

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI

DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Fakultas Ekonomi*

Universita Islam Riau

Pekanbaru



OLEH :

SANDRI SAPUTRA

165210117

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2020

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR (Studi Kasus Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjar)

Abstrak

SANDRI SAPUTRA
165210117

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan wisata religi di kabupaten Indragiri Hilir dengan objek Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjar. Populasi dalam penelitian ini ialah wisatawan yang berkunjung ke Makam tersebut baik yang berasal dari kecamatan Kuala Indragiri Desa Taluk Dalam Kampung Hidayat Sapat. maupun yang dari luar daerah atau provinsi lain. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Metode Purposive Non Probability Sampling yakni berjumlah 100 orang. adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Hasil penelitian berdasarkan Analisis Swot menunjukkan bahwa pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah masih kurang dijalankan atau masih rendahnya partisipasi dalam mengembangkan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir ini, hal ini yang menyebabkan kelemahan dari wisata religi tersebut, PERDA yang mengatur tentang Pengembangan Wisata Religi masih belum diterapkan karena kurangnya kesadaran pemerintah untuk mengembangkan wisata yang berada di daerah tersebut dan tidak adanya pemberian dana yang lebih untuk mengembangkan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Wisata Religi

STRATEGY TO DEVELOP RELIGIOUS TOURISM IN INDRAGIRI HILIR DISTRICT (Case Study of the Tomb of Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjar)

Abstract

SANDRI SAPUTRA

165210117

The purpose of this study was to determine and analyze the strategy of developing religious tourism in the Indragiri Hilir Regency with the object of the Tomb of Sheikh Abdurrahman Siddiq Al-Banjar. The population in this study were tourists visiting the tomb both from the sub-district of Kuala Indragiri, Taluk Dalam Village, Kampung Hidayat Sapat. or those from outside other regions or provinces. The sampling technique in this study used the purposive non-probability sampling method, which amounted to 100 people. As for the data analysis technique in this study using SWOT analysis. The results of the research based on the Swot analysis show that the development carried out by the Regional Government is still not implemented or the participation in developing religious tourism in Indragiri Hilir Regency is still low, this is what causes the weakness of religious tourism, the PERDA which regulates the Development of Religious Tourism is still not implemented. due to the lack of government awareness to develop tourism in the area and the absence of more funds to develop religious tourism in Indragiri Hilir Regency.

Keywords: Development Strategy, Religious Tourism

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan memanjatkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Wisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir”**. Adapun skripsi ini merupakan salah satu untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa yang tak luput dari kesalahan dan kekhilafan, skripsi ini masih jauh dari skripsi, Penulisan ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat membangun.

Selain dari itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah *Subhanahu wata'ala* yang telah meridhoi dan memberi kemudahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan

2. Bapak Dr. Firdaus AR, SE., M.Si, Ak., CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.,Si selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
4. Ibu Susie Suryani, SE., MM selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah memberikan petunjuk dan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini cepat terselesaikan.
5. Kedua orang tua tercinta bapak Karnain dan Ibunda Yusnita yang telah banyak mengorbankan, meneteskan air mata dalam doanya dan menyucurkan keringat dalam usahanya, agar penulis dapat melanjutkan pendidikannya dan meraih cita-cita sebagai anak yang berguna dan berbakti kepada agama dan orang tua.
6. Staff dan karyawan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir terimakasih telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
7. Terimakasih Teman Seperjuangan Riki Irawan, Indra Ramadhan, Dicky Octaliandy Rafinda Dwi Putri, Sabrina Audia dan Lola Saskia yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengakui banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun sumber referensi. Maka dari itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini lebih baik lagi dan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

Pekanbaru, 26 Maret 2020

Sandri Saputra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAH PUSTAKA DAN HIPNOSIS	
2.1 Strategi Pemasaran	11
2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran	14
2.2 Pengembangan Wisata	15
2.3 Unsur-unsur Pokok Pengembangan Pariwisata	17
2.4 Analisis SWOT	18
2.6 Pariwisata	21
2.6.1 Pariwisata.....	21
2.6.2 Manajemen Pengelolaan.....	22
2.6.3 Prinsip Dasar Pengelolaan Pariwisata.....	23
2.6.4 Strategi Pengembangan Kepariwisata.....	24
2.6.5 Wisata Religi.....	25
2.6.6 Fungsi Wisata Religi.....	26
2.6.7 Bentuk-bentuk Wisata Religi.....	27
2.6.8 Tujuan Wisata Religi	27
2.6.9 Pariwisata Syariah.....	29
2.6.10 Perbandingan Wisata Religi dan Syariah.....	32
2.7 Wisatawan	33

2.8 Penelitian Terlebih Dahulu.....	34
2.9 Kerangka Pemikiran.....	35
2.10 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	37
3.2 Operasional Variabel.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	40
3.6 Analisis Data.....	41
3.6.1 Uji Validitas Data.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas Data.....	42
3.6.3 SWOT.....	43
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Makam Syekh Abdurrahman Siddiq.....	44
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Identitas Responden.....	47
5.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	47
5.1.2 Usia.....	48
5.1.3 Pekerjaan Responden.....	48
5.2 Frekuensi Pariwisata.....	49
5.3 Tingkat Pemahaman Wisatawan Tentang Wisata Religi.....	50
5.4 Uji Instrumen Penelitian.....	51
5.4.1 Uji Validitas.....	51
5.4.2 Uji Reliabilitas.....	52
5.5 Analisis Deskriptif Strategi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Indragiri Hilir.....	53
5.5.1 Variabel Internal.....	54
5.5.1.1 Daya Tarik Wisata.....	
5.5.1.2 Sarana Dan Prasarana Pariwisata.....	60
5.5.1.3 SDM.....	67

5.5.1.4 Kelembagaan / Organisasi	71
5.5.1.5 Aksebilitas	76
5.5.1.6 Masyarakat	79
5.5.1.7 Pemerintah Daerah	82
5.5.1.8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	85
5.5.2 Variabel Eksternal	88
5.5.3 Peluang Wisata Syariah di Kabupaten Indragiri Hilir	89
5.5.4 Ancaman Wisata Syariah di Kabupaten Indragiri Hilir	91
5.5.4.1 Pesaing.....	92
5.5.4.2 Kebijakan Pemerintah Pusat dan Peraturan MUI	94
5.5.4.3 Wisatawan	98
5.6 Matriks IFE dan EFE	101
5.7.1 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE Matrix)	101
5.7.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE Matrix)	103
5.7 Matriks Internal-Eksternal (IE)	104
5.8 Matriks SWOT	106
5.10 Pembahasan.....	111
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	119
6.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Makam	6
Tabel 2.1 Perbandingan Wisata Religi dan Syariah.....	32
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	34
Table 3.1 Operasional Vriabel	37
Tabel 5.1 Jenis Kelamin.....	47
Tabel 5.2 Usia	48
Tabel 5.3 Pekerjaan Responden	49
Tabel 5.4 Frekuensi Berwisata.....	49
Tabel 5.5 Tingkat Pemahaman Wisatawan Tentang Wisata Religi.....	50
Tabel 5.6 Uji Validitas	51
Tabel 5.7 Uji Reliabilitas	53
Tabel 5.8 Tahapan Responden Mengenai Memiliki Destinasi Wisata AlamYang Menarik Untuk Dikunjungi	54
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Mengenai Memiliki Peninggalan Sejarah Islami Yang Menarik Untuk Dikunjungi	56
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Mengenai Memiliki Objek Wisata Religi Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Yang Menarik Untuk Di Kunjungi.....	57
Tabel 5.11 Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya Event Wisata Religi Untuk Di Kunjungi.....	59
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Mengenai Pengunjung Mendapatkan Informasi Mengenai Objek Wisata Religi Di Indragiri Hilir	61
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Tempat Persinggahan Hotel Syariah Yang Memberikan Kenyamanan Kepada Pengunjung	62
Tabel 5.14 Bersertifikasi Halal MUI	63
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Mesjid/Musholla Di Objek Wisata Religi Yang Nyaman	65
Tabel 5.16 Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Toilet Yang	

Bersih.....	66
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Mengenai Pemandu Wisata Yang Komunikatif, Ramah, Jujur Dan Bertanggung Jawab, Serta Berpenampilan Menarik.....	68
Table 5.18 Tanggapan Responden Mengenai Pengelolaan Wisata Religi Di Kabupaten Indragiri Hilir Sesuai Dengan Prinsip Syariah Islam	69
Table 5.19 Tanggapan Responden Mengenai Terdapat Biro Wisata Yang Menawarkan Paket Perjalanan Wisata Yang Sesuai Dengan Aturan Syariah Islam.....	70
Tabel 5.20 Tanggapan Responden Mengenai Terdapat Lembaga Agama Yang Mendukung Kegiatan Pariwisata Religi Di Kabupaten Indragiri Hilir ...	72
Tabel 5.21 Tanggapan Responden Mengenai Terdapat Komunitas Muslim Di Kabupaten Indragiri Hilir Yang Mendukung Penuh Pariwisata Religi.....	73
Tabel 5.22 Tanggapan Responden Mengenai Pemerintah Daerah Mendukung Kegiatan Pariwisata Religi Yang Ada Di Indragiri Hilir.....	74
Tabel 5.23 Tanggapan Responden Mengenai Setiap Objek Wisata Di Kabupaten Indragiri Hilir Mudah Dijangkau	76
Tabel 5.24 Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya Transportasi Umum Yang Memudahkan Menjangkau Objek Wisata Religi Indragiri Hilir .	78
Tabel 5.25 Tanggapan Responden Mengenai Masyarakat Sangat Mendukung Keberadaan Objek Wisata Religi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.6 Matriks IE..... 109

Gambar 5.7 Matriks SWOT..... 113



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara yang kaya akan keindahan alam, serta beraneka ragam budaya dan bahasa, yang semua dapat memberikan devisa yang cukup besar bagi dunia pariwisata. Secara umum pariwisata dipandang sebagai sektor yang dapat mendorong dan meningkatkan kegiatan pembangunan, membuka lapangan usaha baru, membuka lapangan kerja dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta pendapatan asli daerah, apabila dapat dikelola dan dikembangkan secara maksimal. Memasuki era globalisasi peranan industri pariwisata harus didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional.

Menurut Mohammad Chotib (2015) mengatakan bahwa sarana dan prasarana dalam suatu objek wisata itu sangat diperlukan untuk menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang disediakan disuatu objek wisata akan membuat wisatawan nyaman dan betah menikmati objek wisata tersebut. Dalam UUD No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa pariwisata ialah berbagai macam kegiatan dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Saat ini pengembangan pariwisata di Indonesia dititikberatkan pada setiap daerah, karena daerah yang memiliki potensi serta objek dan daya tarik wisata (ODTW). Adanya otonomi daerah yang diberlakukan di Indonesia, maka

setiap daerah di Indonesia di tuntut harus dapat meningkatkan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) agar dapat membiayai pembangunan daerah itu sendiri. Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan APBD tentu berbagai cara perlu dilakukan oleh pemerintah daerah, salah satunya adalah pengembangan dan pembangunan dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya yang dimiliki daerah tersebut.

Menurut Manik Pratiwi (2017) mengemukakan bahwa untuk melakukan pembangunan dan pengembangan pariwisata dibutuhkan suatu perencanaan yang strategis dan terarah serta terintegral, agar pembangunan dan pengembangan pariwisata sesuai apa yang dirumuskan sehingga berhasil mencapai tujuan dan sasaran yang diharapkan baik dari segi ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan sumber daya alam untuk kelancaran pengembangan pariwisata diperlukan beberapa pendorong yang penting antara lain seperti jalan yang baik, transportasi darat, laut, udara, dan akomodasi sebagai sarana yang tak kalah pentingnya dalam pengembangan pariwisata.

Pengelolaan kegiatan pariwisata sangat diperlukan dalam rangka menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah tujuan wisatawan dan bagaimana wisatawan membelanjakan uang sebanyak-banyaknya selama melakukan wisata. Makin lama wisatawan berada disuatu tempat wisata akan meningkatkan pengeluaran mereka, sehingga akan membangkitkan perusahaan jasa transportasi, hiburan, akomodasi, dan jasa lainnya.

Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam. Pengembangan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkaikan menjadi suatu daya tarik wisata. Hakekatnya pariwisata bertumpu kepada keunikan, kekhasan, dan keaslian alam serta budaya yang ada dalam suatu masyarakat daerah. (Mohamad, Ridwan 2012)

Hakekatnya menjadi konsep dasar dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata khususnya di Indonesia, maka dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata harus mengutamakan keseimbangan, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antar sesama manusia dengan manusia, hubungan manusia dengan lingkungan alam baik berupa sumber daya alam maupun geografisnya. Pariwisata di daerah-daerah sangatlah banyak bila mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada, pemerintah dan masyarakat saling membantu dalam mengembangkannya tersebut sehingga akan mengangkat segi ekonomi, budaya dan pendidikan daerah itu. (Deddy Prasetyo Maha Rani: 2014)

Di Indonesia mempunyai wisata yang beranekaragam mulai dari wisata alam, wisata kuliner, wisata bahari dan lainnya sebagainya. Salah satu potensi wisata yang berkembang saat ini di Kabupaten Indragiri Hilir adalah wisata religi ziarah ke makam Syekh Abdurrahman Siddiq yang

terletak di Desa Hidayat Sapat, Kecamatan Kuala Indragiri, dan Gema Muharram yang dilaksanakan di lapangan Gajah Mada Tembilahan.

Dari dua objek wisata religi yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir peneliti hanya fokus pada satu objek yaitu pada Makam Syekh Abdurrahman Siddiq. Kata ziarah diserap dari bahasa Arab ziyarah. Secara harfiah, kata ini berarti kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup atau yang sudah meninggal. Sedangkan secara teknis, kata ini menunjukan pada serangkaian aktivitas mengunjungi makam tertentu, seperti Makam Nabi, Wali, Pahlawan, Orang tua, Kerabat dan lain-lainya. (Arifin Ruslan 2007)

Ziarah merupakan panggilan agama untuk mengingatkan pada dua hal, kehidupan orang yang di ziarahi, dan akibat dari perbuatan yang dilakukan dihari kemudian. Ziarah juga merupakan amalan yang bertujuan melihat dari tempat-tempat bersejarah dan untuk menyaksikan secara nyata tempat-tempat penting dalam perkembangan agama islam, agar dapat mempertebal iman. (Suryono, Agus 2004)

Menurut (Mohammad Chotib: 2015) mengemukakan bahwa peristiwa-peristiwa sejarah, dan nilai-nilai budaya yang menarik untuk digali dan dikaji. Sejatinya wisata religi adalah perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi dahaga spiritual, agar jiwa yang kering menjadi basah oleh hikmah-hikmah religi.

Fenomena yang digambarkan di atas, terjadi pada Makam Syekh Abdurrahman Siddiq yaitu seorang ulama yang dikenal sebagai Pujangga

dan Sastrawan yang semasa hidupnya mengarang sejumlah buku sastra dan agama. Tuan guru telah menulis karyanya berupa kumpulan puisi berjudul Syair Ibarat Khabar Kiamat yang diterbitkan oleh Amadiyah Press Singapura tahun 1915, Beberapa syair sangat kritis dalam nuansa regilius. Kebesaran Syekh Abdurrahman Siddiq tidak hanya dikenal sebagai penulis karya, beliau dikenal sebagai ulama terakhir dibelahan Riau yang mengokohkan keulamaannya dengan menulis berbagai kitab pada abad ke-19 sampai permulaan abad ke-20 serta ulama pertama yang memperkenalkan Tasawuf di wilayah Riau.

Syekh Abdurrahman Siddiq yang tidak hanya sebagai Mufti, tetapi juga sebagai salah seorang Ulama Nusantara yang mempunyai pengaruh di kawasan Asia Tenggara. Syekh Abdurrahman Siddiq banyak berguru diberbagai daerah di Indonesia dan Luar Negeri, setelah merasa cukup sekitar tahun 1911. Syekh Abdurrahman Siddiq menetap di Hidayat Sapat (Kuala Indragiri Hilir) dan pada tahun 1998 Syekh Abdurrahman Siddiq diangkat menjadi Mufti Kerajaan Indragiri. Walaupun beliau sudah resmi menjabat menjadi Mufti, namu beliau masih menetap di Parit Hidayat Sapat memimpin dan menjadi guru serta menerima murid-murid yang bersal dari berbagai daerah yang juga menetap di Hidayat selama belajar dengan beliau.

Banyak yang berkunjung ke Makam Syekh Abdurrahman Siddiq karena beliau adalah seorang ulama besar dari Kalimantan

Makam Syekh Abdurrahman Siddiq terletak dikampung Hidayat Sapat Kecamatan Kuala Indragiri Hilir. Dari pelabuhan RSUD Tembilihan menuju belabuhan Hidayat menggunakan speedboat selama 1 jam atau menggunakan perahu selama 2 jam. Dari pelabuhan Hidayat, untuk menempuh jalur darat sekitar dua kilometer dengan menggunakan ojek untuk menuju kompleks makam.

Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir sangat bersemangat untuk mengembangkan wisata religi yang ada dikawasan Makam Tuan Guru Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjari. Semangat itu jelas tertanam dalam diri Kepala Dinas Pariwisata, Kepemudaan, Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir.

Tabel 1.1

Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Makam Syekh Abdurrahman Siddiq di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2016-2019

Wisatawan	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
Wisman	310	80	210	115
Wisnus	29,690	1,320	24,834	22,536
Total	30,000	1,400	25,044	22,651

Sumber: Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir, (2019)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Makam Syekh Abdurrahman Siddiq mengalami penurunan hal ini salah satu disebabkan makin naiknya biaya transportasi peneliti tidak bisa menjelaskan secara detail karna terbatasnya waktu dan biaya.

Puncak kunjungan wisatawan Makam Tuan Guru Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjari terjadi pada saat lebaran. Sebab masyarakat yang terkenang akan jasa-jasa ulama besar seperti beliau untuk berziarah dan berdoa. Paling banyak saat lebaran, bukan cuma pengunjung lokasi tapi sebagiannya dari luar daerah juga. Sekitar 30% dari luar Riau seperti Kalimantan, Jambi, Bangka, dan Malaysia. Beliau wafat pada 4 Syaban 1358 atau 18 september 1939 di Desa Hidayat, Kecamatan Kuala Indragiri. Dalam usia 72 tahun berdasarkan tahun hijriyah.

Tuan Guru Sapat keturunan Tuan Guru Landak dari Pulau Kalimantan itu wafat meninggalkan empat istri yaitu Fatimah, Hasanah, Aminah, Fatlunah, serta 35 orang anak. Wisata religi Tuan Guru, menurut Syamsudin Uti Wakil Bupati Indragiri Hilir cukup diminati pengunjung dari dalam kota bahkan wisatawan Luar Negeri untuk berziarah, zikir dan bersalawat.

Untuk kedepannya ingin membuat sebuah kebijakan dengan mengembangkan wisata religi yang ada di Hidayat Desa Teluk Dalam dan memperjuangkan 12 milyar anggaran dari APBD Provinsi untuk pembangunan infrastruktur akses jalan dari Tembilahan menuju Makam Tuan Guru, serta perawatan Makam Tuan Guru. Dengan adanya pembangunan dan peningkatan badan jalan tersebut akan lebih mempermudah masyarakat untuk berziarah ke Makam Tuan Guru.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis terdorong untuk mengadakan penelitian yang berjudul **Strategi Pengembangan Wisata**

Religi Di Kabupaten Indragiri Hilir (Studi Kasus Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjar).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan dalam penelitian ini ialah: bagaimana strategi pengembangan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir? (Studi Kasus Di Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjari)

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengidentifikasi strategi pengembangan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir (Studi Kasus Di Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjari)
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir?

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi instansi dinas pariwisata

Memberi masukan kepada instansi dinas pariwisata terkait tentang pengembangan potensi pariwisata di Kabupaten Indragiri Hilir.

2. Bagi Peneliti

Sebagai penerapan ilmu yang telah didapat di bangku kuliah dan mengatasi permasalahan yang terkait dengan analisis

strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Indragiri Hilir.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang mana dalam penelitian ini belum dikatakan sempurna, maka penelitian selanjutnya akan melengkapi dan seterusnya terkait dengan analisis strategi pengembangan.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang di gunakan dalam penelitian penulisan ini adalah sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menyediakan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang telaah pustaka yang mendukung dalam pembahasan penelitian, yang menguraikan tentang pengertian strategi pemasaran, wisata dan pengembangan wisata religi.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, yaitu lokasi dan objek penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan secara garis besar mengenai gambaran umum tentang makam Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjari

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan hasil dari penelitian dan pembahasan untuk menemukan jawaban atas masalah-masalah dari penelitian.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan dan sarana sehubungan dengan hasil penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu-individu atau organisasi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan yang diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dalam Meidika Hafid Dharmawan (2012: 3).

Menurut Philip Kotler (2004: 81), Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.

Sedangkan menurut Tjiptono (2002: 6) Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai target perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Sedangkan menurut Swastha dan Irawan (1999: 75) dalam (Rohmanudin: 2017), ada 5 konsep yang mendasari strategi pemasaran yaitu:

1. Segmentasi pasar

Merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri dari beberapa segmen yang berbeda-beda. Dalam setiap segmen terdapat pembeli yang mempunyai kebutuhan, pola pembelian dan tanggapan yang berbeda dari berbagai macam penawaran tidak satupun perusahaan yang dapat mencapai pasar dengan memuaskan semua pembeli. Setiap segmen dari pasar tersebut mencerminkan kesempatan yang berbeda-beda. Sebelum perusahaan menempatkan dirinya pada segmen-segmen tersebut maka harus terlebih dahulu mempelajari kesempatan yang ada. Dan akan lebih baik jika perusahaan dapat menemukan cara baru dalam mengadakan segmentasi pasar.

2. Penentuan Posisi Pasar

Marketing positioning, bahwa perusahaan berusaha memilih pola konsentrasi pasar khusus yang dapat memberi kesempatan maksimum untuk mencapai tujuan sebagai pelopor. Perusahaan baru dapat beroperasi setelah memperoleh posisi tertentu di pasar. Oleh karena itu harus menentukan sasaran pasarnya. Segmen pasar menarik bilamana mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:

- a. Segmen pasar cukup besar.
- b. Segmen pasar tersebut cukup potensial untuk berkembang lebih lanjut.
- c. Segmen pasar tersebut masih membutuhkan sesuatu yang bisa dilayani oleh perusahaan.

3. Strategi Memasuki Pasar

Konsep ketiga yang mendasari strategi pemasaran adalah menentukan bagaimana memasuki segmen pasar yang dituju. Beberapa cara memasuki segmen pasar yang dituju adalah:

a. Membeli perusahaan lain.

Membeli perusahaan lain dianggap suatu cara yang paling mudah untuk memasuki pasar. Selain itu juga dianggap paling cepat karena perusahaan yang dibeli sudah mempunyai pasar tertentu. Dengan cara ini perusahaan dapat menghindari proses pengujian yang mahal dan waktu yang lama.

b. Berkembang Sendiri

Cara ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang menganggap bahwa posisi yang kuat hanya dapat dicapai dengan menjalankan riset dan pengembangan sendiri. Swastha dan Irawan (1999:77).

4. Strategi *Marketing Mix*

Konsep pengembangan strategi pemasaran yang keempat berkaitan dengan bagaimana menetapkan penawaran pada segmen pasar tertentu. Kegiatan dalam pemasaran ini sebenarnya menyangkut empat jenis tindakan, yaitu tindakan mengenai produk, harga, promosi, dan distribusi. Kombinasi dari strategi produk, harga, promosi, dan distribusi dalam mencapai tujuan pemasaran dinamakan *Marketing Mix*.

5. Strategi Penentuan Waktu

Bila perusahaan telah menemukan kesempatan yang baik kemudian menetapkan tujuan, dan mengembangkan suatu strategi pemasaran ini bukan berarti bahwa perusahaan tersebut dapat segera beroperasi. Perusahaan dapat mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan apabila bergerak terlalu cepat atau lambat. (Rohmanudin, 2017).

2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran

Menurut Fandy (2000: 7) dalam (Ona Gustina Mardianti 2018: 3) ada beberapa faktor-faktor strategi pemasaran suatu perusahaan untuk menanggapi suatu perusahaan kondisi pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Faktor Lingkungan

Analisis terhadap faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis perusahaan.

2. Faktor Pasar

Perusahaan harus selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

3. Faktor Persaingan

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk atau pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing.

4. Faktor Analisis Kemampuan Internal

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahan dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut didasari pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran dan basis pelanggan yang dimiliki.

5. Faktor Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi dan penentuan strategi promosi.

6. Faktor Analisis Ekonomi

Dalam analisis ekonomi, perusahaan dapat memperkirakan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba.

2.3 Pengembangan Wisata

Pengembangan adalah usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan latihan. Selain itu, pengembangan dalam organisasi merupakan usaha meningkatkan organisasi dengan mengintegrasikan keinginan bersama akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian tersebut.

Sama halnya dengan pengelolaan, pengembangan dapat diartikan sebagai manajemen, manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diaturkan berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu (Siti Fatimah, 2015:21).

Menurut G.R. Terry manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Andrew F. Sikula berpendapat bahwa manajemen adalah suatu proses yang berkaitan dengan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien (Siti Fatimah, 2015:22).

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan, serta merupakan proses yang sistematis, terkoordinasi, kooperatif, dan terintegrasi dalam pemanfaatan unsur-unsurnya 6M (Siti Fatimah, 2015:22).

2.4 Unsur-unsur Pokok Pengembangan Pariwisata

Menurut Cooper dkk (1998) (Dalam Syahdanur 2018) bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut:

- a. Objek dan Daya tarik (*Attractions*) yang mencakup daya tarik yang berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan/artificial, seperti even atau yang sering disebut minat khusus.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang lain aksesibilitas sangat berperan penting, untuk menjangkau suatu objek wisata diperlukan sistem transportasi yang dapat mendukung keberadaan suatu objek dan daya tarik wisata tersebut dan juga memberikan kemudahan bagi para wisatawan yang hendak mengunjungi objek wisata tersebut (Damanik dan Weber, 2006).
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan, detail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, bis perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
- d. Fasilitas pendukung (*Ancillary Services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.
- e. Kelembagaan (*Institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

2.5 Analisis SWOT

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2018: 51), analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan atau cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.

Menurut Sofjan Assuari (2013: 71), analisis SWOT adalah ringkasan dari keunggulan dan kelemahan perusahaan yang dikaitkan dengan peluang dan ancaman lingkungan. Analisis SWOT juga merupakan suatu kerangka penganalisisan yang terintegrasi antara internal perusahaan dan lingkungan eksternal, dengan membangun pendekatan SWOT. Pendekatan analisis SWOT merupakan peralatan analisis tradisional yang mengintegrasikan perspektif internal dan eksternal.

Dalam Syahdannur dan Ona Gustiana Mardianti (2018), Analisis SWOT digunakan sebagai penentu kebijakan strategi perusahaan atau organisasi dalam memaksimalkan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus berperan memperkecil kelemahan yang ada dalam perusahaan serta menekan berbagai ancaman yang akan timbul. Pertimbangan-pertimbangan dalam Analisis SWOT dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam tubuh perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul

dalam perusahaan dan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengatasi kepuasan antara lain :

1) Kekuatan (*Strenght*)

Yang dimaksud dengan kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya pelayanan konsumen, karena lokasi perusahaan atau objek pariwisata khususnya di Kabupaten Indragiri Hilir. Menurut Pearce Robinson, kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang diinginkan perusahaan.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan dan kekurangan yang dimaksud adalah keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Kekurangan atau keterbatasan dalam sumber daya, penetapan harga sangat mahal membuat kelemahan suatu objek tersebut meningkat, Perubahan Teknologi dari zaman ke zaman selalu mengalami perubahan, Keterampilan Pemasaran dapat merupakan sumber kelemahan.

3) Peluang (*Oppurtunity*)

Yang disebut dengan peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Kondisi yang penting menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan penting

merupakan salah satu sumber peluang. Mengidentifikasi pertumbuhan ekonomi, daya beli konsumen, loyalitas pelanggan, kondisi ekonomi, keuntungan merupakan peluang di dalam pariwisata tersebut.

4) Ancaman (*Theats*)

Ancaman adalah sebuah peristiwa lingkungan yang tidak menguntungkan sebuah perusahaan jika tidak di atasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan seperti Pengaruh Cuaca, Perkembangan Teknologi, Inflasi dan Peraturan Pemerintah.

Analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk mengoptimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam sebuah perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu analisis strategi dan acuan dalam pembahasan sistematis tentang situasi perusahaan dan alternatif-alternatif pokok yang mungkin dipertimbangkan perusahaan.

2.6 Pariwisata

2.6.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Vanny Octavia (2011: 3) pariwisata adalah sebuah mega bisnis. Jutaan orang-orang mengeluarkan triliunan dollar Amerika, meninggalkan rumah dan pekerjaan untuk memuaskan atau membahagiakan diri (*pleasure*) dan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*). Hal ini menjadi bagian penting dalam kehidupan dan gaya hidup di negara-negara maju. Namun demikian memposisikan pariwisata sebagai bagian esensial dalam kehidupan sehari-hari merupakan fenomena yang relatif baru. Hal ini mulai terlihat sejak berakhirnya perang Dunia II di saat mana pariwisata meledak dalam skala besar sebagai salah satu kekuatan sosial dan ekonomi.

Sesungguhnya pariwisata telah dimulai sejak dimulainya peradaban manusia itu sendiri, yang ditandai oleh adanya pergerakan manusia yang melakukan ziarah atau perjalanan agama lainnya (I Gde Pitana, 2009:2).

Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan dalam Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa:

- 1) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

- 2) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- 3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- 4) Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
- 5) Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan penyelenggara pariwisata.
- 6) Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan pariwisata.
- 7) Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggara pariwisata (Ismayanti, 2010).

2.6.2 Manajemen Pengelolaan

Pengelolaan menurut Leiper (1990:256), merujuk kepada seperangkat peranan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, atau bisa juga merujuk kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut. Fungsi-fungsi manajemen tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Planing* (perencanaan)
2. *Directing* (mengarahkan)
3. *Controlling* (pengawasan)

2.6.3 Prinsip dasar pengelolaan pariwisata

Pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal (Pitana, 2009:2), Menurut Cox (1985, dalam Dowling dan Fennel, 2003:2), pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

- 1) Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifin lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
- 2) Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
- 3) Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.
- 4) Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
- 5) Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan atau menghentikan aktivitas

pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (*carrying capacity*) lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

2.6.4 Strategi Pengembangan Kepariwisata

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Langkah pokok strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a) Dalam jangka pendek dititik-beratkan pada optimasi, terutama untuk:
 - 1) Mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan
 - 2) Meningkatkan mutu tenaga kerja
 - 3) Peningkatkan kemampuan pengelolaan
 - 4) Memanfaatkan produk yang ada
 - 5) Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada
- b) Dalam jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi, terutama dalam:
 - 1) Memantapkan citra kepariwisataan Indonesia,
 - 2) Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan
 - 3) Mengembangkan dan diversifikasi produk
 - 4) Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja
- c) Dalam jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran dalam:
 - 1) Pengembangan kemampuan pengelolaan

- 2) Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan
- 3) Pengembangan pasar pariwisata baru
- 4) Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja (Siti Fatimah: 2015)

2.6.5 Wisata Religi

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi dalam jangka waktu sementara. Kata wisata kemudian memperoleh perkembangan pemaknaan sebagai perjalanan atau sebagian perjalanan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata (Khodiyat & Ramaini, 1992:123).

Wisata religi yang dimaksudkan disini lebih mengarah kepada wisata ziarah. Secara etomologi ziarah berasal dari bahasa Arab yaitu zaar, yazuur, ziyarotan. Ziarah dapat berarti kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup maupun yang sudah meninggal, namun dalam aktivitas pemahaman masyarakat kunjungan kepada orang yang telah meninggal melalui kuburnya, Kegiatan pun lazim disebut dengan ziarah kubur.

Praktik ziarah sebenarnya telah ada sebelum Islam, namun dlebih-lebihkan sehingga Rasulullah SAW sempat melarangnya. Tradisi ini pun dihidupkan kembali dan dianjurkan untuk mengingat kematian, bahkan dalam Islam, ziarah kubur apabila dilakukan mendapatkan pahala dan jika tidak dilakukan tidak berdosa. Ziarah dianggap sebagai perbuatan sunah.(Ruslan, 2007: 6).

Perkembangan zaman membuat pariwisata di Indonesia mengalami naik turun tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal tersebut berlaku pula terhadap pariwisata religi yang berada di Indonesia. Objek wisata yang sangat potensial ini banyak dikunjungi baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Kecenderungan wisatawan lebih suka memilih wisata religi dibandingkan dengan objek wisata lainnya. Berhubungan dengan hal tersebut, pemerintah sudah selayaknya mengupayakan agar objek wisata religi lebih di tingkatkan dengan merencanakan dan melakukan strategi yang matang serta efektif agar pariwisata religi dapat berperan aktif dalam meningkat devisa di Indonesia.

2.6.6 Fungsi Wisata Religi

Wisata pada hakikatnya adalah perjalanan untuk menyaksikan tanda-tanda kebesaran Allah SWT. Penerapan dalam wisata berkaitan dengan proses dakwah dengan menanamkan kepercayaan akan adanya tanda-tanda kebesaran Allah SWT sebagai bukti ditunjukkan di dalam ayat-ayat Al Qur'an.

2.6.7 Bentuk-bentuk Wisata Religi

Suryono Agus, (2004:7).mengatakan bahwa Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus, biasanya berupa tempat yang memiliki makna khusus, yaitu:

- 1) Masjid sebagai tempat pusat keagamaan dimana masjid digunakan untuk beribadah sholat, i'tikaf, adzan dan iqomah,

- 2) Makam dalam tradisi Jawa merupakan penyebutan yang lebih tinggi (hormat) pesarean, sebuah kata benda yang berasal dari *sare*, (tidur).
- 3) Dalam pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan
- 4) Candi sebagai unsur pada jaman purba yang kemudian kedudukannya digantikan oleh makam.

2.6.8 Tujuan Wisata Religi

Dapat dijadikan sebuah pedoman untuk menyampaikan syair Islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat kebesaran Allah SWT. Menuntun dan mengajak manusia agar tidak tersesat kepada perbuatan syirik atau mengarah kepada kekufuran (Ruslan, 2007: 10).

Ada 4 faktor yang mempunyai pengaruh penting dalam pengelolaan wisata religi yaitu lingkungan eksternal, sumber daya dan kemampuan internal, serta tujuan yang akan dicapai. Suatu keadaan, kekuatan, yang saling berhubungan dimana lembaga organisasi mempunyai kekuatan untuk mengendalikan disebut lingkungan internal, sedangkan suatu keadaan, kondisi, peristiwa dimana organisasi atau lingkungan eksternal. Kaitan antara wisata religi dengan aktivitas dalam adalah tujuan dari wisata ziarah itu sendiri (RD. Jatmico, 2003: 30). Abidin (1991:64) menyebutkan bahwa tujuan ziarah kubur adalah:

1. Syariatkan ziarah kubur merupakan salah satu pelajaran yang ingin diambil serta mengingatkan akan kehidupan akhirat dengan syarat tidak melakukan perbuatan yang membuat Allah murka, seperti minta restu dan doa dari orang yang meninggal.

2. Menjadikan sebuah pengingat kematian orang-orang yang sudah wafat dijadikannya pelajaran bagi orang yang hidup bahwa kita akan mengalami seperti apa yang mereka alami yaitu itu kematian.
3. Untuk mengingatkan peziarah bahwa kehidupan di dunia ini tidak kekal dan mengingatkan pada hari akhir.

Dalam wisata religi, memiliki isi muatan dakwah adalah sebagai berikut:

1. Sebagai metode dakwah yang diartikan secara bijaksana, akal budi yang mulia, dada yang lapang, hati yang bersih dan menarik perhatian orang kepada agama atau Tuhan.
2. Maudhah Hasanah dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiat) yang dapat dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat (sumber, Ahsana Mustika,2011:6).

1.6.9 Pariwisata Syariah

Terminologi wisata syariah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *Islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel*, ataupun *as moslem friendly destination*. Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah

mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Dari industri perbankan berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah.

Pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenpar, 2012). Pariwisata syariah dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata syariah tidak terbatas hanya pada wisata religi.

Berdasarkan pengertian tersebut konsep syariah yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah berhubungan dengan konsep halal dan haram di dalam islam. Halal diartikan dibenarkan, sedangkan haram diartikan dilarang. Konsep halal dapat dipandang dari dua perspektif yaitu perspektif agama dan perspektif industri.

Yang dimaksud dengan perspektif agama, yaitu sebagai hukum makanan apa saja yang boleh dikonsumsi oleh konsumen muslim sesuai keyakinannya. Ini membawa konsekuensi adanya perlindungan konsumen. Sedangkan dari perspektif industri. Bagi produsen pangan, konsep halal ini dapat diartikan sebagai suatu peluang bisnis.

Bagi industri pangan yang target konsumennya sebagian besar muslim, diperlukan adanya jaminan kehalalan produk akan meningkatkan nilainya yang berupa *intangible value*. Contoh produk pangan yang kemasannya tercantum label halal lebih menarik bagi konsumen muslim (Hamzah & Yudiana, 2015).

Pariwisata syariah merupakan pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai Islami dalam setiap aktvitasnya. Namun, istilah pariwisata syariah secara definisi di kalangan pelaku wisata masih cenderung asing. Pariwisata syariah lebih dimaknai sebagai wisata religi, yaitu kunjungan-kunjungan ke tempat ibadah untuk berziarah atau tempat-tempat ibadah lainnya. Padahal, pariwisata syariah tidak terfokus pada objek saja, tetapi adab perjalanan dan fasilitas lainnya (Chookaew, 2015).

Objek pariwisata syariah pun tidak harus objek yang bernuansa Islam, seperti masjid dan peninggalan sejarah Islam. Objek pariwisata syariah berlaku untuk semua tempat, kecuali tempat ibadah agama lain. Pariwisata syariah memberikan makna kepada masyarakat bahwa masyarakat muslim harus ber-Islam dimanapun dan kapan pun.

Wisata syariah adalah perjalanan dengan tetap memperhatikan akhlak, ibadah, dan aqidah agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pada wisata syariah ini, terdapat perbedaan antara wisata syariah dengan wisata konvensional dan wisata religi.

Maka dapat disimpulkan bahwa wisata syariah merupakan wisata yang lengkap karena mencakup wisata konvensional dan religi di

dalamnya. Tidak hanya itu, wisata syariah merupakan wisata yang lebih kompleks dibandingkan dengan kedua wisata (konvensional dan religi) karena wisata syariah menekankan pada produk halal dan sesuai dengan syariat Islam.

Wisata syariah tidak melulu menekankan pada wisata dalam arti perjalanan saja, namun lebih dari itu. Disebutkan bahwa terdapat empat komponen utama dalam wisata syariah yang disepakati oleh Kemenparekraf dan MUI (dalam Sucipto dan Andayani, 2014:12) adalah kuliner, muslim fashion, kosmetik-spa, perhotelan. Keempat komponen tersebut harus bersertifikasi halal dari LPPOM-MUI. Selain itu, terdapat komponen pendukung yang terdiri dari jasa keuangan syariah (perbankan, asuransi, pegadaian, leasing, dll), biro perjalanan syariah, dan penerbangan syariah. Oleh karena itu, wisata syariah dapat dikatakan luas cakupannya.

1.6.10 Perbandingan Wisata Religi dan Wisata Syariah

Tabel 2
Perbandingan Wisata Religi dan Syariah

No.	Item Perbandingan	Religi	Syariah
1.	Obyek	Tempat Makam, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2.	Tujuan	Meningkatkan Spritualitas	Meningkatkan Spiritulitas dengan cara menghibur
3.	Target	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. guna mencari ketenangan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta Menumbuhkan kesadaran beragama
4.	Guide	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan spirit religi - 14 – obyek wisata wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam

		wisata	bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.
5.	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan
6.	Kuliner	Umum	Spesifik yang halal
7.	Relasi dengan Masyarakat dilingkungan Objek Wisata	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	<i>Integrated</i> , interaksi berdasar pada prinsip syariah
8.	Agenda Perjalanan	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan Waktu

Sumber: RD Jatmico, 2003

1.7 Wisatawan

Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata disebut dengan wisatawan (*tourist*), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong (*excursionist*). UIOTO (*The international Union of Travel Organization*) menggunakan batasan mengenai wisatawan secara umum. Pengunjung (*visitor*), yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun terkecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Ada dua kategori mengenai sebutan pengunjung, yakni :

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi. Menurut Muljadi dan Andri Warman (2016), wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata atau orang yang melakukan perjalanan untuk

sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya. Menurut Yoeti jenis dan macam wisatawan, yaitu :

- a. Wisatawan asing
- b. *Domestic Foreign Tourist*
- c. *Destic Tourist*
- d. *Indigeneous Tourist*
- e. *Transit Tourist*
- f. *Bussines Tourist*

Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa asal wisatawan yang melakukan wisata di Indonesia terdapat dua kelompok, yaitu wisatawan domestik (warga negara Indonesia) dan wisatawan asing (warga negara asing).

1.8 Penelitian Terdahulu

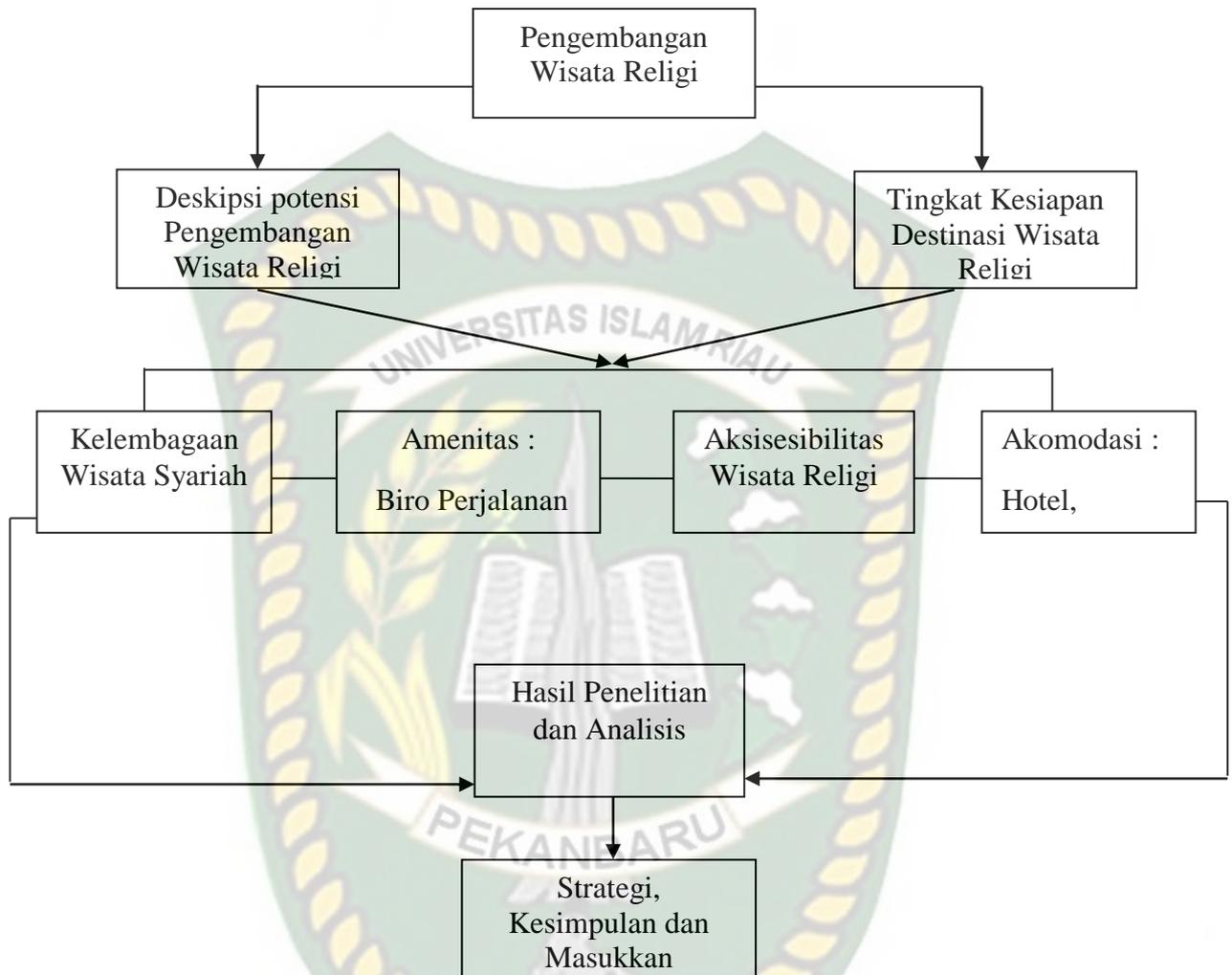
Tabel 3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Alat analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Wardana 2017 Potensi dan Strategi Pengembang Pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat	Kualitatif Analisis SWOT	Strategi Pengembangan	Pengembangan fisik meliputi meningkatkan infrastruktur sarana dan prasarana dasar untuk mendukung kesiapan kawasan pariwisata sebagai destinasi wisata baru atau rintisan dan kawasan pariwisata yang akan dikembangkan serta meningkatkan fasilitas penunjang kegiatan pariwisata.

2.	Siti Fatimah 2015 Strategi Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata Religi (Studi Kasus di Makam Mbah Mudzakir Sayung Demak	Kualitatif Analisis SWOT	Strategi Pengembangan	Pengembangan objek daya tarik wisata dimakam mbah mudzakir menyangkut pengembangan jaringan wisata religi. pengembangan kerja sama pariwisata, pengembangan sarana dan prasarana wisata, pengembangan pemasaran, pengembangan objek wisata, pengembangan kesenian dan kebudayaan, dan pengembangan peningkatan SDM. Faktor pendukung dalam pengembangan objek wisata religi ini berasal dari masyarakat ataupun instansi dari pemerintahan dinas pariwisata.
3.	Manik pratiwi Juli 2017 Strategi Pengembangan Wisata Spiritual di Kecamatan Rendang Kabupaten Karangasem Bali	Kualitatif Analisis SWOT	Strategi Pengembangan	Strategi yang dicanangkan berupa pembentukan, pengajaran, pelatihan dan pembinaan organisasi pariwisata dan masyarakat lokal, dipertegaskan struktural, tugas, wewenang, tanggung jawab dan hubungan horizontal-vertikal organisasi pada badan pengelolaan pariwisata.

Sumber: Penelitian Terdahulu, 2020

1.9 Kerangka Pemikiran



Sumber: Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata (Abdul Kadir, 2011)

1.10 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas serta membandingkan dengan teori yang ada, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini: Strategi pengembangan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir sudah optimal.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Hidayat Sapat Kabupaten Indragiri Hilir, dengan destinasi wisata religi sebagai objek penelitian.

3.2 Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Indragiri Hilir (Studi Kasus Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Al-Banjar pekanbaru yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
-----------------	----------------	------------------	--------------

<p>Strategi pengembangan adalah segala sesuatu hal mengenai kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa serta semua fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Menurut Damantik dan Weber (2006) (dalam Syahdanur 2018).</p>	<p>1) Objek dan daya tarik (<i>Attractions</i>)</p>	<p>a. Memiliki destinasi objek pariwisata yang nyaman dan menarik.</p> <p>b. Pengembangan/ pesona alam objek pariwisata religi yang menarik.</p> <p>c. Kearifan budaya lokal di daerah objek pariwisata religi yang menarik.</p> <p>d. Penyelenggaraan event di objek pariwisata religi yang menarik.</p>	Interval
	<p>2) Amenitas (<i>Amenities</i>)</p>	<p>a. Penginapan/ hotel di dalam lingkungan pariwisata religi memiliki fasilitas yang layak dan memadai.</p> <p>b. Penginapan/ hotel di dalam lingkungan pariwisata religi menyediakan makanan/ minuman yang bervariasi.</p> <p>c. Fasilitas dan suasana penginapan/ hotel memberikan kenyamanan dan terjaga kebersihan sanitasi lingkungan.</p> <p>d. Terdapat rumah makan/ restoran yang memadai dan memiliki surat izin usaha.</p> <p>e. Terdapat biro wisata yang menawarkan paket perjalanan/ wisata yang sesuai bagi wisatawan.</p> <p>f. Petugas di area objek pariwisata yang ramah terhadap wisatawan.</p> <p>g. Terdapat toko souvenir/cinderamata yang menarik.</p> <p>h. Terdapat pusat informasi wisata.</p> <p>i. Terdapat fasilitas penukaran uang di area objek pariwisata religi.</p>	Interval
	<p>3) Kelembagaan</p>		

	<i>(Institutions)</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Memasukan muatan objek pariwisata dalam peraturan daerah (PERDA) Kabupaten Indragiri Hilir. b. Menyusun PERDA mengenai penyelenggaraan kepariwisataan bagi industri pariwisata di Kabupaten Indragiri Hilir. c. Menyusun pedoman penyelenggaraan usaha pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir. d. Komitmen pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir dalam mengembangkan objek pariwisata religi, berupa insentif keringanan biaya dan proses kepada pelaku usaha pariwisata religi. 	Interval
	4) Aksesibilitas <i>(Accessibility)</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Terdapat sistem transportasi darat, laut, dan udara yang memadai untuk mengakses objek pariwisata religi. b. Terdapat rute/ jalur alternatif ke objek pariwisata religi. c. Terdapat fasilitas terminal, bandara, pelabuhan, dan moda transportasi yang lain untuk mengakses objek pariwisata religi. 	Interval

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan jalan dikumpulkannya sendiri oleh peneliti dan langsung dari objek yang diteliti (Anwar Sanusi, 2011).

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data hasil pengumpulan seseorang/sekelompok orang atau instansi lain dalam bentuk publikasi, seperti biro statistik, majalah, keterangan-keterangan, atau publikasi lainnya (Anwar Sanusi, 2011).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam Pengumpulan data ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Yaitu mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan strategi dan program pengembangan pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir.

2. Kuesioner

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara menyediakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang akan penulis ajukan pada responden, yaitu para wisatawan yang berkunjung ke daerah yang dijadikan objek penelitian.

3. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang berhubungan dengan kondisi lapangan mengenai daerah dan objek wisata yang diteliti, terutama berkaitan dengan data visual.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2019. Selanjutnya diambil sampel dengan menggunakan Metode *Purposive Non Probability* sampling dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Wisatawan yang berusia 19-55 tahun
- 2) Wisatawan yang berasal dari luar kecamatan Kuala Indragiri Desa Taluk Dalam Kampung Hidayat Sapat.

Mengingat keterbatasan waktu, dana dan kemampuan penulis, maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menguji validitas ialah dengan korelasi bivariante. Jika, hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pernyataan valid.

Uji validitas ialah uji yang berkaitan dengan pengujian validitas instrument, Sugiyono (2007) menjelaskan bahwa yang dimaksud validitas

adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kehandalan atau keaslian suatu alat ukur. Jika instrument dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid, sehingga valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

3.6.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasil tersebut menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan.

3.6.3 SWOT

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu menggambarkan situasi objek penelitian, memaparkan hasil jawaban responden. Selanjutnya dilakukan analisis dengan menghubungkan hasil observasi di lapangan dan jawaban responden dengan teori-teori yang relevan dan penelitian terdahulu. Penulis juga menggunakan analisis SWOT untuk melihat *Strenght* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) pengembangan potensi wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Makam Syekh Abdurrahman Siddiq

Syeikh Abdurrahman Shiddiq Bin Syekh M. Afif Al Banjari (1857-1939) atau lebih dikenal dengan sebutan “Tuan Guru Sapat” adalah salah seorang ulama kharismatik dari Kerajaan Indragiri di masa lalu (awal abad XX M). Tuan Guru Sapat berasal dari daerah Banjar (Kalimantan) dan mempunyai hubungan genetis dengan ulama terkenal Banjar, Syeikh Muhammad Arsyad Al-Banjari (1710-1812). Semasa hidupnya, Tuan Guru Sapat memerankan dirinya sebagai seorang ulama yang menjadi ikon penting dalam proses penyebaran dan penyelenggaraan pendidikan Islam, khususnya di daerah Indragiri Hilir. Tuan Guru Sapat adalah seorang ulama yang menggabungkan beberapa kemampuan sekaligus, mulai dari seorang pendakwah, pengajar, mufti, penulis, sampai sebagai seorang petani kebun yang berhasil.

Abdurrahman dilahirkan oleh Safura binti Syekh Muhammad Arsyad pada tahun 1875 di Kampung Kecil (Dalam Pagar) Martapura, Kalimantan Selatan. Beliau dilahirkan pada masa pemerintahan Sultan Adam Al-Watsiq Billah bin Sultan Sulaiman Yang memerintah di Kerajaan Banjar sejak tahun 1825-1857 M. Syekh Abdurrahman Siddiq adalah penerus generasi ke-5 dari Al-Arif Billah Maulana Syekh H. Muhammad Arsyad bin Abdullah Al-Banjari yang kakeknya merupakan cucu dari seorang mubaligh yang datang dari Magribi ke Filipina yang mendirikan kerajaan Islam di Mindano yang bernama Sayyid Abdullah.

Pada usia satu tahun, ibunya tiada dan Abdurrahman diasuh oleh Siti Saidah dan Ummi Salamah yang merupakan bibinya. Pada usia sembilan tahun Sang Syekh mulai menguasai ilmu-ilmu dasar: ilmu saraf, ilmu nahu (ilmu alat), bahkan ilmu kalam dan ilmu lainnya dengan berguru kepada Zainuddin, berasal dari hulu sungai selatan (Kandangan) yang saat itu mengajar di pondok pesantren di Kampung Dalam Pagar.

Beranjak remaja, sekitar tahun 1297 H, Sang Mufti terus mempelajari pondasi keilmuan agama: ilmu syariah (fiqih), ilmu aqidah (tauhid), ilmu akhlak (tasawuf) dan ilmu hadis. Bidang keilmuan ini beliau tuntun pada Al-Amin Al-Allahamah Syekh H. Hasyim dan Al-Alim Al-Allamah Syekh Muhammad Said Wali. Setelah berguru, tahun 1302 H beliau terjun dan berdakwah dalam menyiarkan Islam di berbagai wilayah Kalimantan.

Pada tahun 1303 H disela menyebarkan agama, beliau bertukang emas permata. Dari kepandaiannya tersebut itu, di tahun 1305 H Syekh Abdurrahman berdagang permata dan berlayar hingga ke pulau Sumatera, Padang Panjang, Pulau Bangka juga Palembang.

Pada tahun 1310 H, dari Sumatera beliau menuju Mekah untuk menunaikan ibadah haji serta menuntut ilmu agama. Selama di Mekah beliau berguru kepada Masyaaih yang mengajar di Masjidil Haram dan sekitar Makah pada waktu itu, antara lain: Sayyid Bakri Syatta, Al-Alimul Fadhil Syekh Ahmad Dimiyathi, Al-Alimul Fadhil Syekh M. Babashil Mufti Syafii, Al-Alimul

Fadhil Syekh Umar Sambas, dan banyak guru lainnya yang membuat beliau mendapat syahada dari berbagai ilmu. Adapun semasa menuntut ilmu beliau berkawan dengan sejumlah sahabat dari Indonesia dan Malaysia: Syekh Jamil Jambek (Minangkabau), Syekh Ahmad Khatib (Minangkabau), Syekh Muhammad Sayuti (Singkang), Syekh Muktar (Bogor), dll. Karena kecerdasannya beliau dinobatkan untuk mengajar di Masjid Al-Haram Mekah.

Pada tahun 1310 hasrat besar untuk memulai berjuang di jalan agama membuatnya hijrah ke Pulau Jawa dan Sumatera, sampaih di kampung Mentok, Pulau Bangka, di mana sang ayah telah lama menetap lebih awal di pulau tersebut. Di Bangka, selain berdakwah ia pun berkebun cengkeh, karet, dan kelapa. Bahkan di sela waktunya ia sempatkan untuk menulis kitab-kitab. 18 tahun di Bangka Belitung beliau berpindah ke Pulau Mas Sapat sekitar tahun 1320 H. Selain berjuang dalam hal agama, beliau juga berjuang untuk kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945 – 1949. Pada tahun 1327 H, Sultan Mahmusyah melantik Syekh Abdurrahman Siddiq sebagai mufti kerajaan Indragiri.

Makam Syekh Abdurrahman Siddiq terdiri dari sebuah jirat dengan dua buah batu nisan yang terletak di bagian kaki dan kepala jirat. Makam ini terletak pada sebuah bangunan cungkup yang dibuat kemudian (2004). Selain makam Syekh Abdurrahman Shiddiq, di dalam bangunan ini juga terdapat dua buah makam lainnya.

Jirat makam Syekh Abdurrahman Shiddiq berbentuk persegi panjang bertingkat tiga dengan ukuran tingkat paling bawah panjang 2 m dan lebar 1,7 dan setiap tingkatnya berjarak 0,25 m. Tinggi dari lantai dasar ke jirat paling tinggi sekitar 1,15 m. Jirat ini terbuat dari bata berlepa yang dilapisi dengan keramik berwarna putih. Jirat ini merupakan bangunan baru yang dibuat kemudian bersamaan dengan pembangunan cungkup makam pada tahun 2004. Pada sekeliling jirat diberi pagar berbentuk jeruji besi yang ditutup dengan tirai.

Sementara itu, nisan makam Syekh Abdurrahman Shiddiq berbentuk balok dengan kepala nisan berbentuk kubah atau kuncup bunga. Nisan ini terbuat dari batu berukuran tinggi 50 cm. Nisan pada kepala jirat terdapat inskripsi yang diukir pada lempengan batu marmer yang ditempel pada bagian badan nisan. Inskripsi tersebut memuat identitas orang yang dimakamkan (Syekh Abdurrahman Siddiq) beserta waktu wafatnya (4 Sya'ban 1358 H). Adapun bangunan cungkup makam berdenah segi delapan yang masing-masing sisinya berukuran panjang 3 m. Bangunan ini terbuat dari bata berlepa dengan atap berbentuk tumpang tiga yang terbuat dari seng.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian merupakan suatu yang sangat penting untuk mengetahui umur, jenis kelamin, pekerjaan, domisili dan kebangsaan setiap individu yang dijadikan sampel. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan apa yang ada di angket dapat didefinisikan karakteristik umur, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi berwisata, tingkat pemahaman wisatawan tentang wisata religi Karakteristik identitas responden dapat dijelaskan sebagai berikut :

5.1.1 Jenis Kelamin Responden

Untuk melihat identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat papda tabel berikut ini:

Tabel 5.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	76	76%
2	Perempuan	24	24%
	Total	100	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.1 diatas dapat diketahui jenis kelamin responden. Responden yang berjenis kelamin laki-laki ada 76 orang (76%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan ada 24 orang (24). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini ialah laki-laki yang berjumlah 76 orang (76%), hal ini dikarenakan laki-laki lebih sering berkunjung di wisata religi karena tidak memiliki kendala biologis.

5.1.2 Usia

Untuk melihat identitas responden berdasarkan usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.2
Usia Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	20-25	12	12%
2	26-30	14	14%
3	31-35	11	11%
4	36-40	8	8%
5	41-50	25	25%
6	51-60	38	38%
	Total	100	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.2 diatas dapat diketahui mengenai usia responden. Usia responden dari 20-25 tahun ada 12 orang (12%). Usia rasponden dari 26-30 tahun ada 14 orang (14%). Usia responden dari 31-35 tahun ada 11 orang (11%) usia responden 36-40 tahun ada 8 orang (8%). Usia responden dari 41-50 tahun ada 25 orang (25%). Dan usia responden dari 51-60 tahun ada 38 orang (38%). Jadi dapat diketahui usia mayoritas responden dalam penelitian ini ialah yang berusia dari 51-60 tahun dengan persentase 38%

5.1.3 Pekerjaan Responden

Untuk melihat identitas responden berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.3
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Ibu Rumah Tangga	24	24%
2	PNS	16	16%
3	Swasta	8	8%
4	BUMN	7	7%
5	Honoror	12	12%
6	Petani	33	33%
	Total	100	100%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.3 diatas dapat diketahui mengenai pekerjaan responden. Pekerjaan sebagai ibu rumah tangga ada 24 orang (24%). Pekerjaan sebagai PNS ada 16 orang (16%). Pekerjaan sebagai swasta ada 8 orang (8%). Pekerjaan sebagai BUMN ada 7 orang (7%). Pekerjaan sebagai honoror ada 12 orang (12%). Pekerjaan sebagai petani ada 33 orang (33%). Jadi dapat disimpulkan mayoritas pekerjaan responden dalam penelitian ini ialah yang bekerja sebagai petani dengan persentase 33%.

5.2 Frekuensi Berwisata

Untuk melihat frekuensi berwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.4
Frekuensi Berwisata

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	1 kali dalam 1 Tahun	25	25
2	2 kali dalam 1 Tahun	35	35
3	>2 kali dalam 1 Tahun	40	40
	Total	100	100

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.4 diatas diketahui mengenai frekuensi berwisata. Responden yang berwisata 1 kali dalam 1 tahun ada 25 orang (25%). Responden yang berwisata 2 kali dalam 1 tahun ada 35 orang (35%). Responden yang bewisata >2 kali dalam 1 tahun ada 40 orang (40%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berwisata ialah >2 kali dalam 1 tahun.

5.3 Tingkat Pemahaman Wisatawan Tentang Wisata Religi

Untuk mengetahui tingkat pemahaman wisatawan tentang wisata religi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.5
Tingkat Pemahaman Wisatawan Tentang Wisata Religi

No	Pemahaman	Sangat Faham	Faham	Sedikit Faham	Tidak Faham	Sangat Tidak Faham	Total
1	Wisata Syariah	4	36	12	26	22	100
2	Halal Tourism	36	21	5	8	30	100
3	Wisata Halal	25	45	11	14	3	100
4	Wisata Religi	27	22	21	19	11	100
5	Wisata Friendly Muslim Tourism	28	22	4	24	22	100
	Total	120	146	53	91	88	498
	Persentase	24%	29%	10%	18%	17%	99%

Sumber: Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel 5.5 diatas diketahui mengenai tingkat pemahaman wisatawan tentang wisata religi. Mengenai wisata syariah responden yang mengatakan sangat faham ada 4 orang (4%), faham ada 36 orang (36%), sedikit faham ada 12 orang (12%), tidak faham ada 26 orang (26%), sangat tidak faham ada 22 orang (22%). Mengenai halal tourism responden yang mengatakan sangat faham ada 36 orang (36%), faham ada 21 orang (21%), sedikit faham 5 orang (5%), tidak faham ada 8 orang (8%), dan sangat tidak faham ada 30 orang (30%). Mengenai wisata halal responden yang mengatakan sangat faham ada 25 orang

(25%), faham ada 45 orang (45%), sedikit faham ada 11 orang (11%), tidak faham ada 14 orang (14%) dan sangat tidak faham ada 3 orang (3%). Mengenai wisata religi responden yang mengatakan sangat faham ada 27 orang (27%), faham ada 22 orang (22%), sedikit faham ada 21 orang (21%), tidak faham ada 19 orang (19%). Dan sangat tidak faham ada 11 orang (11%). Mengenai wisata friendly muslim tourism responden yang mengatakan sangat faham ada 28 orang (28%), faham ada 22 orang (22%), sedikit faham 4 orang (4%), tidak faham ada 24 orang (24%), dan sangat tidak faham ada 22 orang (22%). Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden mengenai pemahaman tentang wisata religi ialah faham dengan persentase 29%.

5.4 Uji Instrumen Penelitian

5.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk melihat uji validitas dalam penelitian ini ialah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.6
Uji Validitas

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,959	0,1638	Valid
P2	0,479	0,1638	Valid
P3	0,860	0,1638	Valid
P4	0,959	0,1638	Valid
P5	0,967	0,1638	Valid
P6	0,967	0,1638	Valid
P7	0,955	0,1638	Valid
P8	0,963	0,1638	Valid

P9	0,606	0,1638	Valid
P10	0,604	0,1638	Valid
P11	0,362	0,1638	Valid
P12	0,902	0,1638	Valid
P13	0,855	0,1638	Valid
P14	0,812	0,1638	Valid
P15	0,768	0,1638	Valid
P16	0,905	0,1638	Valid
P17	0,911	0,1638	Valid
P18	0,848	0,1638	Valid
P19	0,971	0,1638	Valid
P20	0,902	0,1638	Valid
P21	0,305	0,1638	Valid
P22	0,916	0,1638	Valid
P23	0,573	0,1638	Valid
P24	0,346	0,1638	Valid
P25	0,945	0,1638	Valid
P26	0,878	0,1638	Valid
P27	0,967	0,1638	Valid
P28	0,975	0,1638	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 5.6 diatas diketahui mengenai uji validitas data yang ditunjukkan bahwa jika sebuah data itu valid ketika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Diketahui bahwa $Df = N - k$ ($100 - 0 = 100$). Jadi nilai r tabel ialah 0,1638. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari 0,1638. Jadi dapat disimpulkan bahwa data instrument dalam penelitian ini ialah valid.

5.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasil tersebut menunjukkan seberapa jauh alat ukur dapat diandalkan.

Untuk melihat uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Coefficient Reliability	Cronbach's Alpha	Ket
Strategi Pengembangan Wisata Religi	0,983	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 5.7 diatas dapat diketahui mengenai uji reliabilitas, dapat diketahui uji reliabilitas dikatakan reliable atau konsisten jika nilai coefficient reliability diatas nilai cronbach's alpha, nilai cronbach's alpha yaitu 0,60. Dari tabel tersebut nilai coefficient reliability sebesar 0,983 dan cronbach's alpha 0,60 ($0,983 > 0,60$). Jadi dapat disimpulkan bahwa instrument dalam penelitian ini dikatakan reliable dan konsisten.

5.5. Analisis Deskriptif Strategi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Indragiri Hilir

Pengembangan pariwisata adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia diseluruh dunia, sehingga dengan melaksanakan pengembangan wisata maka akan meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran suatu masyarakat dalam bidang ekonomi dan akan memberikan kesimbangan, keserasian dan kebahagiaan hidup masyarakat. Untuk melihat strategi pengembangan wisata religi di kabupaten Indragiri hilir dapat dilihat sebagai berikut:

5.5.1 Variabel Internal

5.5.1.1 Daya Tarik Wisata

a. Destinasi Wisata Alam Yang Menarik Untuk Di Kunjungi

Daya tarik merupakan sebuah keunikan dari segala bentuk yang akan di perlihatkan pada sesuatu kekayaan alam atau keindahan hasil dari buatan manusia. Daya tarik pada sebuah wisata religi merupakan sesuatu yang digunakan untuk melihat dan mengikuti sebuah perjalanan spiritual yang untuk dilakukan dalam menarik keindahan berupa tempat makam dan peninggalan sejarah. Daya tarik wisata dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.8
Tanggapan Responden Mengenai Memiliki Destinasi Wisata Alam Yang Menarik Untuk Dikunjungi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	19	19%
3	Kurang Setuju	48	48%
4	Tidak Setuju	12	12%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.8 diatas mengenai tanggapan responden tentang memiliki destinasi wisata alam yang menarik untuk dikunjungi. Responden yang mengatakan kurang setuju ada 48 orang (48%) hal ini dikarenakan responden kurang menyukai wisata di Indragiri Hilir khususnya Makam Syekh Abdurahman Siddiq, akan tetapi wisata yang lain didalam kabupaten Indragiri Hilir dapat menarik daya kunjungan responden. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 21 orang (21%) hal ini dikarenakan responden selalu berwisata di pemakaman Syekh Abdurahman Siddiq karena merupakan sesuatu kunjungan yang dapat

mengekspresikan diri bahwa setiap yang bernyawa pasti akan mati juga, sehingga responden selalu mengunjungi wisata tersebut. Responden yang mengatakan setuju ada 19 orang (19%). Responden yang mengatakan tidak setuju ada 12 orang (12%) hal ini dikarenakan responden tidak memiliki daya tarik yang tinggi dalam melakukan kunjungan wisata alam di Kabupaten Indragiri Hilir tersebut.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden kurang setuju dengan destinasi wisata alam yang menarik dikunjungi dengan jumlah 48%, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pengunjung wisata alam pemakaman Syekh Abdurahman Siddiq mengatakan bahwa orang yang berkunjung disini tidak terlalu mementingkan pemakamannya, akan tetapi destinasi yang lain yang lebih menarik di wisata religi ini seperti bazar, toko oleh-oleh, restoran dan objek wisata yang lainnya yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir.

Menurut Hasan (2003) Destinasi yang bagus akan memberikan kecerahan yang ada dalam diri pengunjung atau wisatawan yang meluangkan dirinya untuk selalu menyegarkan pribadinya dengan alam yang indah. Maka destinasi wisata yang baik juga termasuk penting dalam sebuah wisata religi.

b. Memiliki Peninggalan Sejarah Islami Yang Menarik Untuk di Kunjungi

Peninggalan sejarah Islami telah di adakan pada tahun yang telah lama sejak zaman Raasulullah SAW. Namun sejarah Islami ini memiliki banyak ketentuan dan persyaratan untuk mengunjungi sebuah peninggalan sejarah Islami tersebut sehingga tidak banyak yang mengunjungi karna sebuah sifat yang sacral

dan sangat mistik. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai memiliki peninggalan sejarah Islami yang menarik untuk dikunjungi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.9
Tanggapan Responden Mengenai Memiliki Peninggalan Sejarah Islami Yang Menarik Untuk Di Kunjungi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	27	27%
3	Kurang Setuju	25	25%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.9 diatas mengenai tanggapan responden tentang memiliki peninggalan sejarah Islami yang menarik untuk dikunjungi. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 39 orang (39%). Hal ini dikarenakan responden selalu berwisata di Indragiri Hilir untuk mengunjungi makam Syekh Abdurrahman Siqqid hal ini dikarenakan merupakan peninggalan sejarah Islami yang sacral dan bersifat spiritual bagi responden. Responden yang mengatakan setuju ada 27 orang (27%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 25 orang (25%) hal ini dikarenakan bahwa responden jarang sekali berniat dan kurang memiliki daya tarik untuk mengunjungi pemakaman Syekh Abdurrahman Siqqid. Responden yang mengatakan tidak setuju ada 9 orang (9%) hal ini dikarenakan responden tidak ada rasa daya tarik untuk mengunjungi wisata alam yang berupa peninggalan sejarah Islami karena responden jarang mengunjungi makam tersebut.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa memiliki peninggalan sejarah Islami sangat menarik untuk dikunjungi, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dari salah satu responden yang berkunjung di makam tersebut dan mengatakan bahwa ia kesini (makam Syekh Abdurrahman Siddiq) untuk berkunjung melakukan dan mengimplementasikan dasar-dasar Islam yaitu melihat peninggalan sejarah Islam melalui makam tersebut.

Menurut Bardansyah (2007) dasar-dasar Islami merupakan dasar yang paling penting bagi umat beragama agar dalam melakukan hal yang paling fundamental akan menjadikan sebuah dampak yang baik seperti mengingat sejarah Islam dari sebuah makam para khalifah dan ustad atau syekh lainnya.

c. Memiliki Objek Wisata Religi Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Yang Menarik Untuk Di Kunjungi

Setelah diketahui mengenai wisata religi Kabupaten Indragiri Hilir bahwa wisata religi yang dimaksud ialah makam Syekh Abdurrahman Siddiq, makam tersebut merupakan destinasi utama yang wajib dikunjungi oleh pengunjung yang berada di Kabupaten Indragiri Hilir, akan tetapi tidak semua responden yang berminat dan merasa tertarik untuk mengunjungi makam tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai objek wisata religi makam Syekh Abdurrahman Siddiq yang menarik untuk dikunjungi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.10
Tanggapan Responden Mengenai Memiliki Objek Wisata Religi
Makam Syekh Abdurrahman Siddiq Yang Menarik Untuk Di Kunjungi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	45	45%
3	Kurang Setuju	21	21%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.10 diatas diketahui tanggapan responden tentang memiliki objek wisata religi makam Syekh Abdurrahman Siddiq yang menarik untuk dikunjungi. Responden yang mengatakan setuju ada 45 orang (45%). Responden yang mengatakan sangat setuju ada 26 orang (26%) hal ini dikarenakan responden menyukai dan merasa tertarik untuk mengunjungi makam Syekh Abdurrahmah Siddiq, dan kebutuhan bagi responden.. Responden yang mengatakan kurang setuju ada 21 orang (21%) hal ini dikarenakan bahwa responden kurang menyukai dan tidak mementingkan makam Syekh tersebut, akan tetapi hanya sesekali mengunjungi makam sehingga bukan merupakan kebutuhan responden. Responden yang mengatakan tidak setuju ada 8 orang (8%) hal ini dikarenakan repsonden tidak menyukai sama sekali untuk berkunjung dan tidak memiliki daya tarik melihat dan mengunjungi makam Syekh tersebut.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju Kabupaten Indragiri Hilir memiliki objek wisata religi Makam Syekh Abdurrahman Siddiq yang menarik untuk dikunjungi. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada

pengunjung di Kabupaten Indragiri Hilir mengatakan bahwa wisata yang paling banyak dikunjungi dan menarik ialah wisata religi yaitu Makam Syekh Abdurrahman Siddiq, dan merupakan sebuah kebutuhan mereka dari sisi spiritual responden tersebut.

Menurut Bakar (2012) kebutuhan jiwa manusia yang spiritual akan membentuk kepribadian yang Islami yang menganggap dirinya butuh dalam kespiritualan yang baik, spiritual sebagai contoh mengunjungi orang yang sudah mati, ataupun beribadah kepada Allah SWT.

d. Tersedianya Event Wisata Religi Untuk Di Kunjungi dan Tersedia Minuman Halal

Event merupakan salah satu bentuk karya manusia yang dilakukan secara terus menerus apalagi yang berada di wisata religi, wisata seharusnya memiliki event setiap tahun dan selalu berjana dengan lancar dengan baik, dan pada pelaksanaan event setiap tahunnya menyediakan minuman halal yang dapat menunjang event tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai tersedianya event wisata religi untuk dikunjungi dan tersedia minuman halal dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.11
Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya Event Wisata Religi Untuk Di Kunjungi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	47	47%
2	Setuju	27	27%
3	Kurang Setuju	20	20%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.11 diatas diketahui tanggapan responden tentang tersedianya event wisata religi untuk dikunjungi dan tersedianya minuman halal. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 47 orang (47%) hal ini dikarenakan responden setiap kali Kabupaten Indragiri Hilir melakukan wisata religi, ia selalu hadir dan menikmati suasana event tersebut. Responden yang mengatakan setuju ada 27 orang (27%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 20 orang (20%) hal ini dikarenakan responden kurang menyukai event wisata religi tersebut, karena ia mengunjungi tempat makan dan restoran yang tersedia disana. Responden yang mengatakan tidak setuju ada 6 orang (6%) hal ini dikarenakan bahwa responden tidak mengetahui bahwa Kabupaten Indragiri Hilir selalu melakukan event wisata religi, responden hanya berkunjung dan berjalan-jalan saja.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Kabupaten Indragiri Hilir selalu menyediakan event wisata religi dan menyediakan minuman halal, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada narasumber atau pengunjung yang mengatakan bahwa di Kabupaten Indragiri Hilir selalu melakukan event wisata pada setiap tahunnya dengan tujuan agar bahwa dapat meningkatkan daya tarik pengunjung dan daya tarik wisatawan yang berada di Indragiri Hilir.

Menurut Kusuma (2014) pemasaran yang baik pada sebuah wisata atau yang pengunjungnya lebih dari biasanya harus memberikan daya Tarik yang kuat

seperti melakukan bazar setiap hari, dan melakukan event wisata pada setiap pelaksanaan hari-hari besar.

5.5.1.2 Sarana Dan Prasarana Pariwisata

a. Pengunjung Mendapatkan Informasi Mengenai Objek Wisata Religi di Indragiri Hilir

Informasi yang jelas dan terarah mengenai objek wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir bukan sesuatu yang sulit di dapat, akan tetapi gampang dan tidak mempersulitkan pengunjung dalam menerima informasi. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pengunjung mendapatkan informasi mengenai wisata religi di Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.12
Tanggapan Responden Mengenai Pengunjung Mendapatkan Informasi Mengenai Objek Wisata Religi di Indragiri Hilir

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	35	35%
2	Setuju	36	36%
3	Kurang Setuju	27	27%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.12 diketahui tanggapan responden tentang pengunjung mendapatkan informasi mengenai objek wisata religi di Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan setuju ada 36 orang (36%). Responden yang mengatakan sangat setuju ada 35 orang (35%) hal ini dikarenakan setiap pengunjung selalu mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai wisata religi, dengan informasi tersebut pengunjung merasa senang dan tidak terbebani. Responden yang mengatakan kurang setuju ada 27 orang (27%) hal ini dikarenakan bahwa

pengunjung kurang menuntut sebuah informasi yang didapat dari wisata religi sehingga informasi yang diperlukan tidak begitu penting. Responden yang mengatakan tidak setuju ada 9 orang (9%) hal ini dikarenakan bahwa responden sama sekali tidak membutuhkan informasi yang lebih jauh mengenai wisata religi.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju responden mendapatkan informasi mengenai objek wisata religi di Indragiri Hilir, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa responden selalu mendapatkan informasi yang jelas dan terarah mengenai wisata religi tersebut.

b. Tersedia Tempat Persinggahan Hotel Syariah yang Memberikan Kenyamanan Kepada Pengunjung

Persinggahan yang jelas merupakan dasar dari sebuah wisata yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung. Seperti penginapan yang merupakan tempat pengistirahatan diri. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai tersedia tempat persinggahan hotel syariah yang memberikan kenyamanan kepada pengunjung dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.13
Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Tempat Persinggahan Hotel Syariah yang Memberikan Kenyamanan Kepada Pengunjung

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	42	42%
3	Kurang Setuju	25	25%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.13 diatas diketahui tanggapan responden tentang tersedia tempat persinggahan hotel syariah yang memberikan kenyamanan kepada pengunjung. Responden yang mengatakan setuju ada 42 orang (42%). Responden yang mengatakan sangat setuju ada 33 orang (33%) hal ini dikarenakan bahwa responden setiap kali ingin berkunjung selalu menguasai tempat penginapan karena dapat berguna bagi kepentingannya ketika di wisata religi.. Responden yang mengatakan kurang setuju ada 25 orang (25%) hal ini dikarenakan responden tidak pernah mengetahui dan memerlukan penginapan hotel disana, ia hanya menggunakan sarana yang lain yang menurutnya sangat bermanfaat.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa tersedia tempat persinggahan hotel syariah yang memberikan kenyamanan kepada pengunjung, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pengunjung bahwa ia selalu menggunakan tempat penginapan hotel karena penginapan syariah di sini nyaman dan asri.

Menurut Wijayanti (2007) sarana dan prasarana yang baik akan memberikan dampak yang jelas kepada seluruh konsumen atau pengunjung yang ingin melintasi atau berjalan pada suatu daerah. Maka dengan penginapan adalah salah satunya sarana dan prasarana yang efektif.

c. Rumah Makan di Lingkungan Objek Wisata Sudah Bersertifikasi Halal MUI

Makanan sangat penting sebagai kebutuhan pada setiap manusia, terutama makanan yang berada dilingkungan wisata religi haruslah memiliki sertifikat

BPOM atau MUI hal ini dikarenakan pada wisata khususnya religi memerlukan banyak dan rumah makan yang menyediakan berbagai macam makanan yang bersertifikasi agar pengunjung juga merasa aman dan tidak dirugikan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai rumah makan di lingkungan objek wisata sudah bersertifikasi halal MUI dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.14
Tanggapan Responden Mengenai Rumah Makan di Lingkungan Objek Wisata Sudah Bersertifikasi Halal MUI

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	43	43%
2	Setuju	57	57%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.14 diatas diketahui tanggapan responden tentang rumah makan di lingkungan objek wisata religi sudah bersertifikasi halal MUI. Responden yang mengatakan setuju ada 57 orang (57%). Responden yang mengatakan sangat setuju ada 43 orang (43%) hal ini dikarenakan rumah makan diseluruh objek wisata religi di Indragiri Hilir sudah bersertifikasi halal dan ramai pengunjung yang ingin makan di sekitar wisata religi.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa rumah makan dilingkungan objek wisata religi sudah bersertifikasi halal MUI, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara kepada pengunjung wisata religi yang mengatakan bahwa ia berkunjung diwisata religi selain menikmati suasana sejarah Islaminya, ia tidak pernah tidak singgah di

rumah makan sekitar objek wisata religi karena sudah dijamin memiliki produk yang halal.

Menurut Fajar (2005) makanan yang halal dan bersertifikat pada sebuah rumah makan akan menambahkan kesan yang baik kepada konsumen yang ingin makan pada sebuah rumah makan. Dengan hal ini maka rumah makan atau makanan halal wajib bersertifikat halal.

d. Tersedia Mesjid/ Musholla di Objek Wisata Religi Yang Nyaman

Masjid atau Musholla merupakan tempat bersucinya bagi seseorang dalam melakukan ibadah, jika tempat ibadah itu tidak suci maka ibadah tersebut tidak afdal dan belum tentu diterima, namun wisata religi memiliki tempat beribadah yang nyaman dan bersih sehingga wisatawan tidak berkecil hati dan mengulur waktu untuk beribadah disana. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai tersedia masjid/ musholla di objek wisata religi yang nyaman dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.15
Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Mesjid/ Musholla di Objek Wisata Religi Yang Nyaman

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	40	40%
2	Setuju	53	53%
3	Kurang Setuju	7	7%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.15 diatas diketahui tentang tersedia mesjid/ musholla di objek wisata religi yang nyaman. Responden yang mengatakan setuju ada 53 orang (53%). Responden yang mengatakan sangat setuju ada 40 orang (40%) hal

ini dikarenakan responden selalu numpang beribadah dimesjid Indragiri Hilir dan sekitar objek wisata religi karena memiliki kenyamanan yang berbeda. Responden yang mengatakan kurang setuju ada 7 orang (7%) hal ini dikarenakan respondenn tidak beragama Islam, ia wisatawan dari luar negeri yang berkunjung untuk melihat sejarah dari seluruh penjuru dunia khususnya wisata religi di Indragiri Hilir.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden selalu menggunakan fasilitas yang tersedia seperti masjid/ musholla di wisata religi karena memiliki tempat yang nyaman dan bersih untuk melakukan ibadah, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pengunjung yang sudah melakukan ibadah dimesjid, ia mengatakan bahwa masjid atau pun musholla disini selalu terlihat bersih dan tidak ada sampah yang menunjukkan tempat ini khususnya wisata religi Indragiri Hilir bersih dan asri.

Menurut Abduh (2003) fasilitas yang memadai dan memberikan kenyamanan kepada konsumen atau pengunjung yang ingin melakukan tempat dan peribadahan adalah salah satu bentuk apresiasi dari pemilik wisata kepada konsumen yang ingin berkunjung pada sebuah tempat tersebut.

e. Tersedia Toilet yang Bersih

Toilet merupakan sarana pembuangan terakhir manusia setelah melakukan beraktifitas dan memasukkan berbagai macam makanan, khususnya toilet di tempat wisata, karena tempat wisata merupaka memiliki banyak pengunjung dan berbeda-beda jenis, namun toilet juga harus dibersihkan dengan baik sehingga

orang yang ingin berkunjung menjadi nyaman. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai toilet yang bersih dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.16
Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Toilet Yang Bersih

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	54	54%
2	Setuju	36	36%
3	Kurang Setuju	10	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.16 diatas diketahui tanggapan responden tentang tersedia toilet yang bersih. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 54 orang (54%) hal ini dikarenakan bahwa responden tidak merasa sulit hati ketika berada di toilet karena memiliki toilet yang bersih. Responden yang mengatakan setuju ada 36 orang (36%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 10 orang (10%) hal ini dikarenakan bahwa responden tidak mengetahui dan tidak pernah menginjak toilet di wisata religi sehingga ia tidak mengetahui seberapa bersih toiletnya tersebut.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa toilet di wisata religi memiliki kategori toilet yang bersih. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara kepada salah satu penjaga wisata religi ia mengatakan bahwa toilet di wisata religi ini selalu dibersihkan dan di pel setiap waktu, hal ini bertujuan untuk kenyamanan pengunjung untuk berwisata di wisata religi Indragiri Hilir.

Menurut Puspa (2009) kenyamanan dan fasilitas yang baik akan memberikan hasil yang memuaskan kepada konsumen atau pengunjung yang ingin berkunjung. Karena dengan kenyamanan dari fasilitas yang diberikan tidak akan menambahkan kesan negative kepada konsumen atau pengunjung.

5.5.1.3 SDM

a. Pemandu Wisata Yang Komunikatif, Ramah, Jujur dan Bertanggung Jawab, serta Berpenampilan Menarik

Pelayanan yang paling utama diberikan kepada seorang pengunjung ialah bukti fisik dari seorang karyawan dalam menerima dan berperilaku yang mampu memberikan kenyamanan kepada orang lain. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pemandu wisata yang komunikatif, ramah, jujur dan bertanggung jawab serta berpenampilan menarik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.17

Tanggapan Responden Mengenai Pemandu Wisata Yang Komunikatif, Ramah, Jujur dan Bertanggung Jawab, serta Berpenampilan Menarik

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	56	56%
2	Setuju	41	41%
3	Kurang Setuju	3	3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.17 diatas diketahui tentang pemandu wisata yang komunikatif, ramah, jujur dan bertanggung jawab serta berpenampilan menarik. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 56 orang (56%) hal ini dikarenakan responden selalu dilayani dengan baik kepada pemandu dan setiap

pertanyaan yang timbul pemandu selalu menjawabnya dengan baik. Responden yang mengatakan setuju ada 41 orang (41%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 3 orang (3%) hal ini dikarenakan respondene tidak merasa bahwa pemandu memiliki penampilan yang menarik dan komunikatif.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa pemandu wisata memiliki sikap yang komunikatif, ramah dan berpenampilan menarik. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden yang mengatakan bahwa pemandu wisata memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan sehingga pengunjung selalu menggunakan pemandu, selain itu pemandu harus diwajibkan memiliki sikap yang berpenampilan menarik.

Menurut Hasibuan (2017) pelayanan yang diberikan kepada seseorang akan menambahkan kesan positif kepada seseorang yang berkunjung dan yang ingin menikmati suatu suasana. Komunikasi yang ramah dan penampilan fisik yang menarik akan memberikan kesan yang positif juga.

b. Pengelolaan Wisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir Sudah Optimal Sesuai Dengan Prinsip Syariat Islam

Pengelolaan yang baik akan memberikan kaidah yang nyaman dan utuh, apalagi sesuai dengan prinsip syariat Islam, hal ini agar berhubungan dengan wisata religi yang telah di prioritaskan. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai pengelolaan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir sudah optimal sesuai dengan prinsip syariat Islam dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.18
Tanggapan Responden Mengenai Pengelolaan Wisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir Sudah Optimal Sesuai Dengan Prinsip Syariah Islam

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	49	49%
2	Setuju	40	40%
3	Kurang Setuju	11	11%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.18 di atas diketahui tentang pengelolaan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir sudah optimal sesuai dengan syariat Islam. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 49 orang (49%) hal ini dikarenakan responden melihat dan meninjau bahwa pengelolaannya sudah sejalan dengan syariat Islam seperti adanya masjid yang bersih, toilet yang bersih dan suasana yang Islami. Responden yang mengatakan setuju ada 40 orang (40%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 11 orang (11%) hal ini dikarenakan responden tidak menilai pengelolaannya sudah sejalan dengan syariat Islam akan tetapi keadaan wisata yang mewajibkan sudah menjadi seperti wisata religi yang nyaman.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa pengelolaan wisata religi sudah berjalan secara optimal sesuai dengan syariat Islam. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara kepada salah satu responden yang mengatakan bahwa wisata ini sudah ada sejak zaman dahulu dan dinilai sudah memenuhi kriteria syariat Islam dan berjalan secara optimal.

Menurut Ajeng (2005) pengoptimalan yang jelas pada kriteria yang baik dalam Islam adalah memahami Islam itu sendiri dengan mengikui dan menjalankan syariat Islam dengan baik.

c. Terdapat Biro Wisata Yang Menawarkan Paket Perjalanan Wisata Yang Sesuai Dengan Aturan Syariat Islam

Paket perjalanan wisata yang baik akan memberikan dampak dan upaya yang melibatkan seluruh karyawan dan pengunjung yang membutuhkan perjalanan biro wisata, akan tetapi perjalanan biro wisata harus terlaksana dan sesuai dengan syariat Islam, untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai terdapat biro wisata yang menawarkan paket perjalanan wisata yang sesuai dengan syariat Islam dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.19
Tanggapan Responden Mengenai Terdapat Biro Wisata Yang Menawarkan Paket Perjalanan Wisata Yang Sesuai Dengan Aturan Syariat Islam

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	51	51%
2	Setuju	40	40%
3	Kurang Setuju	9	9%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.19 diatas diketahui tentang terdapat biro wisata yang menawarkan paket perjalanan wisata yang sesuai dengan syariat Islam. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 51 orang (51%) hal ini dikarenakan bahwa responden pernah mengambil paket tersebut dan menikmati perjalanan tersebut sesuai dengan syariat Islam. Responden yang mengatakan

setuju ada 40 orang (40%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 9 orang (9%) hal ini dikarenakan responden kurang memahami bagaimana perjalanan wisata yang sesuai dengan syariat Islam, responden hanya mengetahui bagaimana apa yang sudah di layani dan di tampilkan oleh wisata religi tersebut.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa responden mengalami dan mengikuti perjalanan wisata dan sesuai dengan syariat Islam. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang mengatakan bahwa perjalanan wisata tersebut bertujuan untuk mengenal lebih dalam kepada pengunjung mengenai syariat Islam dan konsep Islam melalui wisata religi.

Menurut Bahnur (2006) syariat Islam adalah salah satu bentuk ketakwaan manusia kepada sang pencipta agar dalam melakukan berbagai aktivitas manusia sejalan dan sesuai dengan konsep Islam.

5.5.1.4 Kelembagaan/ Organisasi

a. Terdapat Lembaga Agama Yang Mendukung Kegiatan Pariwisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir

Lembaga agama ataupun lembaga yang lainnya untuk mendukung dan berjalannya suatu wisata religi, hal ini dikarenakan akan bergun dan akan menunjang kebutuhan wisata. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai terdapat lembaga agama yang mendukung kegiatan pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.20
Tanggapan Responden Mengenai Terdapat Lembaga Agama Yang
Mendukung Kegiatan Pariwisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	30	30%
2	Setuju	61	61%
3	Kurang Setuju	9	9%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.20 diatas diketahui tanggapan responden tentang terdapat lembaga agama yang mendukung kegiatan pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 30 orang (30%) hal ini dikarenakan pihak lembaga mendukung kegiatan pariwisata dengan baik dan mendukung proses berjalannya wisata religi. Responden yang mengatakan setuju ada 61 orang (61%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 9 orang (9%) hal ini dikarenakan lembaga agama kurang menyetujui kegiatan pariwisata dikarenakan bercampur aduknya wisatawan yang berkunjung disana.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa lembaga agama mendukung kegiatan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hilir. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden, ia mengatakan lembaga agama sangat menyetujui dengan dibukanya wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir, yang bertujuan dan bermaksud untuk memberikan pandangan Islam kepada wisatawan untuk lebih mengenal Islam melalui sejarah Islam di wisata religi.

Menurut Darwis (2007) dalam mendukung sarana dan fasilitas baik itu kegiatan keagamaan, kegiatan dalam sebuah pariwisata agar dalam sebuah aktivitas dan kegiatan diharuskan berlandaskan dengan aturan dan syariat Islam.

b. Terdapat Komunitas Muslim di Kabupaten Indragiri Hilir Yang Mendukung Penuh Pariwisata Religi

Komunitas merupakan salah satu kelompok yang satu visi dan satu misi agar dalam pelaksanaan komunitas tersebut sesuai dengan harapan dan kriteria dari sebuah pariwisata, komunitas Islam merupakan salah satu komunitas yang dapat menunjang sebuah wisata agar wisata tersebut memiliki dukungan dan memiliki integritas yang tinggi. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai terdapat komunitas muslim di Kabupaten Indragiri Hilir yang mendukung penuh pariwisata religi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.21
Tanggapan Responden Mengenai Terdapat Komunitas Muslim di Kabupaten Indragiri Hilir Yang Mendukung Penuh Pariwisata Religi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	55	55%
2	Setuju	40	40%
3	Kurang Setuju	5	5%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.21 diatas diketahui tanggapan responden tentang terdapat komunitas muslim di Kabupaten Indragiri Hilir yang mendukung penuh pariwisata religi. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 55 orang (55%) hal ini dikarenakan bahwa responden mengetahui bahwa komunitas Islam yang berada di Indragiri Hilir selalu mendukung penuh wisata religi khususnya Makam

Syekh Abdurrahman Siddiq. Responden yang mengatakan setuju ada 40 orang (40%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 5 orang (5%) hal ini dikarenakan ada beberapa responden yang tidak menganggap komunitas Islam begitu penting untuk mendukung wisata religi, akan tetapi pemerintah yang seharusnya mendukung penuh wisata religi tersebut.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa responden selalu mendukung komunitas muslim atau Islami dalam melakukan wisata religi, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengatakan bahwa banyak komunitas muslim yang merekomendasikan kunjungan wisata religi dan komunitas muslim itu selalu mendukung program kerja pada wisata religi di Indragiri Hilir.

Menurut Banjar (2006) komunitas adalah bentuk apresiasi dan dukungan pada sebuah pengembangan wisata baik wisata daerah maupun nasional, apresiasi tersebut akan memberikan rekomendasi kepada orang lain mengenai baik atau tidak baiknya wisata tersebut.

c. Pemerintah Daerah Mendukung Kegiatan Pariwisata Religi Yang ada Di Indragiri Hilir

Dukungan dari pemerintah pada wisata haruslah berjalan dengan baik dan didukung secara penuh, namun hal ini pada wisata religi di Kabupaten Kampar apakah berbeda apakah tidak sama, namun hal ini untuk melihat pemerintah Indragiri Hilir mendukung atau tidaknya maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.22
Tanggapan Responden Mengenai Pemerintah Daerah Mendukung Kegiatan
Pariwisata Religi Yang ada Di Indragiri Hilir

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22%
2	Setuju	19	19%
3	Kurang Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	33	33% %
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.22 diatas diketahui tanggapan responden tentang pemerintah daerah menudukung kegiatan pariwisata religi yang ada di Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan tidak setuju ada 33 orang (33%) hal ini dikarenakan responden mengetahui bahwa pemerintah di Indragiri Hilir tidak menyetujui dan tidak melaksanakan serta mendukung program wisata religi, ia hanya memberikan sarana lahan dan tidak menunjang program wisata religi tersebut. Responden yang mengatakan kurang setuju ada 26 orang (26%) hal ini dikarenakan bahwa responden tidak pernah mengetahui bahwa pemerintah mendukung penuh segala program dari wisata religi, ia hanya memberikan lahan untuk wisata religi tersebut. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 22 orang (22%) hal ini dikarenakan bahwa responden menganggap bahwa pemerintah daerah mendukung penuh wisata religi dengan sangat antusias. Responden yang mengatakan setuju ada 19 orang (19%).

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak setuju, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa pemerintah sama seekali kurang

mendukung dan tidak adanya respon lebih dari pemerintah mengenai pelaksanaan dan program yang sangat didukung oleh pemerintah setempat.

Menurut Bakhri (2009) pelaksanaan dan program diwajibkan kepada seluruh aspek yang berhubungan dengan pemerintah, daerah, sipil dan Negara, agar dalam menjalankan program tersebut adanya dukungan yang jelas dan apresiasi yang jelas.

5.5.1.5 Aksesibilitas

a. Setiap Objek Wisata Di Kabupaten Indragiri Hilir Mudah Dijangkau

Akses dan jalan yang dapat ditempuh dan jalan yang lurus serta tidak ada hambatan, akan memberikan kemudahan dan kenyamanan oleh pengunjung yang ingin berwisata, akses yang mudah dijangkau juga dapat memberikan solusi yang dalam berjalan di wisata tersebut.

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai setiap objek wisata di Kabupaten Indragiri Hilir mudah dijangkau dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.23
Tanggapan Responden Mengenai Setiap Objek Wisata Di Kabupaten Indragiri Hilir Mudah Dijangkau

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	12	12%
2	Setuju	18	18%
3	Kurang Setuju	70	70%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel diatas diketahui tanggapan responden tentang setiap objek wisata di Kabupaten Indragiri Hilir mudah dijangkau. Responden yang mengatakan kurang setuju ada 70 orang (70%) hal ini dikarenakan bahwa

responden mengakui bahwa lokasi wisata religi sulit dijangkau dan masih memiliki jalan yang rusak dan bergelombang sehingga wisatawan sulit untuk menempuh perjalanan dalam berwisata religi di Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan setuju ada 18 orang (18%). Responden yang mengatakan sangat setuju ada 12 orang (12%) hal ini dikarenakan bahwa responden selalu berkunjung di wisata religi karena ia memiliki memerlukan waktu yang lama untuk berkunjung ke wisata religi, sehingga dalam mengunjunginya tidak membutuhkan waktu yang lama.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden kurang setuju dikarenakan bahwa responden berkunjung ke wisata religi karena lokasi yang sulit ditempuh dan sulit dijangkau karena jalan nya yang rusak dan masih belum diaspal. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara oleh dilakukan oleh peneliti, ia mengatakan bahwa pengunjung merasa kesulitan dalam perjalanan wisata religi karena jalan nya rusak dan masih belum diperbaiki, sehingga kesulitan dalam perjalanan dan harus berhati-hati selama dalam perjalanan tersebut.

Menurut Hasbunaya (2006) jarak tempuh yang sulit dijangkau oleh pengunjung pada sebuah wisata akan mengurangi kuantitas pengunjung untuk melakukan perjalan, maka dengan didukungnya dengan jalan yang baik dan tidak rusak akan menambah jumlah pengunjung.

b. Tersedianya Transportasi Umum Yang Memudahkan Menjangkau Objek Wisata Religi Indragiri Hilir

Selain dari pada akses yang mudah dijangkau dan mudah di lalui, wisata religi yang mudah dan nyaman ialah memiliki transportasi yang dapat dimasuki oleh kawasan sekitar wisata religi, hal ini dikarenakan agar memudahkan pengunjung dalam berkunjung dan tidak mempersulit pengunjung. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai tersedianya transportasi umum yang memudahkan menjangkau objek wisata religi Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.24
Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya Transportasi Umum Yang Memudahkan Menjangkau Objek Wisata Religi Indragiri Hilir

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	56	56%
2	Setuju	40	40%
3	Kurang Setuju	4	4%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.24 diketahui tanggapan responden tentang tersedianya transportasi umum yang memudahkan menjangkau objek wisata religi Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 56 orang (56%) hal ini dikarenakan setiap kali berwisata religi di Indragiri Hilir selalu menggunakan transportasi umum yang tidak sulit dijangkau. Responden yang mengatakan setuju ada 40 orang (40%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 4 orang (4%) hal ini dikarenakan responden memiliki jarak tempuh yang jauh dan mesti menaiki transportasi transit untuk mengunjungi wisata religi.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa responden selalu menggunakan transportasi umum untuk menempuh wisata religi yang tidak jauh dari pusat kota. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa responden tidak merasa kesulitan dalam menjangkau objek wisata, dan transportasi yang digunakan memudahkan perjalanan ke wisata religi tersebut.

Menurut Fitirati (2012) perjalanan yang sulit untuk menjangkau objek wisata akan menjauhkan dan memberikan kesan yang negative kepada para pengunjung wisata. Dan hal ini harus diperhatikan kepada aspek objek wisata tersebut.

5.5.1.6 Masyarakat

a. Masyarakat Sangat Mendukung Keberadaan Objek Wisata Religi

Masyarakat merupakan kelompok luas dan kelompok makro yang sangat dibutuhkan oleh sebuah perwisataan, tanpa adanya masyarakat sebuah wisata tidak akan ada dan tidak akan berkembang.

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai masyarakat sangat mendukung keberadaan objek wisata religi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.25
Tanggapan Responden Mengenai Masyarakat Sangat Mendukung Keberadaan Objek Wisata Religi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	50	50%
2	Setuju	40	40%
3	Kurang Setuju	10	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.25 diatas diketahui tentang masyarakat sangat mendukung keberadaan objek wisata religi. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 50 orang (50%) hal ini dikarenakan responden selalu berjumpa masyarakat dan bersilaturahmi kepada masyarakat disana. Responden yang mengatakan setuju ada 40 orang (40%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 10 orang (10%) hal ini dikarenakan bahwa responden melihat ada beberapa masyarakat yang tidak menyukai keberadaan wisata religi, hal ini kemungkinan bahwa membuat masyarakat tidak nyaman.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa masyarakat mendukung keberadaan objek wisata religi, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, responden mengatakan bahwa setiap masyarakat di Indragiri Hilir selalu mendukung keberadaan objek wisata, bahkan selalu mengikuti dan membantu program kerja bersama di wisata religi Indragiri Hilir.

Menurut Jahar (2007) masyarakat adalah komponen yang baik dan jelas dalam meningkatkan suasana dan kesan kepada objek wisata, agar dalam mendukung program tersebut akan menambahkan kesan yang menarik bagi pengunjung tersebut.

b. Masyarakat Sangat Terbuka Dengan Kedatangan Wisatawan Dari Luar Untuk Berwisata Religi

Wisatawan yang dari luar yang akan berkunjung wisata religi akan meningkatkan wisata religi yang akan memberikan kenyamanan dan kepuasan dari pengunjung atau wisatawan tersebut. Wisatawan yang berwisata haruslah

dilayani dengan sepenuh hati oleh karyawan tersebut, baik masyarakat maupun pihak setempat yang berkunjung disana. Dalam hal ini, masyarakat di Indragiri Hilir memiliki masyarakat yang terbuka dan komunikatif kepada wisatawan dari luar.

Hal ini sangat berhubungan dengan dukungan masyarakat yang selalu mendukung dampak dan keberadaan wisatawan tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai masyarakat sangat terbuka dengan kedatangan wisatawan dari luar untuk berwisata religi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.26
Tanggapan Responden Mengenai Masyarakat Sangat Terbuka Dengan
Kedatangan Wisatawan Dari Luar Untuk Berwisata Religi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	38	38%
3	Kurang Setuju	35	35%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.26 diatas dapat diketahui tanggapan responden tentang masyarakat sangat terbuka dengan kedatangan wisatawan dari luar untuk berwisata religi. Responden yang mengatakan setuju ada 38 orang (38%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 35 orang (35%) hal ini dikarenakan bahwa responden kurang melihat anstusias masyarakat dalam mengembangkan wisata religi dan kurang menganggap keberadaan wisata religi tersebut. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 27 orang (27%) hal ini dikarenakan bahwa responden selalu melihat bahwa masyarakat di Indragiri Hilir selalu mendukung dan menjalankan program wisata religi dengan efektif.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden selalu mengetahui dan menilai masyarakat dalam memberikan program wisata religi. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan mengatakan masyarakat disini selalu mendukung dan sangat terbuka dengan wisatawan dari luar dan memberikan kerjasama demi mencapai program wisata religi.

Menurut Widyatama (2013) ke

5.5.1.7 Pemerintah Daerah

a. Tersedia Peraturan Atau Kebijakan Pemerintah Terkait Pariwisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir

Peraturan merupakan salah satu kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah setempat agar salah satu objek wisata tersebut memberikan dampak yang baik untuk program wisata religi. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai tersedianya peraturan atau kebijakan pemerintah terkait pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.27
Tanggapan Responden Mengenai Tersedia Peraturan Atau Kebijakan Pemerintah Terkait Pariwisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	37	37%
3	Kurang Setuju	24	24%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.27 diatas diketahui tanggapan responden tentang tersedia peraturan atau kebijakan pemerintah terkait pariwisata religi di Indragiri

Hilir. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 39 orang (39%) hal ini dikarenakan bahwa responden mengetahui bahwa adanya kebijakan pemerintah tentang wisata religi, agar memiliki perlindungan dari pemerintah itu sendiri. Responden yang mengatakan setuju ada 37 orang (37%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 24 orang (24%) hal ini dikarenakan bahwa dari hasil pengamatan responden, pemerintah kurang memantau wisata religi sehingga tidak ada ketetapan dan peraturan yang ditetapkan untuk wisata religi.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa pemerintah menetapkan kebijakan untuk wisata religi dan selalu memberikan peraturan yang mengharuskan pengunjung dan wisatawan dalam berkunjung. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang mengatakan responden mengetahui dan memantau bahwa pemerintah memiliki kebijakan dan menetapkan kebijakan khusus pada objek wisata religi, hal ini bertujuan agar pemerintah ikut mendukung program wisata religi tersebut.

b. Terdapat Promosi Yang Menyatakan Kabupaten Indragiri Hilir Sebagai Pariwisata Religi

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai terdapat promosi yang menyatakan Kabupaten Indragiri Hilir sebagai wisata religi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.28
Tanggapan Responden Mengenai Terdapat Promosi Yang Menyatakan Kabupaten Indragiri Hilir Sebagai Pariwisata Religi

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	28	28%

3	Kurang Setuju	4	4%
4	Tidak Setuju	44	44%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.28 diatas diketahui tanggapan responden tentang terdapat promosi yang menyatakan kabupaten Indragiri Hilir sebagai pariwisata religi. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 24 orang (24%) hal ini dikarenakan bahwa responden melihat bahwa banyaknya promosi yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendukung pelaksanaan program pariwisata religi. Responden yang mengatakan setuju ada 28 orang (28%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 4 orang (4%) hal ini dikarenakan bahwa responden melihat kurang adanya pemerintah ikuts serta dan mempromosikan wisata religi. Responden yang mengatakan tidak setuju ada 44 orang (44%) hal ini dikarenakan bahwa tidak adanya atau kurangnya pemerintah dalam mempromosikan keberadaan wisata religi.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak setuju bahwa pemerintah daerah memberikan promosi mengenai keberadaan pariwisata religi, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden yang mengatakan di Indragiri Hilir, terdapat pemerintah yang kurang merespond dan kurang memberikan promosi kepada khayalak luar, wisata religi hanya dipromosikan oleh masyarakat setempat. Dapat disimpulkan bahwa responden kurang setuju jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan.

5.5.1.8 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Pada tabel 5.29 dibawah ini akan dijelaskan mengenai rekapitulasi data angket dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.29
Rekapitulasi Hasil Kuesioner

No	Pernyataan	Kategori					Jml.	Rata ²
		SS	S	KS	TS	STS		
1	Kabupaten Indragiri Hilir memiliki destinasi wisata alam yang menarik untuk dikunjungi	25	43	17	7	8	100	3.7
		125	172	51	14	8	370	
2	Kabupaten Indragiri Hilir memiliki peninggalan sejarah islami yang menarik untuk dikunjungi	51	35	6	6	2	100	4.27
		255	140	18	12	2	427	
3	Kabupaten Indragiri Hilir memiliki objek wisata religi Makam Syekh Abdurrahman Siddiq yang menarik untuk dikunjungi	25	43	17	7	8	100	3.7
		125	172	51	14	8	370	
4	Tersedianya event wisata religi setiap tahun untuk dikunjungi minuman halal dilokasi objek wisata religi Kabupaten Indragiri Hilir	51	35	6	6	2	100	4.27
		255	140	18	12	2	427	
5	Pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai objek wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir	33	47	14	4	2	100	4.05
		165	188	42	8	2	405	
6	Tersedia tempat persinggahan/hotel syariah yang memberikan kenyamanan kepada pengunjung	11	14	37	28	10	100	2.88
		55	56	111	56	10	288	
7	Rumah makan atau	33	41	19	6	1	100	3.47

No	Pernyataan	Kategori					Jml.	Rata ²
		SS	S	KS	TS	STS		
	restoran didalam lingkungan objek wisata sudah bersertifikasi Halal MUI/Tokoh muslim atau pihak terpercaya	165	164	57	12	1	347	
8	Tersedia masjid/musholla disetiap objek wisata yang bersih dan nyaman	51	35	6	6	2	100	4.27
		255	140	18	12	2	427	
9	Adanya pemandu wisata yang baik, komunikatif, ramah, jujur, bertanggung jawab,serta berpenampilan sopan dan menarik yang sesuai	9	11	39	26	15	100	2.73
		45	44	117	52	15	273	
10	Pengolaan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir sudah optimal sesuai dengan prinsip syariat Islam	9	11	39	26	15	100	2.73
		45	44	117	52	15	273	
11	Terdapat biro wisata yang menawarkan paket perjalanan/ wisata yang sesuai dengan peraturan syariat islam	11	14	37	28	10	100	2.88
		55	56	111	56	10	288	
12	Terdapat lembaga agama yang mendukung kegiatan Pariwisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir	20	35	22	10	13	100	3.39
		100	140	66	20	13	339	
13	Terdapat komunitas Muslim di Kabupaten Indragiri Hilir yang mendukung penuh	15	19	36	27	3	100	3.16
		75	76	108	54	3	316	

No	Pernyataan	Kategori					Jml.	Rata ²
		SS	S	KS	TS	STS		
	Pariwisata Religi							
14	Pemerintah daerah mendukung kegiatan pariwisata religi yang ada di desa sapat	33	47	14	4	2	100	3.39
		165	188	42	8	2	405	
15	Setiap objek wisata di Kabupaten Indragiri Hilir mudah dijangkau	9	11	39	26	15	100	3.16
		45	44	117	52	15	273	
16	Tersedianya transportasi umum yang memudahkan menjangkau objek wisata religi indragiri hilir	33	41	19	6	1	100	3.47
		165	164	57	12	1	347	
17	Masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir menjunjung tinggi dan menerapkan nilai-nilai Islami	51	35	6	6	2	100	3.01
		255	140	18	12	2	301	
18	Masyarakat sangat mendukung keberadaan objek wisata religi	25	43	17	7	8	100	3.7
		125	172	51	14	8	370	
19	Masyarakat sangat terbuka dengan kedatangan para wisatawan dari luar untuk melakukan wisata religi	33	47	14	4	2	100	4.05
		165	188	42	8	2	405	
20	Tersedia peraturan/kebijakan pemerintah terkait pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir	33	47	14	4	2	100	4.05
		165	188	42	8	2	405	
21	Terdapat promosi	51	35	6	6	2	100	4.27

No	Pernyataan	Kategori					Jml.	Rata ²
		SS	S	KS	TS	STS		
	yang menyatakan Kabupaten Indragiri Hilir sebagai pariwisata religi	255	140	18	12	2	427	
	Jumlah	720	798	536	317	159	2530	
	Jumlah Bobot	3600	3198	1608	634	159	9199	3.63

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 5.29 diatas, dapat diketahui dari 100 responden pada variabel strategi pengembangan indikator yang paling tinggi sebesar 4,27 terdapat pada bulir pertanyaan nomor 2, 4, 8, 21 dan 22, yaitu Kabupaten Indragiri Hilir memiliki peninggalan sejarah islami yang menarik untuk dikunjungi. Tersedianya makanan dan minuman halal dilokasi objek wisata religi, Tersedia masjid/musholla disetiap objek wisata yang bersih dan nyaman. Diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 20 tentang usaha pariwisata religi, diharuskan sesuai dengan kriteria syariat Islam” dan “Diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 15 tentang Hotel Syariah diharuskan sesuai dengan kaidah islami.

Sedangkan indikator yang terendah pada variabel internal dan variabel eksternal sebesar 2.73 terdapat pada bulir pertanyaan nomor 9, 10 dan 23 yaitu “Adanya pemandu wisata yang baik, komunikatif, ramah, jujur, bertanggung jawab, serta berpenampilan sopan dan menarik yang sesuai dengan nilai-nilai etika.

5.5.2 Variabel Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor Peluang (Opportunities-O) dan Ancaman (Threats-T) wisata syariah di Kabupaten Indragiri Hilir.

Faktor-faktor eksternal diidentifikasi melalui wawancara secara langsung dengan Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir dan 100 orang pengunjung dengan jenis kriteria yang telah ditentukan dan disebutkan pada bab sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, telah dirangkum 6 faktor peluang dan 5 faktor ancaman.

5.5.3 Peluang Wisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir

Adapun faktor-faktor yang menjadi peluang Kabupaten Indragiri Hilir dalam pengembangan pariwisata religi, yaitu:

1. Diterapkannya PERDA tentang pariwisata halal untuk menguatkan restoran, hotel dan usaha pariwisata yang berbasis syariah.

Melalui wawancara kepada beberapa pegawai Dinas Pariwisata Indragiri Hilir bahwasannya perlu adanya PERDA yang harus diketahui oleh wisatawan mengenai hotel, restoran dan usaha syariah, diakui oleh pegawai bahwa hampir sebagian besar dari 100 responden menyatakan tahu tentang adanya PERDA tersebut.

2. Jumlah kunjungan wisatawan lokal mengalami peningkatan.

Pada dasarnya jumlah kunjungan wisatawan lokal atau domestik mengalami peningkatan yang signifikan ini diakui langsung melalui wawancara oleh Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Dinas Pariwisata Indragiri Hilir dan penyebaran kuesioner secara langsung kepada hampir 100 orang responden menyatakan setuju bahwa jumlah kunjungan wisatawan lokal mengalami peningkatan, dikarenakan Indragiri

Hilir sangat menarik untuk dijadikan tempat berwisata yang nyaman pada saat libur dari berbagai daerah.

3. Industri halal dan kesadaran akan pentingnya produk halal terus bertumbuh, ditandai dengan semakin meningkatnya permintaan sertifikasi halal ke badan LP-POM MUI.

Melalui wawancara oleh beberapa pegawai di Dinas Pariwisata Indragiri Hilir bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal terus meningkat, dikarenakan sangat tidak susah di Indragiri Hilir untuk mendapatkan makanan halal disekitar destinasi wisata.

4. Budaya Muslim Indragiri Hilir lebih menarik dibanding budaya daerah lain. Berdasarkan wawancara langsung dengan Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir menyatakan bahwa salah satu peluang budaya muslim inhil lebih menarik dibanding budaya daerah lainnya yaitu wisata ramah muslim dengan potensi ekonomi kreatif yang berbasis Melayu, Islam, Sungai dan Istana atau di singkat MISI.

5. Indragiri Hilir merupakan Kabupaten dengan mayoritas penduduk muslim dengan suku melayu dan banyak objek wisata alam bernuansa religi seperti situs-situs peninggalan kerajaan Islam dan beberapa pesantren Islam.

Melalui wawancara oleh Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir bahwa Kabupaten Inhil dengan mayoritas penduduk muslim dengan suku melayunya menjadi suatu ketertarikan dan potensi tersendiri sebagai wisata religi.

6. Pangsa pasar yang cukup besar terhadap produk halal.

Melalui wawancara oleh Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir menyatakan bahwa meningkatnya pangsa pasar terhadap produk halal sangat tinggi, seperti, batik siak, songket Siak, tanjak, dan oleh-oleh khas Indragiri Hilir. Hal ini akan mempengaruhi tingkat ekonomi bagi masyarakat di Kabupaten Indragiri Hilir.

5.5.4 Ancaman Wisata Syariah di Kabupaten Indragiri Hilir

1. Wisata religi juga terdapat diluar Kabupaten Indragiri Hilir, seperti Rokan Hilir, Pekanbaru, Malaysia dan lainnya.

Melalui wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata kabupaten Indragiri Hilir melalui penelitainya bahwa Kabupaten lain juga memiliki destinasi wisata syariah seperti Rokan Hilir dengan adanya Islamic Center, hal tersebut menjadi ancaman terhadap angka kunjungan wisatawan ke Kabupaten Indragiri Hilir. sedangkan sebagian besar dari 100 responden menyatakan bahwa Rokan Hilir adalah pilihan kedua setelah sebagai kunjungan disekitar daerah Siak.

2. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami fluktuatif.

Melalui wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata kabupaten Siak melalui penelitainya bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami fluktuatif artinya tidak seterusnya kunjungan mengalami peningkatan ini diakibatkan karena wisatawan mancanegara berkunjung hanya dalam event-event tertentu. Ini juga dijawab oleh sebagian besar 100 responden lokal dan mancanegara, ini

dapat dilihat dari jarang nya wisatawan lokal bertemu langsung dengan wisatawan mancanegara.

3. Wisata halal daerah lain lebih menarik dibanding wisata halal di Kabupaten Indragiri Hilir. Melalui wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata kabupaten Indragiri Hilir melalui penelitiannya bahwa Kabupaten lain seperti Rokan Hilir, Pekanbaru, Aceh dan Malaysia lebih menarik dibanding Kabupaten Indragiri Hilir, hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap angka kunjungan wisatawan.
4. MUI kurang mensosialisasikan pentingnya sertifikasi halal suatu restoran. Sebagian besar dari 100 responden melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa MUI kurang mensosialisasikan kepada pengunjung akan restoran-restoran yang memiliki sertifikasi halal, ini menjadi ancaman bagi Kabupaten Siak sebagai kualitas produk halal.

5.5.2.1 Pesaing

a. Wisata Religi Terdapat di Luar Kabupaten Seperti Siak, Pekanbaru, Malaysia

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai wisata religi terdapat diluar kabuparen seperti rokan hilir, pekanbaru dan Malaysia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.30
Tanggapan Responden Mengenai Wisata Religi Terdapat di Luar Kabupaten
Seperti Rokan Hilir, Pekanbaru, Malaysia

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	36	36%
2	Setuju	33	33%
3	Kurang Setuju	31	31%
4	Tidak Setuju	0	%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.30 diatas diketahui tanggapan responden tentang wisata religi terdapat diluar kabupaten seperti Rokan Hilir, Pekanbaru dan Malaysia. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 36 orang (36%) hal ini dikarenakan bahwa adanya wisata religi di daerah lainnya yang tidak membuat wisatawan sering berkunjung diwisata religi di Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan setuju ada 33 orang (33%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 31 orang (31%) hal ini dikarenakan responden selalu berkunjung ke wisata lainnya, dan ia juga selalu berkunjung disana, sehingga berwisata di Indragiri Hilir ini hanya sesekali saja.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden Sangat setuju bahwa responden mengetahui wisata religi banyak dan berada di daerah lainnya, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang mengatakan didaerah lain juga memang banyak memiliki wisata religi yang lebih unik dan menarik, sehingga wisata didaerah lain banyak wisatawan yang berkunjung setiap harinya.

5.5.2.2 Kebijakan Pemerintah Pusat dan Peraturan MUI

a. Diterapkannya PERDA Pasal 6 Tentang Pariwisata Halal Restaurant di Indragiri Hilir dan Bersertifikat Halal

Untuk melihat hasil tanggapan responden tentang diterapkannya PERDA pasal 6 tentang pariwisata halal restaurant di Indragiri Hilir dan bersertifikat halal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.31
Tanggapan Responden Mengenai Diterapkannya PERDA Pasal 6 Tentang Pariwisata Halal Restaurant di Indragiri Hilir dan Bersertifikat Halal

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	32	32%
2	Setuju	39	39%
3	Kurang Setuju	29	29%
4	Tidak Setuju	0	%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.31 di atas diketahui tanggapan responden tentang diterapkannya PERDA pasal 6 tentang pariwisata halal restaurant di Indragiri Hilir dan bersertifikat halal. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 32 orang (32%) Hal ini dikarenakan bahwa responden mengetahui PERDA memberikan sertifikat dan aturan yang mengikat untuk wisata religi dalam makanan dan restaurant yang berada disekitar wisata religi Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan setuju ada 39 orang (39%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 29 orang (29%) hal ini dikarenakan bahwa responden tidak melihat bahwa sedikitpun pemerintah PERDA yang mengharuskan wajib halal restaurant.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden melihat pelaksanaan dan penerapan PERDA berjalan dengan lancar untuk halal restaurant. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang mengatakan PERDA selalu menerapkan halal restaurant dan dilihat dari restoran yang berada disana semuanya memiliki produk yang halal.

b. Diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 20 Tentang Usaha Pariwisata Religi Sesuai Dengan Kriteria Syariat Islam

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 20 tentang usaha pariwisata religi sesuai dengan kriteria syariat Islam dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.32
Tanggapan Responden Mengenai Diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 20 Tentang Usaha Pariwisata Religi Sesuai Dengan Kriteria Syariat Islam

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	61	61%
2	Setuju	39	39%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.32 diketahui tanggapan responden tentang diterapkannya PERDA Pasal NO. 20 tentang usaha pariwisata religi sesuai dengan kriteria syariat Islam. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 61 orang (61%) hal ini dikarenakan bahwa responden selalu mengetahui dan melihat bahwa PERDA

tentang Pasal 1 No. 20 tentang usaha pariwisata religi sesuai dengan kriteria syariat Islam. Responden yang mengatakan setuju ada 39 orang (39%).

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa responden melihat penerapan perda lebih aktif dan sesuai mengenai usaha pariwisata religi harus sesuai dengan syariat Islam. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Dinas Pariwisata yang mengatakan di Indragiri Hilir mengatakan bahwa selalu adanya penerapan PERDA yang mengharuskan wisata religi harus sejalan dengan syariat Islam agar konsistensi pihak setempat dan wisatawan yang berkunjung tersebut.

c. Diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 15 Tentang Hotel Syariah Sesuai Dengan Kaidah Islam

Untuk melihat hasil tanggapan responden tentang diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 15 tentang hotel syariah sesuai dengan kaidah Islam dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.33
Tanggapan Responden Mengenai Diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 15 Tentang Hotel Syariah Sesuai Dengan Kaidah Islam

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	73	73%
2	Setuju	27	27%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.33 diatas diketahui tanggapan responden tentang diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 15 tentang hotel syariah sesuai dengan kaidah

Islami. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 73 orang (73%) hal ini dikarenakan bahwa PERDA sudah melaksanakan peraturannya di seluruh wisata religi yang ada di Riau khususnya di Indragiri Hilir. Responden yang mengatakan setuju ada 27 orang (27%).

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa PERDA menerapkan pasal 1 no 15 yang mengharuskan bahwa hotel syariah sesuai dengan kaidah Islam. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa, responden pernah melakukan penginapan di hotel Indragiri hilir tepatnya sekitar wisata religi, disana pelaksanaannya harus sesuai dengan kaidah Islam agar penerapan wisata religi sesuai dengan konsep Islam.

d. MUI Mensosialisasikan Pentingnya Sertifikasi Halal Suatu Restoran

Untuk melihat hasil tanggapan responden tentang MUI mensosialisasikan pentingnya sertifikasi halal suatu restoran dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.34
Tanggapan Responden Mengenai MUI Mensosialisasikan Pentingnya Sertifikasi Halal Suatu Restoran

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	84	84%
2	Setuju	16	16%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.34 diatas diketahui tanggapan responden tentang MUI mensosialisasikan pentingnya sertifikasi halal suatu restoran. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 84 orang (84%) hal ini dikarenakan MUI memang

selalu mensosialisasikan kepada pihak restoran untuk selalu menhidangkan makanan yang halal dan bergizi. Responden yang mengatakan setuju ada 16 orang (16%).

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa responden selalu melihat bahwa Pihak MUI mensosialisasikan kepada restoran di Indragiri Hilir untuk menhidangkan semua makan yang bersertifikat halal. Hal ini ialah bertujuan untuk mendapatkan tanggapan positif dari seluruh pengunjung.

5.5.2.3. Wisatawan

a. Jumlah Kunjungan Wisatawan Lokal Mengalami Peningkatan

Untuk melihat hasil tanggapan responden tentang jumlah kunjungan wisatawan local mengalami peningkatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.35
Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Kunjungan Wisatawan Lokal Mengalami Peningkatan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	76	76%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.35 diatas diketahui tanggapan responden tentang jumlah kunjungan wisatawan local mengalami peningkatan. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 27 orang (27%) hal ini diakrenakan bahwa pengunjung dari local pada tiap tahunnya semakin ramai dan meningkat, hal ini kemungkinan besar bahwa orang yang berkunjung setiap tempat dan setiap daerah. Yang

bertujuan untuk melihat sejarah Islam melalui makam Syekh Abdurrahman Siddiq. Responden yang mengatakan setuju ada 76 orang (76%).

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa wisatawan banyak yang berasal dari daerah lain yaitu wisatawan local yang berbondong-bondong mengunjungi wisata religi tersebut, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang mengatakan responden banyak berasal dari luar daerah, karena kemungkinan besar lokasi yang di kunjungi tidak jauh dari tempat tinggalnya.

b. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Mengalami Peningkatan.

Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.36
Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Mengalami Peningkatan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	28	28%
2	Setuju	35	35%
3	Kurang Setuju	37	37%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2020

Berdasarkan tabel 5.36 diatas diketahui tanggapan responden tentang jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan. Responden yang mengatakan sangat setuju ada 28 orang (28%) hal ini dikarenakan bahwa responden selalu memantau ada beberapa dari wisatawan mancanegara yang berkunjung di wisata religi. Responden yang mengatakan setuju ada 35 orang

(35%). Responden yang mengatakan kurang setuju ada 37 orang (37%) hal ini dikarenakan tidak banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung hal ini karena kurangnya promosi wisata religi Indragiri Hilir.

Berdasarkan tanggapan responden tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden kurang setuju bahwa tidak banyaknya wisatawan yang berkunjung di wisata religi pada tiap tahunnya, sehingga peningkatan pertahunnya kunjungan wisatawan kurang meningkat. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang mengatakan, responden tidak mengalami bahwa wisatawan mancanegara banyak di kunjungi di wisata religi, namun yang ia lihat hanya dari beberapa wisatawan saja.

5.7 Matriks IFE dan EFE

5.7.1 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE Matrix)

Matriks Evaluasi Faktor Internal (Internal Factor Evaluation-IFE Matrix) digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan telah didefinisikan dalam proses analisis faktor internal sebelumnya (David, 2011). Dengan menggunakan IFE Matrix, akan diketahui seberapa besar respons Dinas Pariwisata Indragiri Hilir dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang dimiliki dalam menjalankan program Pengembangan Pariwisata Religi. Bobot dari setiap faktor dengan menentukan proporsi nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus berikut :

$$a_i = \frac{X_i}{\sum_i^n = 1}$$

Keterangan : a_i = bobot faktor ke-i

X_i = nilai faktor ke- i

$I = 1, 2, \dots, n$

n = jumlah variabel

Pembobotan dalam IFE Matrix ini dihitung berdasarkan hasil ukuran tanggapan 100 responden terhadap masing-masing faktor internal yang ada dalam kuesioner. Sedangkan untuk penetapan peringkat diperoleh berdasarkan respons Wakil Kepala I Dinas Pariwisata Siak sebagai penanggungjawab di Bidang Penghimpunan. Adapun Matrix IFE Penghimpunan Dinas Pariwisata Indragiri Hilir adalah sebagai berikut :

Tabel 5.31 IFE Matrix Pengembangan Pariwisata Religi Kabupaten Indragiri Hilir

No	Kekuatan	Bobot	Peringkat	Skor
1.	Destinasi wisata syariah yang menarik untuk dikunjungi.	0,199	4	0,796
2.	Memiliki Peninggalan sejarah Islami	0,079	3	0,237
3.	Memiliki objek wisata Makam Syekh Abdurrahman Siddiq	0,132	3	0,396
4.	Tersedianya Event Wisata Religi	0,073	3	0,219
5.	Sarana Prasarana Pariwisata	0,112	3	0,336
6.	Mendapat Informasi dalam berkunjung di Indragiri Hilir	0,051	4	0,204
7.	Peran Serta Masyarakat	0,059	3	0,177
Total S		0,703		2,365
No	Kelemahan			
1.	Akomodasi yang kurang memadai	0,096	2	0,192
2.	Pemandu Wisata/ Biro Perjalanan	0,046	2	0,138
3.	Pengelolaan	0,046	1	0,046
4.	Paket Wisata	0,049	3	0,147
Total W		0,237		0,523
Total		1,00		2,888

Berdasarkan hasil Matriks Evaluasi Internal, terdapat faktor kekuatan terpenting bagi Dinas Pariwisata di Indragiri hilir dalam mengembangkan pariwisata religi, yaitu “Destinasi wisata religi yang menarik untuk dikunjungi”

dengan bobot 0,199 dan nilai peringkat 4. Sedangkan kelemahan yang paling menonjol adalah “Pengolaan” dengan bobot 0,046 dan nilai peringkat 1.

Skor bobot total IFE sebesar 2,888 menunjukkan berada diatas rata-rata yang mengindikasikan posisi internal Dinas Pariwisata Indragiri Hilir cukup baik dalam menjalankan program-program pengembangan pariwisata religi. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Indragiri Hilir mampu mengatasi kelemahannya dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki.

5.7.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE *Matrix*)

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) adalah merupakan kumpulan faktor-faktor dari sudut pandang ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum dan teknologi (David, 2011). Hasil dari skor bobot total dalam EFE Matrix digunakan untuk mengetahui sberapa besar respons Dinas Pariwisata Indragiri hilir dalam memanfaatkan peluang dan megatasi ancaman saat menjalankan program pengembangan pariwisata religi. Penentuan bobot dan peringkat pada Matriks ini sama halnya dengan proses pada IFE Matrix. Adapun Matrix EFE Penghimpunan Dinas Pariwisata Indragiri Hilir adalah sebagai berikut:

Tabel 5.32 EFE *Matrix* Pengembangan Pariwisata Religi Kabupaten Indragiri Hilir

No	Peluang	Bobot	Peringkat	Skor
1.	Diterapkannya PERDA tentang pariwisata halal untuk menguatkan restoran, hotel dan usaha pariwisata yang berbasis religi	0,349	4	1,396
2.	Jumlah kunjungan wisatawan lokal mengalami peningkatan	0,172	3	0,516
Total O		0,521		1,912
No	Ancaman			

No	Peluang	Bobot	Peringkat	Skor
1.	Wisata religi juga terdapat diluar Kabupaten Indragiri Hilir, seperti Siak, Pekanbaru, Malaysia dan lainnya.	0,188	1	0,188
2.	Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami fluktuatif	0,127	3	0,381
3.	MUI kurang mensosialisasikan pentingnya sertifikasi halal suatu restoran	0,134	3	0,402
Total T		0,449		0,971
Total		1,00		2,883

Berdasarkan hasil Matriks Evaluasi Faktor Eksternal diperoleh dua faktor eksternal yang paling penting dalam mengembangkan pariwisata religi di Kabuapten Indragiri Hilir, yaitu Diterapkannya PERDA tentang pariwisata halal untuk menguatkan restoran, hotel dan usaha pariwisata yang berbasis religi, dengan skor bobot 0,349 dan. Jumlah kunjungan wisatawan lokal mengalami peningkatan dengan skor 0,172. Kedua faktor tersebut dapat menjadi faktor kunci untuk menciptakan strategi dalam menghadapi faktor-faktor ancaman.

Skor bobot total EFE sebesar 2,883 menunjukkan berada sedikit di atas rata-rata yang mengindikasikan posisi eksternal pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir cukup baik dalam merespons peluang dan ancaman saat menjalankan program pengembangan pariwisata religi.

5.8 Matriks Internal - Eksternal (IE)

Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) digunakan untuk memperlihatkan posisi divisi suatu organisasi dalam sebuah diagram sistematis yang terdiri dari sembilan sel. Skor bobor total pada IFE dan EFE Matrix digunakan sebagai input untuk sumbu x dan y.

Matriks Internal-External (IE) memiliki 3 bagian yaitu:

1. Tumbuh dan Membangun (Growth and Build), adalah posisi perusahaan yang berada pada sel I, II, dan IV. Strategi yang terdapat pada sel tersebut adalah Backward, Forward or Horizontal Integration. Selanjutnya adalah Market Penetration, Market Development dan Product Development
2. Bertahan dan Menjaga (Hold and Maintain), adalah posisi perusahaan yang berada pada sel III, V, dan VII. Strategi yang terdapat pada sel tersebut adalah Market penetration dan Product development.
3. Melepas atau Divestasi (Harvest or Divest), adalah posisi perusahaan yang berada pada sel VI, VIII, dan IX. Strategi yang terdapat pada sel tersebut adalah Retrechment dan Divestiture

Berdasarkan perhitungan IFE Matriks sebelumnya diperoleh bobot total sebesar 2,888 dan dijadikan sebagai sumbu x, sedangkan skor bobot total pada EFE Matriks sebesar 2,883 menjadi titik y, maka posisi Kabupaten Indragiri Hilir dalam menjalankan program Pariwisata Religi dapat dilihat pada Gambar berikut ini:

	4,0	3,0	2,0	1,0
3,0	I	II	III	
2,0	IV	V	VI	
1,0	VII	VIII	IX	

Gambar 5.6 Matriks IE Bidang Pengembangan Pariwisata Religi di Indragiri Hilir.

Pada Gambar 5.6 diatas dapat dilihat bahwa strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hilir berada pada sel V. Menurut (David, 2011), divisi organisasi yang ada pada sel V dapat ditangani dengan baik melalui strategi bertahan dan menjaga (Hold and Maintain). Divisi suatu organisasi yang berada pada posisi ini seyogianya yaitu melakukan penetrasi pasar yakni melakukan peningkatan penjualan pada pasar yang sudah ada dengan cara memberikan strategi-strategi yang baru sehingga penjualan akan semakin meningkat seperti memberikan fasilitas yang terbaik kepada konsumen, memberikan paket hemat untuk menarik minat konsumen, memperbanyak pilihan wisata dan memberikan ketenangan dan kenyamanan saat berlibur atau berwisata, pengembangan pasar yakni melakukan perubahan-perubahan dari pasar yang ada dengan menciptakan pasar yang baru untuk menghindari pasar yang sudah jenuh atau yang sudah cukup banyak pesaing yang ada dipasar tersebut seperti mencari segment pasar yang baru yang bisa diperluas pasarnya, dan paket khusus pelajar, pengembangan produk yakni melakukan perbaikan dari prodak/jasa yang ada sehingga produk kembali dapat diterima oleh pasar yang ada seperti membuat inovasi paket wisata, membuat penawaran wisata dengan segment yang berbeda dan membuat tantangan-tantangan baru di objek wisata sehingga mampu menarik rasa penasaran kepada para wisatawan.

Melihat posisi pariwisata religi di Indragiri Hilir dalam menjalankan program pengembangan yang berada diatas rata-rata, sehingga pada posisi

tersebut strategi yang disarankan adalah membangun strategi yang telah diterapkan dan meningkatkan kinerja.

5.9 Matriks SWOT

Menurut Freddy Rangkuti dalam Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (2014, p83), Matriks SWOT digunakan sebagai alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor internal dan eksternal Bidang Pengembangan Pariwisata Religi Kabupaten Indragiri Hilir yang telah diidentifikasi sebelumnya, yang dibutuhkan untuk mengembangkan empat jenis strategi. Dimana empat jenis strategi tersebut adalah Strategi SO (Kekuatan-kelemahan), Strategi WO (Kelemahan-Peluang), Strategi ST (Kekuatan-Ancaman), dan Strategi WT (Kelemahan-Ancaman).

Substansi dari strategi yang dikembangkan, diproyeksikan terjadi peningkatan yang besar pada angka pengembangan pariwisata religi. Skema analisis pengembagn strategi pariwisata religi dapat dilihat pada Gambar:

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata Religi Makam Syekh Abdurrahman Siddiq merupakan salah satu wisata Islam yang satu-satunya di Indragiri Hilir 2. Wisata Religi Makam Syekh Abdurrahman Siddiq memiliki daya tarik yang berbeda. 3. Adanya program wisata pada hari besar keagamaan, dan makanan halal 4. Lokasi destinasi yang tidak memiliki jarak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang banyaknya symbol petunjuk arah menuju wisata 2. Jumlah fasilitas yang kurang memadai, seperti kurangnya toilet dan masjid. 3. Wisata religi makam Syekh Abdurrahman Siddiq masih kurang dalam hal keamanan 4. Pemerintah kurang mendukung keberadaan wisata religi 5. Kurangnya pendanaan

<p>Faktor Eksternal</p>	<p>tempuh yang jauh</p> <p>5. Kinerja sumber daya manusia dalam melayani pengunjung sangat baik.</p> <p>6. Memiliki lembaga organisasi Islam yang sangat mendukung program wisata religi</p> <p>7. Masyarakat yang sangat antusias dalam mendukung keberadaan wisata religi di Indragiri Hilir</p>	<p>dari pemerintah dan tidak mendukung program untuk wisata religi</p> <p>6. Tidak adanya promosi pemerintah Indragiri Hilir mengenai wisata religi Makam Syekh Abdurrahmah Siddiq</p>
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dikenal sebagai wisata religi seluruh Provinsi Riau 2. Penduduk di Indragiri Hilir bermayoritas Islam 3. Mampu dijadikan tempat tujuan dalam wisata nasional maupun internasional 4. Adanya fasilitas penginapan syariah 5. Berkembangnya minat masyarakat untuk berwisata religi dan mendukung program wisata religi 6. Kerja sama dari pemerintah PERDA dan dinas pariwisata yang 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengelola dengan baik dan mengoptimalkan wisata religi sebagai icon wisata di Indragiri Hilir 2. Meningkatkan pengelolaan fasilitas sosial dan sehingga banyaknya yang mendukung wisata religi. 3. Mengadakan event yang bekerjasama dengan PERDA atau dinas pariwisata untuk event kagamaan. 4. Meningkatkan kinerja SDM demi tercapainya tujuan wisata religi di Indragiri Hilir. 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah sarana dan fasilitas untuk mengembangkan aktivitas wisata religi 2. Meningkatkan fasilitas yang belum memadai, dan menambah jumlah kuantitas 3. Meningkatkan keamanan sekitar wisata religi. 4. Membuat sistem yang dikelolal oleh pemerintah melalui promosi yang berkembang dan menggunakan teknologi sebagai dasar promosi. 5. Meningkatkan partisipasi pemerintah dalam pengembangan objek wisata

<p>menentukan aturan sehingga kualitas wisata meningkat</p> <p>7. Dekat dari kota icon Indragiri Hilir</p> <p>8. Mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat</p>		
<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Akses jalan menuju wisata religi masih macet</p> <p>2. Berpotensi akan mendapatkan cuaca yang panas terik sehingga tidak banyaknya atap untuk berteduh</p> <p>3. Keramaian sekitar penduduk dan pengunjung memicu timbulnya kejahatan</p> <p>4. Persaingan dengan objek wisata unggulan yang lainnya</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Mengoptimalisasi dan mengimplementasikan dari keunikan objek wisata dalam menghadapi persaingan dari beberapa objek wisata</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Mengoptimalisasi partisipasi pemerintah dalam mendukung dan mempromosikan wisata religi yang bertujuan agar wisata religi berkembang.</p>

Gambar 5.7 Matriks SWOT Pengembangan Dinas Pariwisata Indragiri Hilir

Dari Gambar terdapat beberapa alternatif strategi yang dapat dikembangkan untuk optimalisasi Pengembangan Pariwisata Religi di Kabupaten Indragiri Hilir.

Output dari Matriks SWOT yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO (Kekuatan-Peluang)

- a. Bekerjasama dengan Kementerian pariwisata menciptakan sistem sertifikasi halal/syariat untuk usaha pariwisata di Indragiri Hilir.
- b. Memamksimalkan penggunaan internet dan sosial media untuk promosi

2. Strategi WO (Kelemahan-Peluang)

- a. Mendorong dan memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran, rumah makan dan hotel di Indargiri Hilir
- b. Menyediakan pemandu wisata yang memahami kaidah-kaidah syariah melalui pelatihan dan pembekalan.
- c. Menyediakan biro wisata dan paket perjalanan/wisata yang sesuai dengan peraturan syariat Islam untuk menarik wisman dan wisnus muslim.
- d. Memperbaiki sarana dan prasarana serta pengelolaan pariwisata sesuai dengan prinsip syariat Islam.
- e. Penataran secara terencana bagi aparat pemerintah khususnya staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam rangka peningkatan professionalism
- f. Pembuatan rute-rute perjalanan pariwisata dalam satu paket perjalanan sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal terhadap para wisatawan.

3. Strategi ST (Kekuatan-Ancaman)

- a. Menjadikan daerah seperti NTB, Aceh, Jawa Barat, DIY Dan Sumatra Barat sebagai benchmark dalam pengembangan wisata religi di Indragiri Hilir.
- b. Mengembangkan diferensiasi produk dengan atraksi wisata religi yang berbeda dan unik dibanding destinasi wisata syariah lain di Indonesia

4. Strategi WT (Kelemahan-Ancaman)

- a. Memfasilitasi berdirinya hotel syariah.
- b. Adanya pembentukan lembaga atau komunitas muslim yang mendukung penuh adanya wisata syariah.
- c. Menyediakan transportasi umum yang dapat menjangkau objek wisata yang satu ke tempat lainnya seperti bus, dll.
- d. Melakukan branding yang menunjukkan kelebihan Indragiri Hilir sebagai destinasi wisata religi dibanding provinsi atau daerah lain di Indonesia.

5.10 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa banyaknya pengunjung yang ingin berkunjung baik dari dalam propinsi Riau maupun yang dari luar propinsi Riau maupun dari Kalimantan. Responden yang paling dominan ialah berjenis kelamin laki-laki dan berusia dari 41- 50 tahun. Hal ini dikarenakan bahwa laki-laki yang berusia diatas 41 tahun memiliki pandangan dan arahan untuk meningkatkan spiritualitasnya melalui sejarah Islam dan makam Syekh

Abdurrahman Siqqid. Dalam hal lain, responden yang paling dominan ialah bekerja sebagai petani, hal ini karena kondisi geografis di Indragiri Hilir banyak yang bekerja sebagai petani dan lokasinya tidak jauh dari tempat tinggal mereka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang paling rendah ialah pemerintah kurang mempromosikan dan mendukung keberadaan wisata religi hal ini merupakan kelemahan dari faktor internal wisata religi yang berada di Indragiri Hilir. Sedangkan dari faktor eksternal yang paling rendah ialah jumlah kunjungan wisatawan mancanegara kurang mengalami peningkatan secara signifikan pada tiap tahunnya, hal ini diakrenakan faktor internal yang menyebabkan faktor eksternal juga berpengaruh, hal ini menyebabkan bahwa ancaman dan kelemahan (Weakness) dari wisata religi di Indragiri Hilir.

Dari rekapitulasi yang diperoleh melalui penyebaran angket didapat nilai dari setiap variabel penelitian, maka terdapat kekuatan dan kelemahan dari masing-masing variabel. Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian yang sekarang pada variabel internal berada pada kategori baik, dimana terdapat kekuatan dan kelemahan yang menonjol yang mempengaruhi pengembangan pariwisata syariah di Kabupaten Indragiri Hilir, adapun kekuatan dari Kabupaten Indragiri Hilir sebagai destinasi pariwisata religi yakni, Indragiri Hilir sebagai destinasi wisata religi yang menarik untuk dikunjungi seperti kita ketahui Indargiri Hilir memiliki wisata alam, budaya, sejarah dan kuliner yang memenuhi unsur-unsur syariat Islam yang sangat

menarik untuk di kunjungi, ini merupakan salah satu kekuatan yang sangat menonjol sebagai salah satu destinasi wisata berbasis syariah yang bisa dinikmati oleh semua kalangan baik wisatawan muslim maupun non-muslim, selanjutnya yang menjadi kekuatan adalah Adanya Lembaga LP-POM MUI sama halnya dengan kekuatan diatas bahwa LP-POM MUI sangat mendukung adanya program wisata halal tentunya harus memuat nilai-nilai syariah pada setiap produk kuliner wisata, jasa transportasi dan pemandu wisata, ini artinya sangat berpengaruh terhadap pengembangan wisata religi, perlu adanya kesadaran masyarakat untuk mendaftarkan usaha-usahanya kepada lembaga LP-POM MUI, setelah dilakukan penelitian dan wawancara kepada pihak Dinas Pariwisata Indragiri Hilir sudah terdapat sebagian besar pengusaha-pengusaha yang mendaftarkan usahanya ke LP-POM MUI, namun belum semuanya.

Selanjutnya Adanya optimalisasi penggunaan sistem informasi. adanya sosial media dan penggunaan internet sangat berpengaruh terhadap promosi dalam memasarkan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir, adanya pemasaran yang baik ini menjadi kekuatan bagi suatu daerah untuk mengembangkan wisata khususnya Kabupaten Indragiri Hilir. selanjutnya. Selanjutnya Sarana dan Prasarana, adanya sarana dan prasarana untuk beribadah di masjid/musholla disetiap destinasi sangat penting, hal ini sangat berpengaruh terhadap hubungan manusia dan penciptanya, namun berdasarkan analisis lingkungan bahwa tidak semua destinasi terdapat musholla/masjid. Selanjutnya Adanya Lembaga Syariah yang mendukung kegiatan wisata

syariah, sangat penting dalam pengembangan pariwisata dukungan dari berbagai lembaga atau instansi pemerintah lainnya, seperti halnya di Kabupaten Siak terdapat Badan LP-POM MUI, LWRM, Kementerian Keagamaan, Dinas Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir, dan lainnya yang ikut serta dalam program pengembangan pariwisata religi. Selanjutnya terdapatnya PERDA atau Kebijakan Pemerintah mengenai wisata halal. adanya peraturan atau kebijakan pemerintah terhadap adanya wisata halal merupakan suatu kekuatan yang sangat mempengaruhi proses pengembangan pariwisata religi, tanpa adanya kebijakan yang jelas maka tidak akan tercapai pengembangan pariwisata berbasis religi di Kabupaten Indragiri Hilir. Dan yang terakhir kekuatan yang menonjol adalah. Peran Serta Masyarakat dengan melibatkan langsung masyarakat dengan cara turun langsung kelapangan maka sangat berpengaruh terhadap kesiapan masyarakat untuk menerima adanya ketetapan Indragiri Hilir sebagai destinasi wisata religi, karena pada dasarnya masyarakat di Kabupaten Indragiri Hilir sangat menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman dalam mengembangkan pariwisata religi.

Selanjutnya kelemahan yang menonjol yang mempengaruhi pengembangan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir adalah Adanya akomodasi yang kurang memadai. Setelah melakukan penyebaran kuesioner terhadap 100 responden terdapat sebagian besar menyatakan belum adanya hotel berbasis syariah di kabupaten Indragiri Hilir, selain itu sarana dan prasaran di hotel umum juga kurang memadai tidak seperti hotel-hotel di daerah lain seperti Kota Pekanbaru, selain hotel transportasi umum seperti bus

untuk menjangkau dari satu destinasi ke destinasi lain yang lumayan berjauhan juga tidak tersedia, artinya kelemahan ini sangat berpengaruh terhadap pengembangan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir. Selanjutnya Pemandu wisata dan paket wisata tidak tersedia, ini merupakan suatu hal yang penting dalam suatu pengembangan wisata di setiap destinasi, sama dengan penelitian terdahulu bahwa biro wisata dan paket wisata tidak tersedia, ini dapat mempengaruhi pengembangan wisata, seharusnya diadakan kerjasama antara biro wisata dengan travel-travel wisata dan membentuk paket wisata yang komplit agar memudahkan para wisatawan untuk menikmati pelayanan di setiap destinasi di Kabupaten Indragiri Hilir.

Selanjutnya Pengolaan yang kurang baik, adanya pengolaan yang baik akan mempengaruhi program pengembangan pariwisata dalam suatu daerah, pengolaan di Kabupaten Indragiri Hilir kurang optimal artinya pelayanan terhadap sumber daya manusia itu sendiri kurang baik, dari segi pelayanan dll. Selanjutnya adanya.

Partisipasi masyarakat masyarakat yang kurang sadar akan adanya potensial pariwisata lokal di Kabupaten Indragiri Hilir yang seharusnya dapat menjadi sumber sekaligus penggerak ekonomi masyarakat, namun di sisi lain ternyata jumlah masyarakat yang sadar akan potensi ini masih sangat kurang, ini sangat mempengaruhi pengembangan pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir.

Selanjutnya sama dengan penelitian terdahulu yang bernama Wardana pada tahun 2017 yang berjudul Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat bahwa hasil penelitian tersebut

menunjukkan peluang wisata mampu meningkatkan infrastruktur sarana dan prasarana dasar untuk mendukung kesiapan kawasan pariwisata sebagai destinasi wisata baru atau rintisan dan kawasan pariwisata yang akan dikembangkan serta meningkatkan fasilitas penunjang kegiatan pariwisata

Dan yang terakhir, sama dengan penelitian terdahulu bernama Siti Fatimah pada tahun 2015 Strategi Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata Religi (Studi Kasus di Makam Mbah Mudzakir Sayung Demak dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mudzakir menyangkut pengembangan jaringan wisata religi, pengembangan kerja sama pariwisata, pengembangan sarana dan prasarana wisata, pengembangan pemasaran, pengembangan objek wisata, pengembangan kesenian dan kebudayaan, dan pengembangan peningkatan SDM dan Faktor pendukung dalam pengembangan objek wisata religi ini berasal dari masyarakat ataupun instansi dari pemerintahan dinas pariwisata menarik agar wisatawan lebih tertarik berkunjung ke Kabupaten Indragiri Hilir

Pada hasil Matriks Evaluasi Faktor Internal (*IFE Matrix*) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*EFE Matrix*) diperoleh Skor bobot total pada *IFE* dan *EFE Matrix* selanjutnya digunakan sebagai *input* untuk sumbu x dan y pada Matriks Internal-Eksternal. Pada *IFE Matrix* diperoleh skor bobot total sebesar 2,888 yang dijadikan sebagai titik pada sumbu x , dan skor bobot total *EFE Matrix* sebesar 2,883 menjadi titik pada sumbu y . sehingga dapat diketahui bahwa strategi pengembangan pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir berada pada Divisi organisasi yang ada pada sel V dapat

ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Melihat posisi yang sedikit di atas rata-rata, strategi yang disarankan adalah menjaga serangkaian strategi yang telah diterapkan dan meningkatkan kinerja.

Pertama, Strategi WO (Kelemahan-Peluang). Dengan melihat adanya peluang dan memiliki kekuatan maka strategi yang dapat dikembangkan untuk memanfaatkan kondisi tersebut adalah. Mendorong dan memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran, rumah makan dan hotel di Indragiri Hilir. contohnya membuat event pengurusan atau lembaga untuk mengurus secara kolektif sertifikasi halal. Menyediakan pemandu wisata yang memahami kaidah-kaidah syariah melalui pelatihan dan pembekalan. seperti melibatkan ustad atau para tokoh ulama yang mengerti tentang perjalanan wisata sekaligus memberikan arah atau petunjuk mengenai wisata religi khususnya bagi para calon wisatawan pada acara tablig akbar atau khaul yang berskala besar misal antar provinsi, menyediakan biro wisata dan paket perjalanan/wisata yang sesuai dengan peraturan syariat Islam untuk menarik wisman dan wisnus muslim, memperbaiki sarana dan prasarana serta pengelolaan pariwisata sesuai dengan prinsip syariat Islam, penataran secara terencana bagi aparat pemerintah khususnya staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam rangka peningkatan profesionalisme dan pembuatan rute-rute perjalanan pariwisata dalam satu paket perjalanan sehingga dapat memberikan pelayanan yang optimal terhadap para wisatawan.

Substansi dari strategi-strategi yang dikembangkan pada pembahasan di atas, diproyeksikan terjadi peningkatan yang besar pada angka kunjungan wisatawan domestik dan khususnya mancanegara jika adanya ketegasan pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya untuk menerapkan strategi-strategi tersebut. Dan tentunya dalam menentukan strategi pengembangan pariwisata religi di kabupaten Indragiri Hilir akan mencapai misi dan tujuannya.

Berdasarkan analisis Matriks SWOT, diperoleh sebuah strategi yang dapat dikembangkan, yakni Strategi WO.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengembangan wisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir, dapat disimpulkan antara lain :

1. Berdasarkan data angket pemahaman wisatawan tentang istilah pariwisata syariah di Kabupaten Indragiri Hilir maka wisatawan cenderung faham dengan wisata halal namun sedikit faham dengan wisata religi.
2. Berdasarkan IFE Matrix, kekuatan utama pariwisata syariah di Kabupaten Siak adalah Kabupaten Indragiri Hilir memiliki peninggalan sejarah islami yang menarik untuk dikunjungi dan Tersedia masjid/musholla disetiap objek wisata yang bersih dan nyaman. Sedangkan kelemahan utamanya adalah Kurangnya tempat persinggahan/hotel syariah yang memberikan kenyamanan kepada pengunjung dan Belum banyaknya dan belum dijalankan biro wisata yang menawarkan paket perjalanan/ wisata yang sesuai dengan peraturan syariat islam.
3. Berdasarkan EFE Martix, peluang utama adalah “Diterapkannya PERDA Pasal 6 tentang Pariwisata Halal diharuskan restorant yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir harus bersertifikasi halal. dan Diterapkannya PERDA Pasal 1 No. 15 tentang Hotel Syariah diharuskan sesuai dengan

kaidah islami. Sedangkan faktor ancaman terkuat adalah Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami fluktuatif.

4. Hasil Matrix IE menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata syariah di Kabupaten Indragiri Hilir berada pada sel V yaitu bertahan dan menjaga (*Hold and Maintain*).
5. Berdasarkan Matiks SWOT, alternatif strategi yang dapat dilakukan, yaitu: Strategi WO “Mendorong dan memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran, rumah makan dan hotel di Indragiri Hilir, menyediakan pemandu wisata yang memahami kaidah-kaidah syariah melalui pelatihan dan pembekalan, menyediakan biro wisata dan paket perjalanan/wisata yang sesuai dengan peraturan syariat Islam untuk menarik wisman dan wisnus muslim, memperbaiki sarana dan prasarana serta pengelolaan pariwisata sesuai dengan prinsip syariat Islam.dll.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan terdapat beberapa saran dan pertimbangan untuk mengembangkan pariwisata religi di Kabuapten Indragiri Hiir yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah
 - a. Melakakukan sosialisasi dan promosi dengan cara seminar oleh kalangan akademisi dan peneliti, bekerjasama dengan event muslim untuk menginformasikan ketika sedang berlangsung acara mengenai konsep dan besarnya potensi serta peluang pariwisata religi kepada masyarakat, wisatawan, dan industri pariwisata

- b. Melibatkan semua stakeholders secara terintegrasi dalam setiap tahapan pengembangan dan manajemen pengelolaan pariwisata religi. Partisipasi aktif semua pemangku kepentingan akan lebih menjamin tercapainya tujuan pengembangan pariwisata religi dengan meminimalisasi sisi negatifnya.
- c. Sinergi antara pihak yang concern terhadap pariwisata syariah (Lembaga pariwisata, ulama, tokoh masyarakat, Akademisi/Perguruan Tinggi, Pemerintah, LSM, Industri) untuk memberikan perhatian serta kontribusi mengenai pengembangan pariwisata religi di Kabupaten Indragiri Hilir.
- d. Pelatihan dalam meningkatkan SDM wisata religi. Diantaranya seperti Itinerary/jadwal kegiatan wisata seharusnya memasukkan jadwal sholat bagi para wisatawan, dan tour leader diberikan pelatihan yang memadai mengenai informasi/sejarah Indragiri Hilir pada umumnya dan informasi tentang perkembangan Islam pada khususnya di Indragiri Hilir.
- e. Kabupaten Indragiri Hilir lebih intensif dalam penyelenggaraann event seperti fesyen busana muslim, pameran kuliner halal khas Indragiri Hilir atau program aktifitas wisata religi lainnya untuk wisatawan muslim supaya lebih mengenal kebudayaan Islam di Indragiri Hilir.
- f. Mempercepat pembangunan sarana transportasi umum (monorail) dan menambah armada bus dan adanya transportasi udara seperti bandara agar wisatawan mancanegara mudah berkunjung.

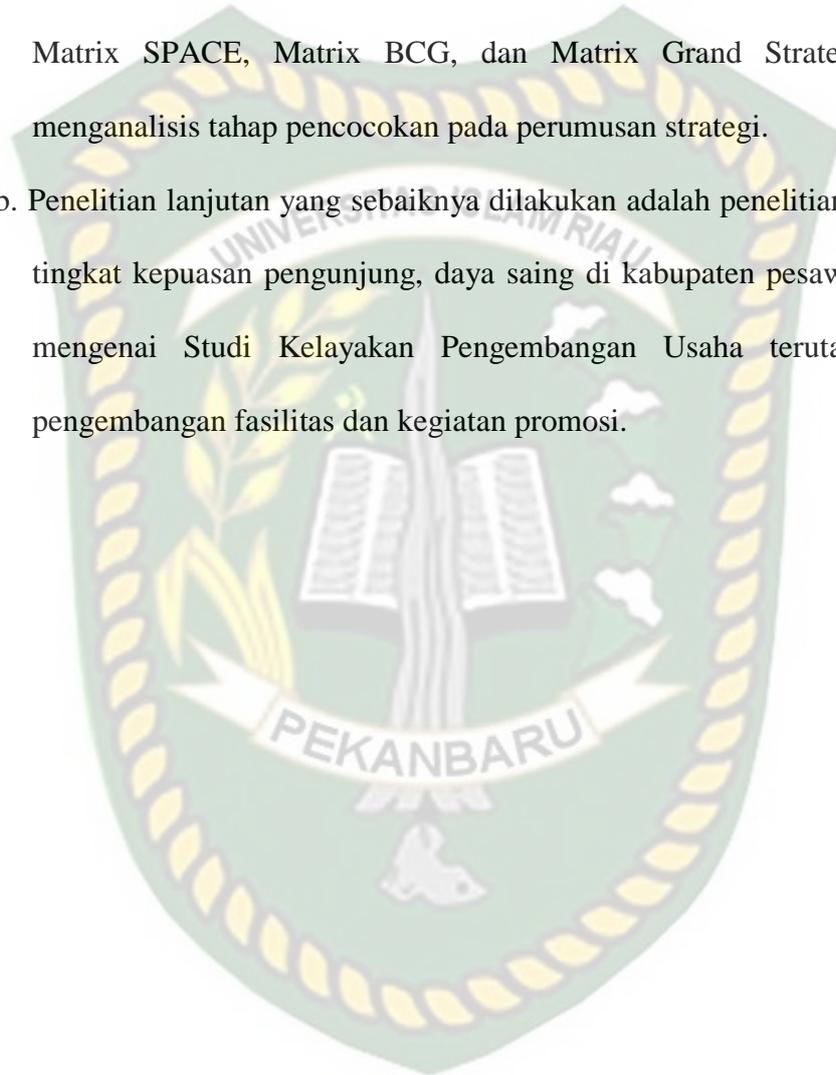
2. Bagi MUI

a. Membuat regulasi mengenai standar usaha hotel syariah. Dalam jangka pendek MUI bekerjasama dengan Pemerintah dapat membuat regulasi mengenai standar untuk usaha hotel syariah, restoran halal, spa syariah dan BPW syariah :

- 1) Mewajibkan bagi restoran atau rumah makan di Indragiri Hilir untuk mengikuti prosedur mendapatkan sertifikasi halal. Pihak pemerintah mempermudah perijinan dan proses mendapatkan sertifikat halal.
- 2) Mewajibkan bagi usaha Spa syariah dan BPW/agen perjalanan syariah untuk mendapat sertifikat halal, sehingga dapat mendukung aktifitas wisata religi.
- 3) Akomodasi standar hotel syariah
 - Penyediaan tempat sholat dan tempat wudhu yang nyaman, penunjuk arah kiblat dan perlengkapan alat sholat di kamar hotel
 - Ketika reservasi bagi tamu yang bukan muhrim tidak boleh dalam satu kamar atau dengan menunjukkan KTP
 - Tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang tidak halal
 - Tidak ada fasilitas dan aktifitas hotel yang tidak sesuai dengan syariat Islam (seperti pengadaan diskotik, pub, karaoke)
 - Pembuatan jadwal renang untuk laki-laki dan wanita di jam tertentu supaya yang berenang antara laki-laki dan wanita tidak tercampur.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan analisis Matrix SWOT dan Matrix Internal-Ekaternal (IE) saja pada tahap pencocokan, sehingga hendaknya untuk penelitian selanjutnya menggunakan alat analisis lain seperti Matrix SPACE, Matrix BCG, dan Matrix Grand Strategy, dalam menganalisis tahap pencocokan pada perumusan strategi.
- b. Penelitian lanjutan yang sebaiknya dilakukan adalah penelitian mengenai tingkat kepuasan pengunjung, daya saing di kabupaten pesawaran, serta mengenai Studi Kelayakan Pengembangan Usaha terutama untuk pengembangan fasilitas dan kegiatan promosi.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. 2011, Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat,
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, dkk, 2015. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in. Journal of Economics, Business and Management,
- Dinas Pariwisata, 2017., Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir,
- Fatimah, Siti, 2015, Strategi Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata Religi (Studi Kasus Makam Mbah Mudzakir Sayung Demak).
- Khodiyat & Ramaini, 1992, Strategic Management For Educational Management (Manajemen Strategic untuk Manajemen Pendidikan).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Koller, 2018, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Leiper, 1990, Pemasaran Pariwisata (Tourism Marketing), Bandung: Angkasa,
- Maha Rani Deddy Prasetyo, 2014, Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur, Pantai Lombang, Jurnal Politik Muda.
- Meidika, Hafid Dharmawan, 2012, Peran Strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan produk.
- Moch. Chotib, 2015, Wisata Religi di Kabupaten Jember, Institut Agama Islam Negeri Jember.
- Muljadi dan Andri Warman, 2016, Kepariwisataaan dan Perjalanan Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ona Gustiana, Mardianti, 2018) Analisis Strategi Pemasaran Objek Wisata Kebun Binatang Kasang Kulim Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Universitas Islam Riau
- Pitana, I Gede dan I Ketut Surya, 2009, Pengantar Ilmu Pariwisata Yogyakarta: Andi.
- Pratiwi, Manik, 2017, Strategi Pengembangan Wisata Spiritual di kecamatan rendang Kabupaten Karangasem Bali.

- Ridwan, Mohamad. 2012, Perencanaan Pengembangan Pariwisata, Medan: PT. Softmedia
- Ruslan, Arifin S. N. 2007, Ziarah Wali Spiritual Sepanjang Masa. (Yogyakarta: Pustaka Timur
- Sucipto, Hery. dan Fitria Andayani, 2014, Wisata Syariah Karakter, Potensi, Prospek, dan Tantangan). Jakarta Selatan : Grafindo
- Suryadana, M.liga dan Octavia Vanny. 2011, Pengantar Pemasaran Pariwisata Gegerkalong Hilir : IKAPI
- Suryono, Agus. Paket Wisata Ziarah Umat Islam. (Semarang: Kerjasama Dinas Pariwisata Jawa Tengah dan Stiepari Semarang,
- Swastha dan Irawan, 1999, Pengantar Manajemen. (Jakarta: PT Bumi Aksara).
- Syahdannur, 2018, Strategi pengembangan Potensi Pariwisata Syariah Kabupaten Siak Sri Indrapura
- Tjiptono, 2002, Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Jakarta: PT Bumi Aksara,
- Wardana, 2017, Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di kabupaten Pesisir Barat
- Yoeti, Oka, A. 2009, Pemasaran Pariwisata (Tourism Marketing). (Bandung: Angkasa,