dalam organisasi sudah prespektif jangka panjang, strategi dirumuskan untuk merealisasikan visi dan misi korporasi (Rachmat, 2014). Berdasarkan hasil studi bahwa perusahaan yang berhasil menerapkan strategi tidak lebih dari 30%. Kelemahan utamanya yaitu strategi tidak diimplementasikan dengan baik, karena proses penyusunan yang tidak melibatkan semua unsur dan didapati kebijakan yang tidak sesuai dengan strategi yang disusun. Mengingat keberadaan strategi adakalanya masih bersifat formal (Rachmat, 2014).

Strategi adalah suatu mekanisme yang dibuat oleh pemimpin bisnis perusahaan untuk merealisasikan filosofinya. Pengertian ini lebih menekankan pada cara yang seharusnya dilakukan dalam pengambilan keputusan besar yang akan dihadapi setiap individu maupun organisasi dalam menjalankan bisnis atau usaha. Yakni keputusan yang dapat menentukan kegagalan dan kesuksesan setiap individu atau organisasi di masa depan. Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Strategi juga dapat diartikan sebagai tindakan potensial yang juga membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam kuantitas yang besar. Secara umum, strategi juga dapat

diartikan sebagai pendekatan secara komprehensif yang berkaitan dengan pengimplementasian ide/gagasan, perencanaan, keputusan yang diambil dalam pelaksanaan suatu kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Dikatakan strategi yang baik, apabila terdapat koordinasi yang intens antara beberapa pihak terkait, memiliki visi dan misi, mampu mengidentifikasi factor internal maupun eksternal secara logis dan rasional, dapat melakukan efisiensi terhadap pendanaan, serta efektif dalam manajemen operasional (Alyas, 2017).

2) Tingkatan Strategi

Menurut Wheelen dan David, terdapat beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar, terdapat tiga tingkatan strategi manajemen yang berkembang sesuai dengan perkembangan usaha perusahaan yakni (Wheelen, 2003) :

1. Strategi Korporasi (*Corporate strategy*)

Adalah strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara menyeluruh dan manajemen berbagai macam bisnis produk. Ada 3 macam strategi yang bisa dipakai pada strategi tingkat korporasi ini, yakni yang pertama, strategi pertumbuhan (*growth strategy*) adalah strategi berdasarkan tahap pertumbuhan yang sedang dilalui perusahaan. Kedua, strategi stabilitas (*Stability Strategy*) adalah strategi dalam menghadapi kemerosotan/menurunnya penghasilan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan. Dan yang ketiga, retrenchment strategy adalah strategi yang

diterapkan untuk memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

2. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Adalah strategi yang terjadi pada tingkat produk atau unit bisnis dan juga merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu.

Ada tiga macam strategi yang bisa digunakan pada strategi tingkat bisnis ini, yaitu, strategi keunggulan biaya, strategi diferensiasi dan strategi fokus. Strategi fokus sendiri terdiri dari fokus biaya dan fokus diferensiasi. Pada tingkat bisnis strategi bersifat departemental. Strategi pada tingkat ini dirumuskan dan ditetapkan oleh para manajer yang disertai tugas tanggung jawab oleh manajemen puncak untuk mengelola bisnis yang bersangkutan. Strategi yang diterapkan pada unit bisnis sering disebut dengan *generic strategy*.

Strategi bisnis adalah dasar dari usaha yang dikoordinasikan dan ditopang yang diarahkan terhadap pencapaian tujuan usaha jangka panjang. Strategi bisnis menunjukkan bagaimana tujuan jangka panjang yang dicapai. Dengan demikian, strategi bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu pendekatan umum yang menyeluruh yang mengarahkan tindakan – tindakan utama suatu perusahaan.

Sedangkan yang dimaksud dengan strategi bisnis perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan

mengungkapkan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijakan, serta perencanaan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi perusahaan berlaku bagi seluruh perusahaan baik itu perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Sedangkan strategi bisnis hanya berfokus pada penentuan bagaimana perusahaan akan bersaing dan menempatkan diri diantara pesaingnya.

3. Strategi Fungsional (*Functional Strategy*)

adalah strategi yang terjadi pada level fungsional seperti operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Riset serta pengembangan dimana strategi ini akan meningkatkan area fungsional suatu perusahaan sehingga mendapat keunggulan bersaing. Strategi ini harus mengacu kepada strategi bisnis dan strategi korporasi. Memfokuskan pada memaksimalkan produktivitas sumber daya yang digunakan dalam memberikan value terbaik untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan (customer). Strategi ini sering juga disebut Value-based-strategy.

3) Unsur-Unsur Strategi

Apabila suatu organisasi mempunyai strategi, maka strategi tersebut harus mempunyai bagian-bagian yang mencakup unsur-unsur dari pada strategi itu sendiri. Suatu “strategi” mempunyai 4 unsur, yaitu:

1. Gelanggang aktivitas atau *Arena* merupakan area (produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya) dimana organisasi beroperasi. Unsur Aren seharusnya tidaklah bersifat luas cakupannya

atau terlalu umum, akan tetapi perlu lebih spesifik, seperti kategori produk yang ditekuni, segmen pasar, area geografis dan teknologi utama yang dikembangkan, yang merupakan tahap penambahan nilai atau *value* dari skema rantai nilai, yang meliputi perancangan produk, manufaktur, jasa pelayanan, distribusi dan penjualan.

2. Sarana kendaraan atau *Vehicles* yang digunakan untuk bisa mencapai arena sasaran. Dalam penggunaan sarana ini perlu dipertimbangkan besarnya resiko kegagalan dari penggunaan sarana. Resiko tersebut bisa berupa terlambatnya masuk pasar atau besarnya biaya yang sebenarnya, tidak dibutuhkan atau tidak penting, serta kemungkinan risiko gagal secara total. Pembeda yang dibuat atau *differentiators* yakni unsur yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan seperti, bagaimana organisasi akan dapat menang atau unggul di pasar, bagaimana organisasi akan mendapat pelanggan secara luas. Dalam dunia persaingan, kemenangan adalah hasil dari pembedaan yang diperoleh dari fitur atau atribut dari suatu produk atau jasa suatu organisasi yang berupa citra, kustomisasi, unggul secara teknis, harga, mutu atau kualitas dan reabilitas, yang semuanya dapat membantu dalam persaingan.
3. Tahapan rencana yang dilalui atau *staging* adalah penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategik. Walaupun substansi dari suatu strategi mencakup arena, sarana/*vehicles*, dan pembeda, akan tetapi keputusan yang menjadi unsur yang keempat, yakni penetapan tahapan

rencana atau *staging* belum dicakup. Keputusan pentahapan atau *staging* didorong oleh beberapa faktor diantaranya yaitu sumberdaya (*resource*), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan faktor mengejar kemenangan awal.

4. Pemikiran yang ekonomis atau *economiclogic* adalah gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat atau keuntungan yang akan dihasilkan. Strategi yang berhasil tentunya mempunyai dasar pemikiran yang ekonomis sebagai tumpuan untuk menciptakan keuntungan yang akan dihasilkan.

4) Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya yaitu berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan dan mengkomunikasikan tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk dapat mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, di mana kapabilitas tersebut akan digunakan.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi

dengan peluang dari lingkungannya.

3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dapat menghasilkan sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan dari suatu organisasi.
6. Menanggapi serta beraksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber daya serta mengarahkan aktivitas pendukungnya (Assauri, 2013).

5) Implementasi Strategi

Implementasi strategi (*strategy implementation*), merupakan proses manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur (Assauri, 2013).

1. Program adalah pernyataan aktivitas atau langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program melibatkan restrukturasi

perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan atau awal dari usaha penelitian yang baru.

2. Anggaran, adalah program yang dinyatakan di dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara terperinci dalam biaya yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Sekaligus dapat menentukan laporan keuangan proforma yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan suatu perusahaan.
3. Prosedur atau *standard operating procedures* (SOP) merupakan sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan menggambarkan secara terperinci cara suatu tugas atau pekerjaan yang diselesaikan bagian dari program-program perusahaan.
4. Evaluasi dan kontrol, yaitu membandingkan antara kinerja suatu perusahaan dengan hasil yang diharapkan suatu perusahaan. Kinerja merupakan hasil akhir dari suatu aktivitas.

6) Evaluasi Strategi

Salah satu cara untuk mengevaluasi perumusan atau rancangan dari strategi yang telah ditetapkan yaitu dengan menggunakan metode Analisis SWOT.

1) Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat diartikan sebagai :”Analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan

(*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*)". Berikut definisi dan pengertian analisis

SWOT:

- Menurut Rangkuti, analisis SWOT yaitu sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau pada sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing (Rangkuti, 2013).
- Menurut Robinson dan Pearce, analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik di antara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman (Robinson, 1997).
- Menurut Rachmat, analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh suatu organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan juga ancaman (*threats*) (Rachmat, 2014).
- Menurut Ferrel dan Harline, analisis SWOT yaitu cara atau metode untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok

persoalan eksternal (peluang dan ancaman) (Ferrel O.C., 2005).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwasanya Analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

2) Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT

Menurut Fahmi, penerapan SWOT terhadap perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai perbandingan berpikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan maupun peluang dan ancaman. Tujuan dilakukannya analisis SWOT yaitu dimana setiap produk yang ditawarkan pasti akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (life cycle product) (Fahmi, 2014).

Adapun manfaat atau kegunaan analisis SWOT yakni sebagai berikut:

- a) Mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi yaitu strengths, weaknesses, opportunities, dan threats. Sehingga pengambil keputusan dapat melihat dari empat dimensi ini secara lebih komprehensif.

- b) Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan rencana keputusan dalam jangka panjang.
- c) Mampu memberikan pemahaman kepada para stakeholders yang berkeinginan menaruh simpati bahkan bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerja sama yang akan saling menguntungkan.
- d) Dapat dijadikan penilai secara rutin di dalam melihat progress report dari setiap keputusan yang telah dibuat selama ini (Fahmi, 2014).

3) Aspek-aspek Analisis SWOT

Menurut Irham Fahmi, analisis SWOT terdiri dari empat aspek utama yaitu (Fahmi, 2014):

a) Strengths (*kekuatan*)

Kekuatan (*strength*) yaitu situasi atau suatu kondisi kekuatan pada suatu organisasi atau program.

b) Weaknesses (*kelemahan*)

Kelemahan (*weakness*) yaitu situasi atau suatu kondisi kelemahan pada suatu organisasi atau program.

c) Opportunity (*peluang*)

Peluang (*opportunity*) yaitu situasi atau suatu kondisi peluang atau potensi yang berasal dari luar organisasi.

d) Threats (*ancaman*)

Ancaman (threat) yaitu situasi ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi pada masa depan.

4) Matriks Analisis SWOT

Untuk menyusun suatu rencana harus mengevaluasi faktor internal maupun factor eksternal. Analisis factor internal haruslah menghasilkan kekuatan (strength) yang dimiliki oleh suatu organisasi, dan juga harus mengetahui kelemahan (weakness) yang terdapat pada organisasi tersebut. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (opportunity) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (treath) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.

Menurut Fahmi, untuk menganalisis secara lebih mendalam tentang SWOT, maka perlu dilihat dari factor internal dan factor eksternal sebagai bagian terpenting dalam analisis SWOT, yakni (Fahmi, 2014):

1. **Faktor Eksternal.** Faktor eksternal mempengaruhi terhadap terbentuknya opportunities and threats (O and T). dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi dalam pembuatan suatu keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri

(industry environment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

2. **Faktor internal.** Faktor ini sangat mempengaruhi terbentuknya strength and weaknesses (S dan W) dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam suatu perusahaan, dimana hal ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan sebuah keputusan (decision making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua manajemen fungsional yakni pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan (corporate culture).

Matriks SWOT dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal suatu perusahaan diantisipasi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT dapat mempermudah untuk merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan. Memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT ini akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang biasa disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

Tabel 2.2 Kerangka SWOT Matriks

| | IFAS | Strengths (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki | Weakness (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki |
|--|------|---|---|
| EFAS | | | |
| Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi | | STRATEGI SO strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | STRATEGI WO strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi | | STRATEGI ST strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | STRATEGI WT strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Sumber: matriks SWOT menurut Fahmi

Menurut Rangkuti, penjelasan untuk masing-masing strategi yang ada dalam matriks SWOT adalah sebagai berikut (Rangkuti, 2013):

1. **Strategi SO (Strength-Opportunity)**. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan sebuah peluang sebesar- besarnya.
2. **Strategi ST (Strength-Threat)**. Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan- kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman yang ada.
3. **Strategi WO (Weakness-Opportunity)**. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dan juga dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. **Strategi WT (Weakness-Threat)**. Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, yang berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

Pada penelitian yang mengangkat judul “ Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan di masa pandemi Covid-19” ini, peneliti akan mengimplemetasikan teori analisis SWOT oleh Irham Fahmi dengan metode matrik SWOT. Peneliti menggunakan metode ini dalam penelitiannya guna menganalisis secara detail dan mendalam mengenai strategi yang diterapkan oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholi yang ada di Bangkalan dengan melihat dari dua sisi yakni faktor internal dan faktor eksternal. Hal yang menarik pada penelitian ini yaitu wisata religi ini sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun non lokal karena menyimpan sejarah dan pembelajaran yang sangat bermanfaat bagi banyak orang ditambah lagi madura terkenal memiliki nilai reklusitas, kebudayaan dan etika yang tinggi sehingga semakin membuat orang-orang penasaran akan hal tersebut.

Namun saat ini telah banyak wisata yang berkembang di daerah Bangkalan, seperti mercusuar, ratu ebuh, pantai mangrove, pantai tengket dan lain-lain. Meskipun wisata tersebut adalah wisata konvensional akan tetapi dapat menjadi timbulnya peluang ancaman dan kelemahan bagi wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan karena kebanyakan kalangan muda akan mendominasi wisata tersebut. sehingga wisata religi ini harus tetap bisa mempertahankan stabilitas pengunjung sampai saat ini.

2.2.3 Wisata Religi

Wisata Religi merupakan wisata yang di dalamnya berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai Islam dimana kegiatannya didukung oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah/islami (Assauri, 2013).

Perbedaan dari wisata religi dan halal adalah bahwa pariwisata halal adalah “objek atau tindakan pariwisata apa pun yang diizinkan menurut ajaran Islam untuk digunakan atau digunakan oleh umat Islam dalam industri pariwisata ”. Definisi tersebut menganggap hukum Islam (syariah) sebagai dasar untuk menyampaikan produk dan layanan pariwisata kepada pelanggan sasaran yang sebagian besar beragama Islam, seperti hotel Halal, Resort Halal, Restoran Halal, dan Perjalanan Halal. Sedangkan wisata religi ialah wisata yang kegiatannya harus sesuai dengan aturan yang ada dalam hukum islam dan tidak melanggar apa yang dilarang (Battour, 2016).

Wisata religi, dalam perkembangannya tidak kalah bersaing dengan pariwisata pada umumnya. Perbedaan pariwisata syariah dilihat dari segi pengelolaan yang telah diatur oleh nilai-nilai Islam. sehingga pariwisata syariah dapat diartikan berwisata ke destinasi maupun atraksi pariwisata yang memiliki nilai-nilai Islami dan juga tersedianya berbagai kebutuhan atas dasar nilai islami dari makanan halal, sarana peribadatan, dan lain sebagainya (I Gusti Bagus Arjana, 2016).

Wisata syariah juga bisa disebut sebagai proses perjalanan wisata dalam rangka sarana untuk membaca dan menyalami ayat-ayat kauniyah

(tanda-tanda) yang telah Allah hamparkan dimuka bumi (Bawazir, 2013). Perbedaan antara wisata konvensional dan wisata religi dapat dilihat pada table berikut ini (Jaelani, 2017) :

Tabel 2.3 Perbedaan antara wisata konvensional dengan wisata religi

| No. | Aspek | Wisata Konvensional | Wisata Religi |
|-----|---|--|---|
| 1 | Obyek | Alam, budaya, Heritage, Kuliner | Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah |
| 2 | Tujuan | Menghibur | Meningkatkan Spritualitas |
| 3 | Target | Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan | Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin |
| 4 | Guide | Memahami dan Menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata | Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata |
| 5 | Fasilitas Ibadah | Sekedar pelengkap | Sekedar pelengkap |
| 6 | Kuliner | Umum | Umum |
| 7 | Relasi Masyarakat dan Lingkungan Obyek Wisata | Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi | Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi |
| 8 | Agenda Perjalanan | Setiap waktu | Waktu-waktu tertentu |

Sumber : *Halal Tourism Industry in Indonesia potential and prospects*

Terkait destinasi wisata menurut Fatwa DSN MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 bahwa destinasi wisata harus terhindar dari kemusyrikan dan khurafat: maksiat, zina, pornografi, minuman keras, narkoba serta pertunjukan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Syariah (MUI, 2010).

Terdapat 8 faktor standar dalam pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya, untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu (Rachmad, 2017) :

1. Pelayanan terhadap wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan

2. Pemandu dan stafnya harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi
7. Adanya tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
8. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Pendekatan yang digunakan untuk meneliti analisis strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan di masa pandemic covid-19 adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai bentuk penelitian yang menciptakan deskripsi data berbentuk frase atau kalimat baik secara tertulis maupun tidak tertulis dari beberapa orang dan berdasarkan pada pengamatan tingkah laku seseorang (Moleong, 2016). Penelitian studi kasus merupakan pendekatan kualitatif yang mana orang yang meneliti harus mengungkap atau mengeksplor sistem yang dibatasi (kasus) dari masa ke masa dengan cara mengumpulkan data secara rinci atau detail yang mengaitkan beberapa sumber informasi (seperti halnya, observasi, *interview*, materi audio dan visual, dokumen, notulensi dan laporan). Dan membuat laporan deskripsi dari kasus (Creswell, 2007).

3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan dalam mempertahankan serta meningkatkan kunjungan wisatawan di masa pandemic covid-19.

Dan peneliti akan mengimplemetasikan teori analisis SWOT oleh Irham Fahmi dengan metode matrik SWOT. Peneliti menggunakan metode ini dalam penelitiannya guna menganalisis secara detail dan mendalam mengenai strategi yang diterapkan oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil yang ada di Bangkalan dengan melihat dari dua sisi yakni faktor internal dan faktor eksternal.

Fokus penelitian pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan adalah untuk menganalisis strategi dengan menggunakan teori analisis menurut Irham Fahmi, sebagai berikut:

Strength : Situasi atau kondisi kekuatan pada makam Syaikhona

Muhammad Kholil di Bangkalan

Weaknesses : Situasi atau kondisi kelemahan pada makam Syaikhona

Muhammad Kholil di Bangkalan

Opportunity : situasi atau kondisi peluang atau potensi yang berasal dari

Luar makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan.

Threath : Situasi ancaman bagi organisasi yang datang dari makam

Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan yang mana dapat

memhancam eksistensi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan kedepannya.

3.3 Subyek Penelitian/Informan

Berbeda dari penelitian kuantitatif yang mengutamakan keterwakilan dan menggunakan istilah responden dalam penentuan sampel, pada penelitian kualitatif yang lebih di utamakan adalah keleluasaan, cakupan rentangan informasi dan menggunakan istilah informan. Menurut Bungin (2007:108) yaitu orang yang diwawancarai diminta informasi oleh pewawancara. Informan merupakan seseorang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini adalah:

1) *Purposive* sampling

Yang dimaksud *purposive* sampling adalah pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan/tujuan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek yang diteliti. Beberapa informan telah ditetapkan sebelumnya. Informan yang peneliti wawancarai ini kemudian disebut sebagai informan kunci. Informan yang ditentukan dengan cara ini adalah:

| No. | Jabatan | Jumlah |
|-----|------------|--------|
| 1. | Pengurus | 5 |
| 2. | Pengunjung | 5 |

Dalam hal ini data yang ingin didapatkan oleh peneliti dalam wawancara adalah mengenai strategi yang diterapkan dalam pengelolaan wisata religi tersebut serta data pendukung penelitian lainnya jika dibutuhkan (kondisional).

3.4 Tempat penelitian/Lokasi penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian ini terletak di Kota Bangkalan tepatnya di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Desa Martajasah Kecamatan Bangkalan Kabupaten Bangkalan. Peneliti mengambil lokasi ini karena pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan ini ramai pengunjung sekalipun dimasa pandemic Covid-19.

3.5 Sumber Data

1) Data Primer

Data primer merupakan pendataan yang dilakukan peneliti pada sumber data awal di lokasi penelitian atau objek penelitian atau sumber awal untuk mendapatkan data penelitian (Bungin, 2005). Data primer yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu data dari hasil wawancara kepada pengelola wisata religi Syaikhona Kholil Bangkalan.

2) Data Sekunder

Data sekunder yakni pendataan yang dilakukan secara tidak langsung melainkan didapatkan melalui media lain atau pihak lain atau dipergunakan oleh lembaga lain yang bukan sebagai pemiliknya, tetapi dapat diambil manfaatnya dan diterapkan pada penelitian terkait. Data sekunder biasanya berupa notulensi atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang terpublikasikan (Ruslan, 2008). Sumber data yang

akan disatukan yakni dapat berbentuk sebagai berikut: struktur kerja, daftar produk makanan, buku, jurnal, artikel, website dan lain sebagainya yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Untuk menghasilkan data dan informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini, maka dapat menggunakan beberapa metode, diantaranya sebagai berikut :

1) Study Library

Riset kepustakaan merupakan studi literature kepustakaan dengan mengumpulkan data bacaan yang dapat diambil dari sumber buku, Jurnal dan lain-lain. dalam hal ini peneliti menggunakan referensi dari buku, jurnal tentang pariwisata dan referensi pendukung kepenulisan lainnya.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu tehnik yang diterapkan dalam upaya mengumpulkan data pada penelitian berbasis sosial dan penelusuran secara historis. Penentuan kredibilitas dari hasil penelitian kualitatif dapat dilihat dari pemakaian dan penerapan manfaat dari dokumen yang ada (Gunawan, 2016). Dokumen yang dimaksud yakni berbentuk data, gambar, dan produk. Dokumen yang diperlukan berbentuk: struktur kerja, daftar produk makanan dan lain sebagainya yang relevan dengan kebutuhan peneliti.

3) Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan sebuah pertanyaan kepada narasumber yakni pengelola wisata religi Syaikhona Kholil Bangkalan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Wawancara juga dapat membantu untuk menetapkan keabsahan data yang telah diperoleh peneliti dari sumber-sumber lain untuk mengungkapkan berbagai pertentangan yang muncul diantara sumber-sumber tersebut (Emzir, 2012). Adapun jenis-jenis wawancara adalah sebagai berikut (Sujoko Efferin, 2004) :

- a. Wawancara terstruktur, adalah wawancara yang pertanyaannya sudah dipersiapkan oleh pewawancara dan diajukan kepada narasumber (Bungin, 2005). Wawancara terstruktur sering juga disebut sebagai wawancara terfokus.
- b. Wawancara Semi Terstruktur. Wawancara semi terstruktur memiliki perbedaan dengan wawancara terstruktur. Wawancara semi terstruktur yaitu pertanyaan yang diajukan sifatnya terbuka, fleksibel akan tetapi tetap terkontrol pembahasannya. Estimasi wawancara dapat direncanakan dengan baik dan juga ada panduan yang dijadikan acuan pada saat melakukan wawancara agar tidak begitu banyak pembahasan yang kurang sesuai dengan apa yang dibutuhkan peneliti (Moleong, 2016).
- c. Wawancara Tak Terstruktur. Wawancara tak terstruktur juga disebut sebagai wawancara mendalam yang berbeda dengan

wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur dalam hal waktu bertanya dan cara memberikan respon lebih bebas dan terbuka serta pertanyaan yang tidak disusun terlebih dahulu dengan menyesuaikan keadaan dan ciri yang unik dari responden (Mulyana, 2013).

Peneliti melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak informan yakni Bapak Maksun sebagai salah satu pengelola tempat wisata religi tersebut dan juga kepada informan lainnya. Peneliti mengambil wawancara semi terstruktur dengan menyiapkan berbagai pertanyaan sebelumnya akan tetapi tidak menutup kemungkinan penulis bisa menggali informasi lebih mendalam. Dalam hal ini data yang ingin didapatkan oleh peneliti dalam wawancara adalah mengenai strategi apa yang diterapkan pada pengelolaan wisata religi tersebut serta data pendukung penelitian lainnya jika dibutuhkan (kondisional).

4) Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Tujuan dari observasi adalah ingin mengerti tentang ciri-ciri dan luasnya signifikansi dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia yang ada pada fenomena social yang serba kompleks di dalam pola-pola kultur tertentu (Gunawan, 2016). Dalam melakukan observasi peneliti menggunakan observasi non partisipan dimana langsung mengamati cara pengelolaan wisata

religi Syaikhona Kholil Bangkalan.

3.7 Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi (Saebani, 2014). Dalam hal ini peneliti akan menganalisis data dengan menggunakan analisis lingkungan makro yakni analisis terhadap lingkungan internal dan dengan analisis swot. Adapun tahapan analisis data terdiri dari (Suprayogo, 2001) :

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan merangkum data yang telah diperoleh, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting. Setelah mereduksi data maka akan memberikan suatu gambaran yang lebih jelas, sehingga dapat mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data dan selanjutnya mencarinya apabila diperlukan.

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Selanjutnya dalam penyajian data penelitian mengkategorikan data yang diperoleh menurut pokok permasalahan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dalam menyajikan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

3) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif akan menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai masalah yang telah dibahas di awal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1 Biografi Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan

Syaikhona Muhammad Kholil adalah seorang kiai atau ulama dari Madura yang masih tetap dikenang dan dihormati oleh masyarakat sampai sekarang. Nama lengkap beliau adalah Muhammad Kholil bin Abdul Lathif atau biasa disebut Syaikhona Muhammad Kholil. Lahir pada hari Ahad Pahing, 11 Jumadil Akhir 1235 H, bertepatan dengan tanggal 14 Maret 1820 M (Rachman, 2001).

Syaikhona Muhammad Kholil adalah putera dari KH. Abdul Latif yang juga masih keturunan dari sunan gunung jati(1448-1570) adalah salah seorang wali songo di pulau Madura. Nama dari kiai Kholil adalah Muhammad Kholil, karena beliau lahir di Bangkalan maka dikenal dengan sebutan Muhammad Kholil Bangkalan (Rachman, 2001).

Pada usianya 24 tahun Syaikhona Muhammad Kholil dinikahkan dengan Nyai Asyik, yang mana beliau merupakan anak perempuan lodra putih Pernikahan berlangsung sekitar tahun 1861. Dari pernikahan tersebut Syaikhona Muhammad Kholil memiliki 2 anak yaitu laki-laki yang bernama Muhammad Imron dan perempuan bernama Rohmah. Kemudian beliau menikah lagi dengan nyai Misi dan memiliki anak perempuan diberi nama Asma. Kiai Kholil menikahkan putri keduanya dengan pemuda yang alim

yaitu kiai Yasin, dan memiliki 11 anak yaitu, Malilah, M khalil, M Nashir, Badiyah, Nahlah, Karimah, Nailah, Sayatun, Rabi'ah, Hafсах, Qamariyah, Tajwati (Markun, 2021).

Syaikhona Muhammad Kholil terkenal memiliki banyak murid bahkan dari kyai-kyai dari pulau Jawa dan juga pulau Madura pernah belajar dan menjadi santri dengan seperti KH. Hasyim Asy'ari pendiri pondok pesantren Tebuireng Jombang, KH. Bisri Syamsuri pendiri pondok pesantren Denanyar Jombang, KH. Toha pendiri pondok pesantren Bata-bata pamekasan, KH. Khozin pendiri pondok pesantren Baduran sidoarjo dan masih banyak lagi. Beliau juga terkenal memiliki karomah. Syaikhona Kholil wafat pada usia 105 tahun, pada 29 ramadhan 1343 Hijriah atau sekitar tahun 1925 M karena sakit dan di makamkan di tempat Komplek Pasarean Syekh Muhammad Kholil (Markun, 2021).

Gambar 4.1

Biografi Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan



Sumber: Dokumen Peneliti

4.1.2 Sejarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan

Masjid Syaikhona Muhammad Kholil ini dibangun setelah Syaikhona Muhammad Kholil wafat pada tahun 1925 dan Makam Syaikhona Muhammad Kholil tepat berada di dalam masjid ini, tidak hanya makam Syaikhona yang terdapat didalam masjid tetapi ada juga makam keluarga dari Syaikhona Muhammad Kholil. Berdirinya wisata religi ini dilatarbelakangi oleh banyaknya alumni santri dan pengunjung yang berziarah ke makam Syaikhona Muhammad Kholil, baik wisatawan lokal maupun wisatawan luar pulau Madura. Melihat hal tersebut, keturunan dari mbah kholil beserta santri-santrinya beliau melakukan perbaikan musholla yang kemudian dijadikan sebuah masjid (Maksum, 2021).

Masjid tersebut dibangun dengan megah dengan tujuan agar dapat memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik dan menghadirkan rasa nyaman bagi pengunjung. Bahkan para peziarah juga bisa menginap disana. Pembangunan masjid ini dilangsungkan pada tahun 2005 dengan motif desain bangunan seperti daerah timur tengah, terdiri dari 2 lantai dan terdapat Menara yang tingginya 33 meter. Hal ini menjadikan daya tarik pengunjung semakin meningkat untuk berziarah ke wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan (Maksum, 2021).

Gambar 4.2

Sejarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan



Sumber: Dokumen Peneliti

4.1.3 Visi dan Misi Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil

Visi dan misi yang dirumuskan oleh wisata religi ini adalah melanjutkan atau menerapkan visi dan misi dari Syaikhona Muhammad Kholil yang telah diajarkan oleh beliau kepada para santrinya. Berikut merupakan visi dan misi beliau adalah (Hasan, 2021):

1. Menegakkan Agama Islam
2. Memiliki akhlak dan menjaga tali silaturahmi antar sesama
3. Menyebarkan dan memperjuangkan Agama Islam.

4.1.4 Struktur Kepengurusan Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil

Menurut Bapak Maksum beliau menyatakan bahwa kepengurusan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil ini berbeda dengan struktur kepengurusan yang diterapkan pada wisata lain. Struktur kepengurusan pada wisata ini bersifat secara komprehensif. Dalam artian pengurus di wisata religi ini adalah santri-santrinya beliau, tidak ada

kepengurusan secara terstruktur karena posisi semuanya sama atau setara yakni sebagai santri bukan sebagai staff, sekretaris, bendahara, dan lain-lain. Hal ini dilakukan sebagai bentuk dedikasi santri terhadap kiyainya (Hasan, 2021).

4.1.5 Jumlah Pengunjung Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil

Jumlah pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan mengalami peningkatan yang cukup signifikan sejak adanya renovasi masjid tersebut. Peningkatan semakin tinggi pada saat dibangunnya aksesibilitas baru yakni jembatan suramadu sebagai penghubung pulau jawa dan pulang madura. Dengan adanya akses tersebut, memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk berziarah/berkunjung ke makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan. Seperti halnya yang dinyatakan oleh salah satu narasumber yakni Bapak Maksum, beliau berkata bahwasanya

“.....peningkatan pengunjung itu bisa terjadi karena kemudahan aksesnya, jadi semua itu bergantung pada aksesibilitasnya. Pada pandemi ini pengunjung masih tetap ramai, karena memang di sini tidak ada penutupan, tapi kami tetap mengikuti aturan pemerintah mematuhi protokol kesehatan. Memang tidak ada penutupan hanya saja ada pembatasan pengunjung”. (Maksum, 2021).

“....selama ini memang selalu banyak pengunjung atau peziarah yang datang kesini, pandemi ini juga masih ramai pengunjung karena memang di sini tidak ada penutupan, tapi kami tetap mematuhi protocol kesehatan. Dalam artian di sini tetap dibuka karna memang tidak ada penutupan cuma ada pembatasan pengunjung...”(Hasim, 2021)

“....disini setiap harinya memang ramai pengunjung. Ya sekarang pandemi ini juga masih ramai, karena disini tidak ada penutupan hanya saja ada pembatasan pengunjung dan kami juga mematuhi aturan pemerintah mematuhi protokol kesehatan, di luar sana di depan sudah kami sediakan untuk tempat mencuci tangan..”(Markun, 2021)

Berikut jumlah pengunjung pada tahun 2018-2021:

Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Makam Syaikhona Muhammad Kholil

| Tahun | Jumlah Pengunjung |
|-------|-------------------|
| 2018 | 3.850.201 |
| 2019 | 3.980.455 |
| 2020 | 4.005.102 |
| 2021 | 4.195.657 |

Gambar 4.3

Jumlah Kunjungan Wisatawan Makam Syaikhona Muhammad Kholil
Bangkalan



Sumber: Dokumen Peneliti

4.1.6 Daftar Harga Parkir Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil

Dalam pengelolaan parkir ini, pengurus bersinergi dengan masyarakat sekitar. Berikut merupakan daftar harga parkir wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan:

Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Makam Syaikhona Muhammad Kholil

| Jenis Kendaraan | Harga |
|------------------------|--------------|
| Bus Besar | Rp. 25.000 |
| Bus Mini | Rp. 5.000 |
| Mobil | Rp. 3.000 |
| Sepeda Motor | Rp. 2.000 |

4.1.7 Perkembangan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil

Setelah Syaikhona Muhammad Kholil wafat, banyak para santri yang sudah menjadi alumni yang beziarah ke makam beliau. Setiap tahun wisata religi ini mengalami peningkatan kunjungan oleh peziarah dari berbagai macam daerah. Jumlah pengunjung yang semakin banyak dapat dipengaruhi oleh aksesnya. Semenjak adanya jembatan suramadu kuantitas pengunjung meningkat drastis dibanding sebelumnya. Sehingga para pengurus tersebut melakukan renovasi masjid agar lebih memadahi dan membuat pengunjung merasa nyaman saat berziarah. Menariknya Kuantitas pengunjung tetap stabil meskipun pada saat masa pandemic covid-19, tidak ada penutupan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan hanya saja ada pembatasan pengunjung dan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Hal tersebut terjadi lantaran beliau merupakan seorang kiyai yang terkenal dan sebagai guru besar para ulama, seperti KH. Hasyim As'ari, KH. Dahlan, dan lain-lain. Sehingga banyak santri-santri yang berguru ke beliau.

Selain itu beliau juga memiliki banyak karamah yang mana inilah yang menjadi keunggulan dan ketertarikan bagi wisatawan untuk berziarah dan mendoakan beliau untuk mengharap keberkahan dari Allah SWT. Bapak Hasim yang merupakan salah satu pengurus (santri) beliau menyatakan bahwasanya

“.....keunggulan dari wisata religi ini sebenarnya tidak ada yang khusus, karena beliau ini sudah terkenal di madura, jawa bahkan seluruh Indonesia karena beliau merupakan guru besar para ulama di Indonesia” (Hasim, 2021).

Sistem pengelolaan pada wisata religi ini adalah ingin memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik bagi para pengunjung. Fasilitas yang terdapat di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan diantaranya adalah: jasa penunjang, kamar mandi, lahan parkir yang luas, dan lain-lain. Selain itu, pihak pengurus juga memberikan pelayanan yang istimewa pada rombongan pengunjung yang berjumlah banyak namun tetap bergantung pada kesepakatan atau musyawarah bersama.

“.....pengembangan wisata religi ini tidak ada campur tangan dari pemerintah. Pembangunan dan pengembangan wisata religi ini murni dilakukan oleh keturunan dari Syaikhona Muhammad Kholil dan para santri beliau serta bersinergi dengan masyarakat setempat. Meskipun tidak ada campur tangan dengan pemerintah akan tetapi wisata religi ini tetap taat pada aturan pemerintah dan juga membayar pajak kepada pemerintah sebagaimana mestinya. Namun pengurus juga akan melibatkan pemerintah seperti halnya meminta bantuan pada event tertentu saja..” (Markun, 2021).

Sinergitas dengan masyarakat merupakan hal yang diprioritaskan untuk tetap menjaga ukhuwah Islamiyah, ukhuwah bertetangga antara pengurus dengan masyarakat sekitar. Salah satu bentuk sinergitasnya adalah memberikan kepercayaan atau tugas kepada masyarakat untuk mengelola parkir dan kamar

mandi. Selain itu juga memberikan peluang pekerjaan kepada masyarakat, yang mana masyarakat dapat mendirikan usaha yakni berjualan di dekat wisata religi tersebut.

4.2 Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Pada Masa Pandemi Covid-19

Strategi adalah pendekatan secara komprehensif yang berkaitan dengan pengimplementasian ide/gagasan, perencanaan, keputusan yang diambil dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Dikatakan strategi yang baik, apabila terdapat koordinasi yang intens antara beberapa pihak terkait, memiliki visi dan misi, mampu mengidentifikasi factor internal maupun eksternal secara logis dan rasional, dapat melakukan efisiensi terhadap pendanaan, serta efektif dalam manajemen operasional (Alyas, 2017).

Pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan tidak ada perumusan strategi secara sistematis, para pengurus hanya berusaha untuk memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik untuk para pengunjung dan melakukan pengembangan dari apa yang dibutuhkan saja. Visi misi yang diterapkan juga melanjutkan dari visi misi yang diajarkan oleh Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan kepada santrinya. Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil yaitu bapak Maksu menyatakan bahwa:

“.....tidak ada strategi secara khusus dan sistematis. karena memang pihak keluarga dan pengurus (santri) hanya ingin memberikan wadah yang nyaman kepada para pengunjung, tidak ada strategi peningkatan kunjungan wisatawan karena Syaikhona Muhammad Kholil adalah guru besar yang memiliki banyak karomah sehingga banyak para alumni dan masyarakat

serta orang-orang dari luar pulau yang ingin berziarah ke makam beliau atas keinginannya sendiri ” (Maksum, 2021).

Sedangkan menurut Rudi juga menyatakan bahwa:

“...pada tempat wisata religi ini memang tidak ada strategi secara khususnya. Di sini memang banyak pengunjung/orang yang berziarah karna mungkin memang tertarik kepada sejarah beliau yang memang beliau juga merupakan guru besar yang memiliki banyak karomah..”(Rudi,2021)

Sama halnya dengan pernyataan Hasim bahwa:

“...menurut saya mungkin tidak perlu adanya strategi khusus dan memang disini tidak ada strategi secara khusus untuk menarik banyak pengunjung/peziarah disini, karena dengan melihat sejarah dari beliau saja itu akan menarik banyak pengunjung karna memang beliau sudah sangat terkenal diseluruh Indonesia..”(Hasim,2021)

Dalam hal ini peneliti akan menganalisis berdasarkan teori strategi yang telah dijelaskan pada BAB II. Sebagai berikut:

1. Tingkatan Strategi

Menurut Wheelen dan David, Ada beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar. Ada 3 tingkatan strategi manajemen yang berkembang sesuai dengan perkembangan usaha perusahaan yakni strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional (Wheelen, 2003).

Sepeti halnya yang disampaikan oleh Bapak Maksum bahwasanya:

“...tidak ada strategi khusus yang diterapkan dan tidak tersusun secara sistematis, hanya saja memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pengunjung..”(Maksum, 2021)

Yang di dukung dengan pernyataan dari saudara Rudi, Hasan dan Hasim bahwa:

“...pada tempat wisata riligi ini memang tidak ada strategi secara khususnya. Pengunjung/peziarah datang karena memang tertarik dengan sejarah beliau dan juga merupakan seorang guru besar yang memiliki banyak karomah..” (Rudi,2021)

“...pengunjung/peziarah memang banyak yang datang ya karena itu

tadi tertarik kepada sejarah kehidupan beliau dan juga beliau terkenal di seluruh Indonesia, bahkan santrinyapun banyak, jadi memang tidak ada strategi yang disusun secara khusus oleh kami selaku pengurus..” (Hasan dan Hasim,2021)

Sehingga dalam hal ini dapat dikatakan bahwa strategi yang diterapkan oleh pihak pengurus belum bisa digolongkan pada tingkatan strategi karena belum menerapkan strategi secara detail dan optimal.

2. Unsur-Unsur Strategi

Apabila suatu organisasi mempunyai suatu “strategi”, maka strategi itu harus mempunyai bagian-bagian yang mencakup unsur-unsur strategi itu sendiri. Suatu “strategi” mempunyai 4 unsur, yaitu:

- 1) Gelanggang aktivitas atau *Arena* merupakan area (produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya) dimana organisasi beroperasi. Selain memberikan pelayanan yang terbaik, pihak pengurus juga memiliki sebuah produk air minum yang akan dijual kepada pengunjung yang berziarah. Namun cakupan penjualan produknya kurang luas karena hanya di area wisata saja dan juga tidak didistribusikan ke tempat lain. Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara berikut ini:

Bapak Markun salah satu pengurus di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan:

“...di sini memang ada air minum yang dijual kepada pengunjung, hanya kepada pengunjung saja tidak dipasarkan keluar..” (Markun,2021)

Yang ditambahkan juga dengan pernyataan dari Hasan:

“...air mineral yang di jual disini hanya untuk di jual kepada

pengunjung tidak di pasarkan keluar. Meskipun penekanannya hanya diperjualkan kepada pengunjung bukan berarti setiap pengunjung/peziarah yang datang harus membeli air mineral tersebut. Tidak ada paksaan, bebas para pengunjung mau membeli ya kami persilahkan tidak membelipun juga tidak apa..”(Hasan,2021)

Cakupan penjualan produknya kurang luas karena hanya di area wisata saja dan juga tidak didistribusikan ke tempat lain Sehingga perlu diciptakan strategi yang sistematis agar produk ini bisa tersebar luas.

- 2) Sarana kendaraan atau *Vehicles* yang digunakan untuk bisa mencapai arena sasaran. Dalam hal ini tidak ada sarana kendaraan yang digunakan karena produk air yang ditawarkan oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan hanya sebagai bentuk pemanfaatan peluang dan pemberian pelayanan yang baik sehingga tidak ada strategi produk dan strategi khusus.

Berikut petikan wawancara dengan para narasumber:

“...untuk ketersediaan sarana kendaraan tidak ada, karenakan orang yang datang kesini menggunakan kendaraan masing-masing dan untuk tempat wisata ini kan juga tidak jauh dari tempat parkir kendaraan mereka. Kalau ketersediaanya kendaraan yang digunakan untuk fasilitas air mineral yang kami produksi ya tidak ada, karena air minenar yang kami jualkan cukup di lingkup wisata ini saja...”(Maksum,2021)

Sedangkan menurut Rudi salah satu pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan:

“...tidak ada fasilitas kendaraan di sini baik yang untuk air mineral yang di jual ataupun untuk para pengunjung. Seperti yang saya katakana sebelumnya bahwa memang tidak ada strategi khusus apalagi kalau untuk penjualan air mineral ini, semuanya berjalan begitu saja...”(Rudi,2021)

Hasan juga menambahkan dengan pernyataannya bahwa:

“....di sini itu tidak ada hal atau sesuatu bahkan yang di bilang dengan strategi khusus untuk produk air minenel yang kami jual. Untuk sarana kendaraanpun juga tidak ada...”(Hasan,2021)

- 3) Tahapan rencana yang dilalui atau *staging*, yaitu penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategik. Keputusan tahapan atau *staging* didorong oleh beberapa faktor yaitu, sumberdaya (*resourc*), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan faktor mengejar kemenangan awal. Tahapan rencana awal yang sudah tercapai yakni pembangunan atau merenovasi musholla yang sekrang telan menjadi masjid dengan desain timur tengah. Yang mana hal ini juga dilakukan bukan untuk mengejar sebuah target agar banyak pengunjung yang hadir akan tetapi sebagai bentuk fasilitas yang memadahi dan memberikan kenyamanan pada pengunjung. Namun pihak pengurus yakni bapak Rudi juga menyatakan bahwa:

“.....dari pihak keluarga memiliki rencana akan membuat aula dan mendirikan sebuah sekolah di sekitar area makam, tapi tidak tau kapan akan disrealisasikan..” (Rudi, 2021).

Sedangkan menurut Markun selaku salah satu pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil:

“.....memang rencananya selain membangun masjid juga direncanakan akan membangun aula dan juga sekolahan, tapi kami selaku pengurus juga belum tau kapan akan di jalankan rencana pembangunan tersebut. Kalau untuk masjidnya kan sudah berjalan dalam artian sudah selesai dibangun...”(Markun, 2021)

4) Pemikiran yang ekonomis atau *economiclogic* yaitu gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat maupun keuntungan yang akan dihasilkan. Pemikiran yang ekonomis ini dapat dibuktikan dengan adanya pembaharuan wisata religi ini yakni pembangunan masjid yang lebih luas dan banyaknya pengunjung yang berziarah memberikan dampak positif pada masyarakat dan juga pengurus. Yang mana masyarakat dapat mendirikan usaha pada sekitar tempat di wisata religi dan pihak pengurus bisa memanfaatkan peluang untuk menjual produk air minum yang menghasilkan nilai ekonomis. Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus yakni dengan Hasim yang menyatakan:

“....dengan adanya tempat wisata ini, di desa Martajazah ini juga banyak membantu masyarakat setempat, yang mana mereka bisa mendapatkan penghasilan, misalnya dengan berjualan menjadi petugas parkir dan lainnya...”(Hasim, 2021)

Sedangkan menurut Hasan dan Hasim selaku salah satu pengurus di tempat wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil:

“.....dengan adanya wisata ini sangat memiliki dampak yang baik untuk masyarakat setempat karna sangat membantu keuangan untuk masyarakat setempat...”(Hasan dan Hasin, 2021)

Maksum Juga menyatakan bahwa:

“.....dampak adanya tempat wisata religi ini sangat besar bagi masyarakat setempat, apalagi dengan banyaknya pengunjung/peziarah yang datang. Bisa dikatakan dengan adanya wisata di desa martajazah ini benar-benar membantu keuangan masyarakat setempat..”(Maksum, 2021)

Berdasarkan analisis unsur-unsur strategi diatas dapat dinyatakan bahwasanya perlu adanya peningkatan strategi agar bisa memanfaatkan

suatu peluang yang ada dengan lebih baik lagi dan berdampak lebih banyak serta lebih positif pada semua pihak.

3. Implementasi Strategi

Implementasi strategi (*strategy implementation*), merupakan proses manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur (Assauri, 2013). Seperti halnya yang disampaikan diatas bahwasanya wisata religi ini tidak ada strategi secara sistematis sehingga tidak ada bentuk implementai secara detail namun terdapat program yakni dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Program yang ada pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan adalah yang pertama kali adalah renovasi masjid. Yang kedua event setiap tahun yakni Haul Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan .
- 2) Anggaran yang digunakan untuk renovasi masjid bersumber dari pihak keluarga. Sedangkan untuk event dari berbagai macam pihak salah satunya yaitu terdapat bantuan dari pemerinatah.
- 3) Prosedur atau *standard operating procedures* (SOP) tidak tercatat secara khusus. Pengadministrasian juga tidak dijadikan notulensi.
- 4) Evaluasi dan kontrol ini dilakukan dengan cara bermusyawarah bersama dan menghasilkan kesepakatan yang positif.

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan beberapa pengus tempat wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil berikut ini:

“.....program yang ada pertama kali disini adalah renovasi masjid. Dan Alhamdulillah semuanya sudah selesai dan berjalan lancar.

Yang kedua adalah event yang di adakan setiap tahun yakni Haul Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan. Kalau masalah pendanaannya pihak keluarga yang mengeluarkan anggaran, sedangkan kalau ada acara-acara besar seperti haul dan sebagainya itu dari berbagai pihak juga ikut membantu salah satunya bantuan dari pemerintah..”(Markun, 2021)

“.....kalau untuk program yang sudah berjalan pembangunan masjid ini dan juga sudah selesai, kalau untuk yang lainnya seperti pembangunan aula dan sekolah itu masih di tahap perencanaan..” (Hasim, 2021)

“....disini memang tidak ada pengcatatan secara khusus jadi memang tidak ada pembukuannya, kalau untuk program, yang paling utama ya program pembangunan masjid, karna ini kan juga untuk kenyamanan pengunjung. Kalau untuk program yang lainnya masih di rencanakan dalam artian sudah ada rencana Cuma belum berjalan, kami di sini selaku pengurus juga melakukan musyawarah dengan masyarakat setempat dan juga dengan pihak keluarga yang mengelola..”(Maksum, 2021)

4. Evaluasi Strategi

Salah satu cara untuk mengevaluasi strategi yang telah diterapkan adalah dengan menggunakan metode Analisis SWOT. Analisis SWOT dapat diartikan sebagai :”Analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*)”. Berikut merupakan analisis SWOT dari hasil pemaparan penelitian yang dilakukan peneliti :

1) Kekuatan yang dimiliki oleh wisata religi ini diantaranya adalah:

- Syaikhona Muhammad Kholil memiliki karomah dan memiliki banyak santri sehingga banyak yang berziarah ke makam beliau.

- Desain masjidnya yang menarik seperti daerah timur tengah.

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad kholil berikut ini:

“....secara dasarnya mungkin karna ingin barokah dari beliau karena beliau waliyullah. Kalau secara agama sendiri kekuatannya Syaikhona Kholil itu waliyullah yang banyak muridnya, itu yang membuat santri-santri atau peziarah/pengunjung tertarik. Kalau dari yang kita lihat secara visual itu dari masjidnya desainnya itu unik ala-ala ketimur tengahan..”(Markun, 2021)

“....Orang-orang tertarik datang kesini, mungkin karena tertarik dengan sejarah beliau, yang mana beliau memang memiliki banyak karomah dan santrinyapun banyak dari berbagai kota. Cerita kisah beliau kan sudah sampai d seluruh Indonesia bahkan mungkin yang membuat pengunjung tertarik juga dengan desain masjidnya ini yang di desain seperti daerah timur tengah..”(Hasim, 2021)

“....saya sendiri yang setiap hari disini merasa nyaman saja, tenang rasanya berada di sini. Kebanyakan dari para pengunjung yang datang kesini itu kemungkinan besar karna ingin berziarah ke makam beliau dan juga mereka tertarik dengan kisah beliau. Setiap orang insyaallah pasti tahu tentang beliau, bahwa beliau adalah guru besar yang memiliki banyak karomah, saya rasa itu yang menjadi minat pengunjung/peziarah yang datang ke sini..”(Rudi, 2021)

“...kalau menurut saya yang manarik bagi pengunjung/peziarah kesini itu mungkin karena ingin mendapat barokah dari beliau yang mana kan beliau adalah guru besar yang sudah terkenal dimana-mana yang memiliki banyak karomah...” (Maksum, 2021)

Sedangkan menurut pernyataan dari beberapa pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan:

Merurut bapak Muhammad Rosidi dari jember menyatakan:

“...saya tertarik kesini ingin mendapat barokahnya dan juga mendapat karomahnya. Selain itu kalau kita dapat barokah dan karomahnya kemungkinan hajat-hajat kita bisa dikabulkan..”(Muhammad Rosidi, 2021)

Menurut bapak aris dari Madura sumenep menyatakan:

“...saya tertarik kesini itu karena saya belum pernah sampai kesini, dan juga mendengar dari orang-orang tentang sejarah beliau sehingga saya ingin sekali kesini..”(Aris, 2021)

Menurut Bapak Muhammad Irwan dari Rembang Jawa Tengah menyatakan:

“....saya kesini ini ingin mengambil barokahnya mbah yai Kholil, selainitu juga ingin tahu bumi Madura dan juga ingin melihat jembatan suramadu..”(Muhammad Irwan, 2021)

Menurut Bapak Ali Imron dari Surabaya menyatakan:

“....saya kesini ingin mendapat barokah dan karomah dari beliau, saya tertarik datang kesini juga karena ajaran agama beliau dan sejarah tentang beliau..”(Ali Imron, 2021)

Menurut Bapak Edi Mashudi dari Madura asli Bangkalan menyatakan:

“....saya tertarik pertama memang karena suasananya menyejukkan hati, kedua itu memang suasana di martajazah ini memang mengandung daya tarik bagi ketenangan batin dan hati. Terus selain itu wisata religi ini tidak mengubah unsur-unsur ke agamaan ibarat suasana islaminya itu masih kuat..” (Edi Mashudi, 2021)

2) Kelemahan yang dimiliki oleh wisata religi ini diantaranya adalah:

- Sistem kerjanya yang belum maksimal.
- Tidak ada kerjasama dengan pemerintah daerah.
- Tidak ada pencatatan administrasi secara detail.
- Tidak ada penyusunan strategi secara otomatis.
- Kurangnya tempat sampah
- Kurangnya penghijauan
- Tingkat kebersihan kurang
- Lahan parkir kurang luas

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makan Syaikhona Muhammad Kholil berikut ini:

“...mungkin secara system saja mungkin perlu dibenahi, secara system mungkin kerja cepatnya, misal responnya, karena kita kan tidak menentu, dihari-hari biasa itu kadang rame kadang tidak, tapi kalau misalnya ramenya mendadak masalah kebersihan itu terlambat, jadi susah karena kita kan tidak bisa memprediksi. Jadi untuk mempersiapkannya itu kita tidak tau, kadang tiba-tiba rame ada sepuluh bis, dua puluh bis jadi kebersihan itu harus ekstra. Jadi setiap harinya itu kebersihan standart jadi kalau tiba-tiba rame ya tidak nututi. Kalau dari segi kekurangan lainnya mungkin karena tidak ada kerja sama dengan pemerintah daerah. Maksudnya disini dikelola pribadi keluarga..”(Markun, 2021)

“....ya mungkin kekurangannya hanya dari segi sistemnya saja, karena di sini kan tidak ada pembukuan..”(Maksum, 2021)

Sedangkan menurut pernyataan dari beberapa pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan:

“....kalau dari segi pengunjung menurut saya tidak ada kekurangan sama sekali, karena tiap tahunnya itu pasti banyak pengunjungnya tidak pernah sedikit. Kalau dari segi pelayanan masih banyak kekurangan, contohnya air, kalau di sini kan serba bayar kita mau kencing saja bayar dua ribu mau madi saja bayar empat ribu”(Muhammad Rosidi)

“....mungkin ini untuk tempat sampahnya di tambah karena masih banyak sampah yang berserakan, terus ini juga bagaimana supaya tidak panas, mungkin bisa di tanami pohon-pohon yang subur, jadi nanti mau masuk kesini tidak terburu-buru karena terlalu panas. Karena kalau seperti inikan kita tidak enak sama penjual, mencari tempat yang adem tidak ada selain di bawah penjual, jadi ya disini kurang adem..”(Muhammad Irwan, 2021)

“....kalau yang saya lihat kekurangannya di sini airnya kurang bersih di saat berwudu itu masih ada kotoran..”(Ali Imron)

“....kekurangannya salah satunya penataan orang-orang yang jualan, terus penataan parkir kadang-kadang semerawut yang mengambil tempat seenaknya sendiri. Terus

kekurangannya lagi ini kadang-kadang kepanitiaannya ini pengurusnya itu ibarat masih kurang rapi. Kadang-kadang pakai baju-baju sembarangan..”(Edi Mashudi, 2021)

3) Peluang yang dimiliki oleh wisata religi ini diantaranya adalah:

- Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.
- Mengembangkan produk air minum.

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad kholil berikut ini:

“....secaraa ekonomi sangat berpeluang tinggi, karena dengan adanya wisata ini kan bisa membantu keuangan masyarakat..”(Rudi, 2021)

“....adanya wisata ini ya sangat membantu masyarakat sekitar, mereka bisa memperbaiki keuangan dengan cara berjualan di sekitar tempat ini..”(Hasan, 2021)

4) Ancaman yang dimiliki oleh wisata religi ini diantaranya adalah:

- Terdapat banyak wisata lain yang ada di Bangkalan dan sekitarnya.

Berdasarkan analisis SWOT diatas, selanjutnya peneliti akan melakukan analisis menggunakan metode analisis SWOT Matriks yang digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Analisa SWOT berdasarkan wawancara dan observasi di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan

| IFAS | Kekuatan (Strength) | Kelemahan (weaknes) |
|------|--|---|
| | - Syaikhona Muhammad Kholil memiliki karomah dan memilki banyak santri sehingga banyak yang berziarah ke | - Sistem kerjanya yang belum maksimal. - Tidak ada kerjasama dengan pemerintah |

| | | |
|---|---|--|
| <p>EFAS</p> | <p>makam beliau.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aksesibilitas yang mudah untuk menuju wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. - Desain masjidnya yang menarik seperti daerah Timur Tengah. - Memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. - Terdapat produk air mineral yang diproduksi oleh wisata religi tersebut. | <p>daerah.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada pencatatan administrasi secara detail. - Tidak ada penyusunan strategi secara otomatis. - Kurangnya tempat sampah - Kurangnya penghijauan - Tingkat kebersihan kurang - Lahan parkir kurang luas |
| <p>Peluang (opportunity)</p> | <p>Strategi S-O</p> | <p>Strategi W-O</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - Menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah. - Mengembangkan produk air minum dengan pangsa pasar yang lebih luas. - Membangun tempat penginapan khusus untuk peziarah yang datang dari jauh. | <ul style="list-style-type: none"> - pembuatan strategi secara sistematis agar dapat terorganisir karena dengan aksesibilitas yang mudah menjadikan semakin banyak jumlah pengunjung yang berziarah. - menjalin kerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan sekaligus produk air minum yang diproduksi. - mengembangkan produk air minum yang diproduksi dengan memanfaatkan media sosial yang ada agar mampu bersaing dengan produk lain. | <ul style="list-style-type: none"> - perbaiki sistem yang sudah ada dengan melakukan perancangan strategi baru. - bekerjasama dengan pemerintah setempat untuk melakukan pengembangan wisata dan produk yang dihasilkan. |

| Ancaman (threats) | Strategi S-T | Strategi W-T |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat banyak wisata lain yang ada di Bangkalan dan sekitarnya. | <ul style="list-style-type: none"> - menerapkan sifat istiqomah untuk mempertahankan eksistensi wisata Religi Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. - melakukan renovasi atau penataan ulang area sekitar wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. - memanfaatkan area yang masih luas untuk dijadikan lahan parkir. | <ul style="list-style-type: none"> - mengikuti anjuran pemerintah mengenai protocol kesehatan. - mengadakan aksi penghijauan dengan melibatkan masyarakat sekitar agar wisata religi terlihat asri. - meningkatkan kualitas kinerja dengan melakukan koordinasi antara pihak pengurus dengan masyarakat sekitar dalam pengelolaan lahan parkir. |

Strategi yang dilakukan dalam pengembangan objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan sesuai analisis SWOT dengan melihat matriks adalah dengan menghasilkan empat alternatif strategi yaitu alternatif Strategi SO (menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), alternative strategi WO (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), alternatif strategi ST (menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman) dan alternatif strategi WT (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman).

1. Strategi SO (Strength and Opportunities)

Ada beberapa strategi pengembangan dalam mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- a. Melakukan penyusunan strategi yang sistematis dan terorganisir agar dapat terbagi dengan jelas mengenai tugas dan fungsi dari pengurus dan lebih tertata dalam pengelolaan wisata religi tersebut.
- b. Melakukan pembangunan dan perbaikan serta memelihara sarana dan prasarana yang sudah ada. tetap menjaga sarana dan pemeliharaan prasana wisata. Apabila wisatawan yang berkunjung merasa kebutuhannya selama berada di daerah objek wisata cukup tentu akan menjadi kenangan tersendiri bagi

pengunjung dan keinginan untuk kembali ke objek wisata tersebut. Oleh karena itu perlunya dibangun sarana prasarana pendukung kegiatan seperti membangun tempat penginapan. Pembangunan tempat penginapan ini bertujuan untuk memberikan fasilitas yang baik bagi pengunjung yang ingin bermalam di tempat wisata, agar pengunjung tidak bermalam di area masjid sehingga perlu dibangun tempat penginapan khusus supaya lebih nyaman bagi pengunjung. Selain itu juga harus tetap menjaga sarana prasarana yang sudah ada untuk mempertahankan keindahan wisata religi.

- c. Membangun dan mengadakan aksesibilitas wisata Aksesibilitas merupakan prasarana yang paling penting dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah, karena dengan akses jalan yang baik akan memberikan rasa nyaman kepada wisatawan untuk melaluinya tanpa ada rasa khawatir akan terjadinya kecelakaan. Oleh karena itu, diharapkan adanya perbaikan jalan pada jalan yang sudah rusak dan berlubang. Hal ini perlu adanya kerjasama dengan pemerintah daerah, maka dari itu pihak wisata religi harus menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah.
- d. mengembangkan produk air minum yang diproduksi dengan memanfaatkan media sosial yang ada agar mampu bersaing dengan produk lain.

2. Strategi WO (Weaknesses and Opportunities)

Ada beberapa strategi dalam meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang di objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- a. memperbaiki sistem yang sudah ada dengan melakukan perancangan strategi baru agar lebih baik dalam pengelolannya.
- b. Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan yang lebih baik untuk menarik pengunjung sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek.
- c. Membuat strategi promosi yang baik dengan bekerjasama dengan pemerintah untuk mempromosikan produk air mineral yang telah diproduksi sendiri agar pangsa pasarnya lebih luas.

3. Strategi ST (Strength and Treats)

Ada beberapa strategi dalam menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman di objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- a. Mengoptimalkan potensi dan keunggulan dari objek wisata dengan mempertahankan dan memelihara objek wisata secara berkesinambungan untuk menghadapi persaingan objek wisata.
- b. menerapkan sifat istiqomah untuk mempertahankan eksistensi wisata Religi Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.
- c. melakukan renovasi atau penataan ulang area sekitar wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.
- d. memanfaatkan area yang masih luas untuk dijadikan lahan parkir.

4. Strategi WT (Weaknesses and Treats)

Ada beberapa strategi dalam meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman di objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- a. Mengadakan aksi penghijauan dengan melibatkan masyarakat sekitar agar wisata religi terlihat asri.
- b. Meningkatkan kualitas kinerja dengan melakukan koordinasi antara pihak pengurus dengan masyarakat sekitar dalam pengelolaan lahan parkir.

4.3 Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Di Masa Pandemi Covid-19

wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan telah berkembang dengan baik. Hal tersebut dapat dibuktikan dari jumlah kunjungan peziarah setiap tahunnya yang mengalami peningkatan secara signifikan. Dalam menjalankan usaha di sector pariwisata tentunya harus memiliki sikap yang produktif dalam artian terus melakukan pengembangan dengan sesuatu yang lebih baik dan memberikan manfaat serta keberkahan bagi banyak orang. Meskipun pihak pengurus telah melakukan upaya dengan sangat baik dalam memberikan fasilitas dan pelayanan kepada para peziarah namun tetap saja dalam pengembangannya masih terdapat suatu hambatan yang menghalangi strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada masa pandemic covid 19. Namun disisi lain juga terdapat support dalam pengembangannya. Berikut merupakan factor pendukung dan factor penghambat strategi peningkatan kunjungan wisatawan

pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan pada masa pandemic covid 19 berdasarkan hasil observasi peneliti:

1. Faktor Pendukung

- Memperbaiki dan memelihara fasilitas yang dilakukan oleh pengurus dan keluarga untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada peziarah. Salah satunya adalah menjaga kebersihan area wisata religi.
- Adanya dukungan dan antusias dari masyarakat sekitar untuk ikut serta mempertahankan eksistensi wisata religi makam Syaikhona Kholil Bangkalan agar tetap ramai pengunjung dengan cara yang sederhana yakni tetap sering melakukan ziarah di makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan meskipun di masa pandemi dengan mematuhi protocol kesehatan sebagai contoh bagi peziarah lain agar kelestarian makam tetap dijaga dengan baik dan agar tidak ada penutupan wisata religi.

2. Faktor Penghambat

- Kurangnya sinergitas antara pihak pengurus dengan pemerintah, sehingga peluang untuk mengembangkan produk tidak dapat terjangkau secara luas
- Sistem kerja yang kurang maksimal. Hal ini dapat terjadi karena dipengaruhi oleh jumlah peziarah setiap harinya yang tidak menentu, sehingga membuat pengurus belum bisa bekerja dengan cekatan.

4.4 Pembahasan Relevansi Penelitian yang Dilakukan oleh Peneliti dengan Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya strategi peningkatan kunjungan wisatawan belum diterapkan secara maksimal oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan karena memang tidak ada strategi khusus yang diciptakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Namun jika dianalisis secara detail mengenai kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dihadapi wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan memiliki banyak kekuatan atau keunggulan yang bisa dipertahankan dan mampu meningkatkan kuantitas peziarah yang berkunjung. Selain itu juga banyak peluang yang harus dimanfaatkan oleh pihak wisata religi agar wisata religi ini terus berkembang. Seperti hanya membangun kerjasama dengan pemerintah setempat.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anisa Fitri Hosin yang membahas tentang mempelajari dan menjelaskan heuristri, kritik, interpretasi dan historiografi pada perkembangan pariwisata ziarah makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan Tahun 2005-2018. Yang mana pada penelitian tersebut hanya memuat tentang sejarah perkembangan secara global. Selanjutnya juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutfiadi yang berfokus pada pengelolaan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat serta menggunakan indikator kesejahteraan dalam penelitiannya.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lilis Suaibah yang mana penelitian ini berfokus pada dimensi kualitas pelayanan (*service quality*) yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dengan menggunakan metode analisis GAP Serqual.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih mengembangkan dan mendalami atau mencari *gap* dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan metode analisis yang berbeda yakni menggunakan metode Analisis SWOT dalam menganalisa data yang didapatkan dan ditinjau dari teori yang ada. Jika ditinjau dari teori strategi memang tidak ada strategi khusus yang sistematis dalam meningkatkan jumlah kunjungan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan oleh pihak pengurus karena wisata ini telah memiliki kekuatan (*strength*) yakni karomah yang dimiliki oleh Syaikhona Muhammad Kholil itu sendiri yang menjadikan daya tarik wisatawan. Namun disisi lain terdapat hal yang perlu diapresiasi yakni niat baik dan usaha dari pihak pengurus untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para peziarah sebagai bentuk dedikasinya terhadap guru besarnya yakni Syaikhona Muhammad Kholil dengan terus mengamalkan apa yang diajarkan oleh beliau.

Dengan menggunakan metode Analisis SWOT maka hasil penelitian yang diperoleh dapat disajikan lebih rinci agar bisa memberikan informasi secara detail kepada para pembaca atau peneliti selanjutnya tentang strategi atau dapat dikatakan sebagai kunci, ciri khas yang menonjol dari wisata religi makam

Syaikhona Kholil Bangkalan yang mana jumlah pengunjungnya terus mengalami peningkatan karena keunggulan atau kekuatan yang dimilikinya.

Jika direlevansikan dengan penelitian sebelumnya maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini dilakukan pada objek penelitian yang sama yakni di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Yang mana secara umum sama-sama ingin *meng-explore histori* wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil namun secara spesifik memiliki perbedaan pada focus penelitian dan metode yang digunakan untuk menganalisa data.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang “ *Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan Di Masa Pandemi Covid-19* ”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi peningkatan kunjungan wisatawan belum diterapkan secara maksimal oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan karena memang tidak ada strategi khusus yang diciptakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.
2. Faktor pendukung strategi ini adalah sinergitas antara keluarga, pengurus dan masyarakat dalam mengembangkan sekaligus mengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan. Faktor penghambat dalam strategi ini adalah sistem kerjanya yang kurang ditingkatkan dan tidak adanya campur tangan dari pemerintah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah direalisasikan, maka peneliti ingin menyarankan kepada pihak pengurus agar meningkatkan system kerjanya, membuat dan menyusun strategi secara sistematis dan melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan pariwisata. Meningkatkan sistem kebersihan dari segi lingkungan. Memperluas lapangan parkir serta di adakannya penghijauan seperti menanam pohon yang subur dan rindang supaya tidak terlalu

panas bagi para pengunjung atau peziarah. Saran untuk peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan indicator yang berbeda supaya mendapatkan hasil yang lebih baik dan menarik para pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Brisik.id, Berwisata Religi ke Masjid Syaikhona Muhammad Kholil, diakses di <https://brisik.id/read/54049/berwisata-religi-ke-masjid-syaikhona-muhammad-kholil>, diakses pada tanggal 13 oktober 2021 pukul 08.45 wib.
- Global Muslim Travel Index (GMTI), 2019, Diakses 12 Oktober 2021 Pukul 09.20 wib.
- Fahmi, Irham, 2014, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta. <http://travel.kompas.com>. Diakses pada tanggal 11 Oktober 2021 Pukul 13.15 wib.
- Hosin, Anis Safitri, “*Perkembangan Pariwisata Ziarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil Di Bangkalan Tahun 2005-2018*”, Skripsi, UNESA Surabaya Tahun 2019. <https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada tanggal 11 Oktober 2021 pukul 09.00 wib.
- Kata data, Menparekraf: Kontribusi Pariwisata Ditargetkan 12 Persen dari PDB diakses <https://katadata.co.id/doddyrosadi/berita/6058264566a4b/menparekraf-kontribusi-pariwisata-ditargetkan-12-persen-dari-pdb> diakses pada tanggal 23 November 2021 pukul 18.15 wib.
- Ferrel, O.C., dan Harline, D, 2005, *Marketing Strategy*, South Western: Thomson. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/halal>, Diakses pada tanggal 11 Oktober 2021 Pukul 12.00 wib.
- Dr. Mgs. H. Nazarudin, MM, 2018, *Manajemen Strategik*, Palembang: Noer Fikri. Kemenparekraf, *Potensi Pengembangan Wisata Halal Di Indonesia*, diakses di <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia->, diakses pada tanggal 23 November 2021 pukul 19.30 wib. <https://www.bps.go.id> Diakses 12 Oktober 2021 Pukul 08.00 wib.
- Kotler, P., dan Keller, K.L, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks.
- Liputan6, *Daya Tahan Wisata Religi di Bangkalan Saat Pandemi Covid-19*, diakses di <https://www.liputan6.com/regional/read/4415901/daya-tahan-wisata-religi-di-bangkalan-saat-pandemi-covid-19> , diakses pada tanggal 13 oktober 2021 pukul 10.15 wib.
- Lutfiadi, “*Pengelolaan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat*”, Tesis, UINSA Surabaya Tahun 2019.
- Oka A, Yoeti, 2008, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pearce II, Jhon A., dan Robinson Jr, Richard B, 1997, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rachmat, 2014, *Manajemen Strategik*, Bandung: Pustaka Setia.

Rangkuti, Freddy, 2013, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rencana Strategis 2020-2024 Kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif

Setianda, Vonny dan Roos Kities Andadari . *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* Vol. 2, Nomor 3, Juni 2015, 423

Siagian, Sondang P, 1995, *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suaibah, Lilis “*Analisis Kepuasan Peziarah Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura*”, *Jurnal PAMATOR*, Vol.10, No.2, Oktober 2017, 146-151.

Subarkah, Alwafi Ridho, *Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah*, Vol, 4 No. 2, Juli-Desember 2018, 49.

Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah W, 2017, “*Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*”. Denpasar: Pustaka Larasan.

www.katadata.co.id Diakses 12 Oktober 2021 Pukul 10.17 wib.

Lampiran-Lampiran

Wawancara dengan bapak Maksum pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil



Sumber : Dokumen Peneliti



Wawancara dengan Bapak Hasan, Hasim dan Rudi pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil



Sumber : Dokumen Peneliti

Wawancara dengan bapak Markun pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil



Sumber : Dokumen Peneliti

Pengunjung yang sedang mengaji



Sumber : Dokumen Peneliti

Pengunjung yang berada di tempat parkir



Sumber : Dokumen Peneliti

Bangunan Masjid Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil



Sumber : Dokumen Peneliti

Pengunjung yang sedang mengaji



Sumber : Dokumen Peneliti