

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MASJID RAYA
AN-NUR KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam (FAI)
Universitas Islam Riau (UIR) untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)*



Oleh :

NENI WARDANA

NPM:172310145

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2021



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الرَّيُّوْنِيَّةُ

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax: +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 27 Agustus 2021 Nomor : ~~5AA~~ /Kpts/Dekan/FAI/2021, maka pada hari ini Jumat Tanggal 27 Agustus 2021 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. Nama | : Neni Wardana |
| 2. NPM | : 172310145 |
| 3. Program Studi | : Ekonomi Syariah (S.1) |
| 4. Judul Skripsi | : Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau |
| 5. Waktu Ujian | : 09.00 – 10.00 WIB |
| 6. Lulus Yudicium / Nilai | : 92,35(A) |
| 7. Keterangan lain | : Ujian berjalan dengan lancar dan aman |

PANITIA UJIAN

Ketua

Boy S. Bakhri, SE, M,Sc, Ak

Dosen Penguji :

- | | | |
|-------------------------------|-----------|---|
| 1 Boy S. Bakhri, SE, M,Sc, Ak | : Ketua | : |
| 2 Dr. Zulkifli, M.M, ME, Sy | : Anggota | : |
| 3 Marina Zulfa, SE, I, ME, Sy | : Anggota | : |

Dekan,
Fakultas Agama Islam UIR,



Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy
NIDN : 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الرَّيُّوْنِيَّةُ

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi yang sudah dimunaqosahkan dalam sidang sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

Nama : NeniWardana
NPM : 172310145
Jurusan : EkonomiSyariah
Pembimbing : Boy SyamsulBakhri,SE, M.Sc,Ak
Judul Skripsi : “StrategiPengembanganWisataReligi Masjid Raya An-Nur Kota PekanbaruProvinsi Riau”.

Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

PANITIA UJIAN SKRIPSI TIM PENGUJI

Ketua

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
NIDN: 1012097002

Penguji I

Penguji II

Dr. Zulkifli, M.M., ME.Sy
NIDN:1025066901

Marina Zulfa, SE.I, ME.Sy.
NIDN: 1023048401

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau



Dr. Zulkifli, M.M., ME.Sy.
NIDN:1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ الرَّيْوِيَّةُ

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NeniWardana
Npm : 172310145
Jurusan : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Boy SyamsulBakhri, SE, M.Sc, Ak
Judul Skripsi : "Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau".

Skripsi ini dapat diterima dan disetujui untuk munaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana (S1) pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau dan memenuhi persyaratan dan tugas-tugas yang ditetapkan.

Disetujui
Pembimbing

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
NIDN: 1012097002

Turut Menyetujui

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Muhammad Arif, S.E., M.M
NIDN: 1028048801

Dekan
Fakultas Agama Islam

Dr. Zulkifli, M.M., ME.Sy.
NIDN: 1025066901



FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية البريوتية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

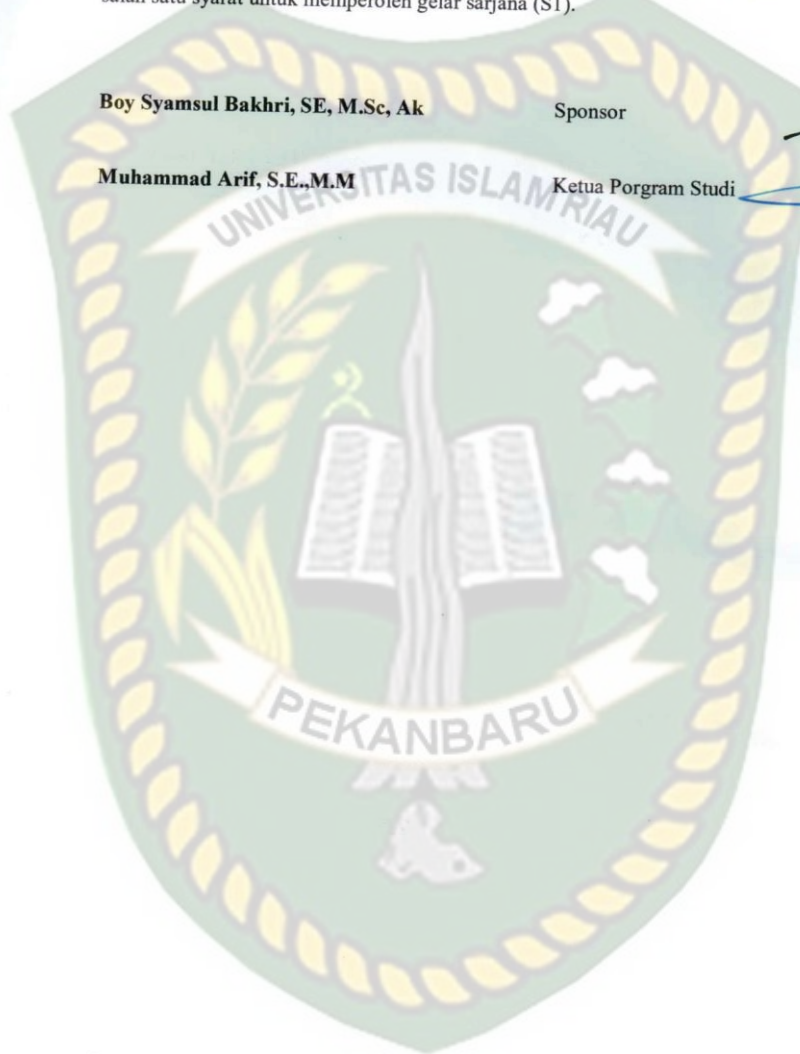
Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak

Sponsor

Muhammad Arif, S.E., M.M

Ketua Program Studi



Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Miik :



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax: +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap:

Nama : Neni Wardana
NPM : 172310145
Jurusan : Ekonomi Syariah
Pembimbing I : Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
Judul Skripsi : "Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau".

Dengan rincian sebagai berikut:

No	Tanggal	Pembimbing I	Berita Bimbingan	Paraf
1.	31 April 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan pendahuluan, teori, populasi, teknik pengambilan sampel pada penelitian	
2.	06 Mei 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan pengelolaan instrument angket penelitian	
3.	31 Mei 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan penulisan	
4.	03 Juni 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan pengolahan data dengan menggunakan Analisis SWOT dan QSPM	
5.	09 Juni 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan bab IV tentang pengolahan data	
6.	21 Juli 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan abstrak	
7.	28 Juli 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Perbaikan bab IV dan bab V	
8.	02 Agustus 2021	Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak	Persetujuan untuk dimunaqosahkan	

Pekanbaru, 24 September 2021

Diketahui oleh:
Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Zuikifli, M.M., ME.Sy.
NIDN. 1025066901

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Neni Wardana

Npm : 172310145

Prgram Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Agama Islam

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota
Pekanbaru Provinsi Riau

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya saya sendiri dan dapat dipertanggung jawabkan bila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah plagiat dari orang dan saya bersedia ijazah saya dicabut dari Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Neni Wardana



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

Nomor: 2171 /A-UIR/5-FAI/2021

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	Neni Wardana
NPM	172310145
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi:

Strategi Pengembangan Religi Wisata Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

Dinyatakan telah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun dan dicek oleh petugas yang ditunjuk Dekan. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk ujian Skripsi.

Demikian surat keterangan diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 4 Agustus 2021

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Syahraini Tambak, S.Ag., M.A.

NIDN: 1018087501

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah.-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Sholawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan selaku ummat Islam semoga kita mampu menjalankan setiap sunnah Rasul termasuk sunnah dalam bidang pengembangan ekonomi ummat berdasarkan Syariat Islam sebagaimana yang telah dicontohkan beserta para shabat dan tabi'it tabi'in.

Penulis memilih judul penelitian “Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau” dikarenakan ingin mengetahui apakah Masjid Raya An-Nur ini dapat dikembangkan sebagai objek wisata religi, karena penulis yakin jika tujuan wisata religi sebagai pedoman untuk menyampaikan syiar Islam dijadikan sebagai pelajaran dan untuk mengingat keesaan Allah SWT.

Dalam penulisan ini penulis banyak mendapatkan bantuan oleh pembimbing dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau yaitu Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH.,M.C.L
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Bapak Dr.Zulkifli,

MM, ME,Sy

3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau
Bapak Muhammad Arif, SE, MM
4. Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan selama perkuliahan dan semua pegawai Tata Usaha yang dalam hal ini banyak membantu dalam menyelesaikan segala urusan adminitrasi.
6. Ketua Umum Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian.

Akhir kata, semoga segala saran, bimbingan, dan nasehat yang telah diberikan kepada penulis hanya Allah SWT yang akan membalasnya dan menjadikannya sebagai suatu amal ibadah, Amiin Ya Rabbal Alamin terima kasih.

Pekanbaru, 06 Agustus 2021

Penulis

NENI WARDANA
NPM. 172310145

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MASJID RAYA AN-NUR KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU

NENI WARDANA

172310145

Wisata religi merupakan suatu kegiatan yang berkaitan erat dengan aktivitas ataupun tempat khusus yang berhubungan dengan nilai religi keagamaan. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata yang memiliki makna khusus bagi umat beragama tertentu. Tempat-tempat ini dapat berupa tempat ibadah dan tempat bersejarah maupun makam. Penelitian ini dilakukan di Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau, sedangkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity), dan Ancaman (Threats) sebagai tolak ukur untuk menentukan strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan mixed method (kualitatif dan kuantitatif), adapun yang menjadi populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Pekanbaru tahun 2020 dengan jumlah 1.146.025 orang dengan ukuran sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, observasi dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT, Matriks SWOT, Matriks IE dan Matriks QSPM. Berdasarkan hasil analisa data yang penulis lakukan terhadap hasil angket dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan hal ini dapat dilihat dari matriks IFAS dan EFAS, dari ke duabelas indikator SWOT diantara dimensi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hal ini dapat dilihat dari matriks IFAS dengan nilai total 5,44 dan matriks EFAS dengan nilai total 2,83 dan dari hasil analisis QSPM strategi prioritas pertama yang harus dilakukan adalah mengelola dan mengoptimalkan potensi daya tarik wisata menjadi unggulan, serta meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial untuk mendukung peningkatan aktivitas pengunjung. Strategi kedua adalah mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Wisata Religi, Analisis SWOT.

ABSTRACT

THE STRATEGY IN DEVELOPING RELIGIOUS TOURISM IN AN-NUR GREAT MOSQUE AT PEKANBARU CITY RIAU PROVINCE

NENI WARDANA

172310145

Religious tourism is an event related to the activity or special place that connected with a religious value. Religious tourism is defined as a tourism activity that had special meaning by certain religion. These places are worship places and historical places or cemetery. This research conducted at An-Nur great mosque Riau Province. This research formulation clarified how was the strategy in developing religious tourism in An-Nur great mosque at pekanbaru City Riau Province, meanwhile the purpose in this research examined to know the strategy in developing religious tourism in An-Nur great mosque at Pekanbaru City Riau Province. The conceptual framework used in this research were Strength, Weaknesses, Opportunity, and threats as indicators to determine the strategy in developing religious tourism in An-Nur great mosque at Riau Province. This research used descriptive with mix method (qualitative and quantitative), where the population involved Pekanbaru society in year 2020 with 1.146.025 people and the sample in 100 respondents. Data collection technique in this research used questionnaire, observation and documentation. Data analysis technique used SWOT analysis, SWOT matrix, IE matrix and QSPM matrix. Based on data analysis result from questionnaire result showed that there was any positive influence and significant, it could be seen from IFAS and EFAS matrix. From twelve SWOT indicators in dimension strength, weaknesses, opportunity and threats, described from IFAS matrix in total score 5.44 and EFAS matrix in total score 2.83 and the result from QSPM analysis, main priority strategy that should be done referred to management and optimalization about the tourism attractiveness potential to be excellent potential, then improving tourism management performance with fulfilling social facility to support visitors' activity improvement. The second strategy was optimalization the potential and uniqueness tourism object to face competition between tourism objects.

Keywords: Development Strategy, Religious Tourism, SWOT Analysis.

المخلص

استراتيجية تنمية السياحة الدينية بمسجد كبير النور في مدينة باكنبارو محافظة رياو

نيني واردانا
١٧٢٣١٠١٤٥

السياحة الدينية هي نشاط وثيق الصلة بالأنشطة أو الأماكن الخاصة المتعلقة بالقيم الدينية. يتم تعريف السياحة الدينية على أنها نشاط سياحي له معنى خاص لبعض المتدينين. يمكن أن تكون هذه الأماكن أماكن عبادة وأماكن تاريخية وكذلك مقابر. تم إجراء هذا البحث في مسجد كبير النور بمحافظة رياو. تكمن صياغة المشكلة في هذا البحث في كيفية استراتيجية تنمية السياحة الدينية بمسجد كبير النور في مدينة باكنبارو محافظة رياو، في حين أن الغرض من هذا البحث هو تحديد استراتيجية تنمية السياحة الدينية بمسجد كبير النور في مدينة باكنبارو محافظة رياو. الإطار المفاهيمي المستخدم في هذا البحث هو نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات كمعايير لتحديد استراتيجية تنمية السياحة الدينية بمسجد كبير النور في مدينة باكنبارو محافظة رياو. هذا النوع من البحث عبارة عن دراسة وصفية ذات منهج مختلط (نوعي وكمي)، في حين أن مجتمع هذا البحث هم مجتمع مدينة باكنبارو في عام 2020 بإجمالي 1,146,025 شخصًا بحجم عينة من 100 مستجيب. استخدمت تقنيات جمع البيانات في هذا البحث الاستبانة والملاحظة والتوثيق. تتمثل تقنية تحليل البيانات في هذا البحث في استخدام تحليل وق.س.ب.م ماتريكس. بناءً على سووت وسووت ماتريكس وإ.إي. ماتريكس نتائج تحليل البيانات التي أجرتها الباحثة على نتائج الاستبانة، يمكن استنتاج أن هناك تأثيرًا إيجابيًا وهامًا، ويمكن ملاحظة ذلك من مصفوفات إفاس وإيفاس، من اثني عشر مؤشر سووت بين المؤشرات. أبعاد القوة، والضعف، والفرص، والتحديات. يمكن ملاحظة ذلك من مصفوفة إفاس بقيمة إجمالية تبلغ 5,44 ومصفوفة إيفاس بقيمة إجمالية تبلغ 2,83 ومن نتائج تحليل ق.س.ب.م، فإن الإستراتيجية ذات الأولوية الأولى التي يجب تنفيذها هي إدارة إمكانات السائح وتحسينها يجب أن تكون عوامل الجذب متفوقة، وكذلك تحسين أداء مديري السياحة من خلال المرافق الاجتماعية الكاملة لدعم أنشطة الزوار المتزايدة. الاستراتيجية الثانية هي تحسين إمكانات وتفرد الأشياء السياحية لمواجهة المنافسة بين مناطق الجذب.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التنمية، السياحة الدينية، تحليل سووت.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	ii
ABSTRAC	iii
MALKHAS	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kegunaan Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Tinjauan Tentang Strategi.....	15
1. Pengertian Strategi.....	16
2. Fungsi Strategi.....	16
3. Tipe Strategi.....	16
B. Pengertian Pengembangan	17
C. Tinjauan Tentang Pariwisata	19

1. Pengertian Pariwisata.....	19
2. Potensi Wisata	20
3. Jenis-jenis Pariwisata.....	21
4. Pelaku Pariwisata.....	24
5. Dampak Pengembangan Pariwisata.....	25
6. Komponen Produk Pariwisata	26
7. Karakteristik Produk Pariwisata	27
8. Daya Tarik Wisatawan	29
9. Organisasi Pariwisata.....	30
10. Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian.....	30
D. Tinjauan Tentang Wisata Religi.....	33
1. Pengertian Wisata Religi	33
2. Fungsi Wisata Religi.....	34
3. Bentuk-bentuk Wisata Religi.....	34
4. Manfaat dan Tujuan Wisata Religi	35
5. Hukum Pariwisata Dalam Islam	36
6. Perbedaan Wisata Religi, Syariah, dan Halal	37
7. Fatwa DSN Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata... ..	38
8. Dalil Wisata	44
9. Hadis Nabi SAW yang Berkaitan Wisata.....	44
10. Pendapat Para Ulama Tentang Wisata.....	45
E. Tinjauan Tentang Masjid.....	45
1. Pengertian Masjid	45

2. Fungsi Masjid	46
3. Klarifikasi Masjid	46
F. Analisis SWOT	46
1. Pengertian Analisis SWOT	46
2. Jenis-Jenis Analisis SWOT	47
3. Kegunaan Analisis SWOT	49
4. Manfaat Analisis SWOT	49
5. Faktor-Faktor Analisis SWOT	50
6. Peranan Analisis SWOT dalam Organisasi	52
7. Matriks SWOT	54
G. Penelitian Relevan	55
H. Konsep Operasional	57
I. Kerangka Konseptual	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Jenis Penelitian	58
B. Tempat dan Waktu Penelitian	58
C. Subjek dan Objek Penelitian	59
D. Populasi dan Sampel	59
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	62
F. Teknik Pengolahan Data	64
G. Teknik Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	70

B. Deskriptif Data.....	85
C. Analisis Data.....	91
D. Pembahasan	104

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108

DAFTAR KEPUSTAKAAN

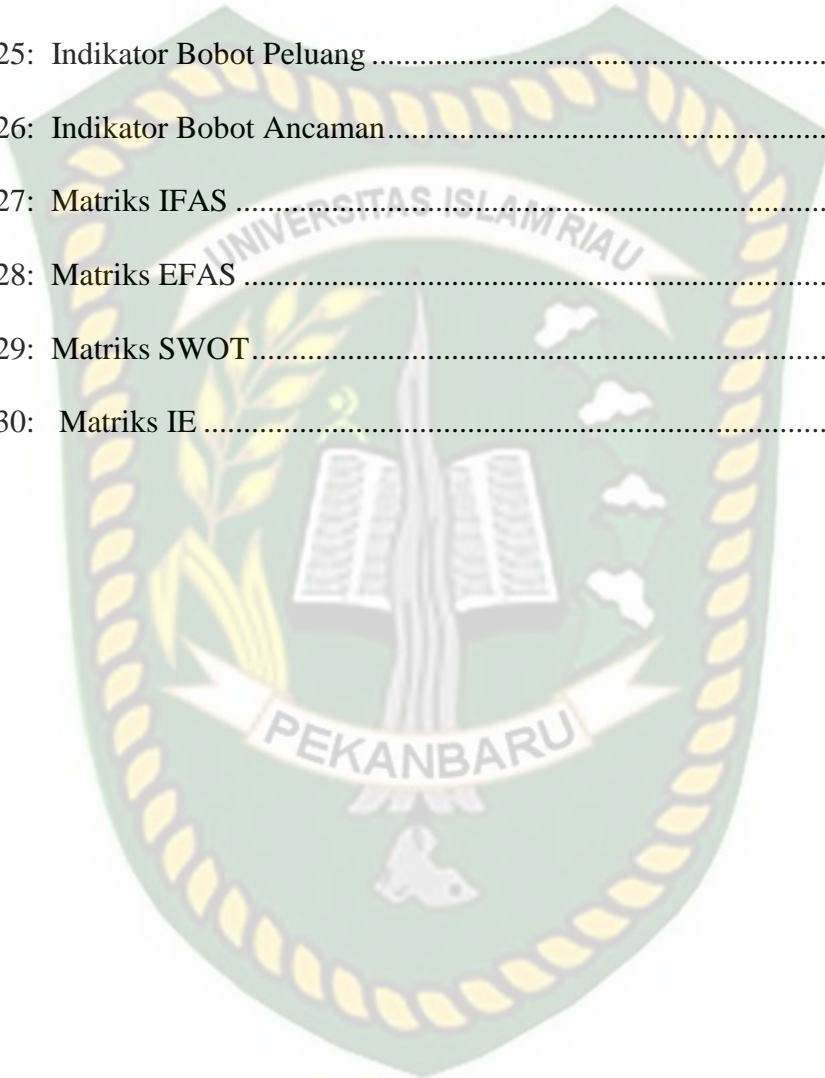
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Data Penduduk Beragama Islam Kota Pekanbaru	3
Tabel 2 : Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Pekanbaru	4
Tabel 3: Daftar Objek Pariwisata yang Terdapat di Pekanbaru	5
Tabel 4: Perbedaan Wisata Konvensional ,Religi, Syariah dan Halal	37
Tabel 5: Konsep Operasional	57
Tabel 6: Tempat dan Waktu Penelitian	58
Tabel 7: Ukuran Sampel Perkecamatan di Kota Pekanbaru	61
Tabel 8: Faktor-Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	66
Tabel 9: Faktor-Faktor Strategi Internal (IFAS)	66
Tabel 10: Matriks SWOT	67
Tabel 11: Matriks IE	68
Tabel 12 : Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif.....	69
Tabel 13: Petugas Imam Shalat Masjid Raya An-Nur	82
Tabel 14: Petugas Muadzin Masjid Raya An-Nur	82
Tabel 15: Jenis Kelamin Responden Masjid Raya An-Nur	85
Tabel 16: Umur Responden Masjid Raya An-Nur.....	85
Tabel 17: Pendidikan Responden Masjid Raya An-Nur	86
Tabel 18: Pekerjaan Responden Masjid Raya An-Nur	87
Tabel 19: Rekapitulasi Hasil Angket Kekuatan	87
Tabel 20: Rekapitulasi Hasil Angket Kelemahan	88
Tabel 21: Rekapitulasi Hasil Angket Peluang	89

Tabel 22: Rekapitulasi Hasil Angket Ancaman.....	90
Tabel 23: Indikator Bobot Kekuatan.....	93
Tabel 24: Indikator Bobot Kelemahan.....	94
Tabel 25: Indikator Bobot Peluang.....	94
Tabel 26: Indikator Bobot Ancaman.....	95
Tabel 27: Matriks IFAS.....	96
Tabel 28: Matriks EFAS.....	97
Tabel 29: Matriks SWOT.....	99
Tabel 30: Matriks IE.....	101



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau Sebelum di Renovasi	7
Gambar 2 : Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau Setelah di Renovasi	8
Gambar 3: Analisis SWOT	52
Gambar 4: Matriks SWOT	57
Gambar 5: Kerangka Konseptual	71
Gambar 6: Kubah Masjid Raya An-nur	75
Gambar 7: Menara Masjid Raya An-Nur	76
Gambar 8: <i>Main Entrance</i> Masjid Raya An-Nur	76
Gambar 9: Tangga Masjid Raya An-Nur	77
Gambar10: Ornamen dan Kaligrafi Masjid Raya An-Nur	77
Gambar11: Relung jendela Masjid Raya An-Nur	77
Gambar12: Mihrab Masjid Raya An-Nur	78
Gambar13: Tiang Masjid Raya An-Nur	78
Gambar14: Struktur Organisasi Masjid Raya An-Nur	79
Gambar15: Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)	102
Gambar16: Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif	102

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Usulan Judul
- Lampiran 2 : SK Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Pra Riset dari Universitas Islam Riau Fakultas Agama Islam
- Lampiran 4 : Surat Riset dari Universitas Islam Riau Fakultas Agama Islam
- Lampiran 5 : Balasan Surat Keterangan Riset Dari Masjid Raya An-Nur
Provinsi Riau
- Lampiran 6 : Surat Rekomendasi dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan
Terpadu Satu Pintu
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Penelitian dari Badan Kesatuan Bangsa Dan
Politik
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Balasan Riset dari Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Kota Pekanbaru
- Lampiran 9: Angket Penelitian
- Lampiran 10: Hasil Olahan Data Analisis SWOT
- Lampiran 11: Foto Dokumentasi Penelitian



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang memiliki keragaman agama dan budaya memiliki peninggalan sejarah dan tradisi yang terhubung dan tidak dapat dipisahkan dengan aspek-aspek keagamaan dan praktik religi masyarakat. Warisan budaya dan agama dengan keragaman suku, etnis, bahasa dan adat kebiasaan menjadi potensi dalam pengembangan pariwisata. Secara khusus, umat Islam sebagai mayoritas masyarakat di Indonesia tentunya memiliki keunikan yang menjadi ciri khas bangsa dengan destinasi pariwisata yang ada, seperti keraton, masjid, benda-benda pustaka, makam, sampai kuliner yang dimilikinya.

Pariwisata di Indonesia merupakan suatu aspek penting yang mempunyai potensi, kekayaan keelokan alam, budaya, dan sejarah dari suatu daerah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Pengelolaan potensi wisata di Indonesia, selain mendatangkan devisa pariwisata juga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia. Perekonomian masyarakat menjadi meningkat dikarenakan permintaan pasar untuk pengelolaan pariwisata melalui situs sejarah, wisata religi dan cinderamata yang menjadi buah tangan ciri khas suatu daerah.

Pengembangan kepariwisataan pada hakikatnya merupakan suatu upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan daya tarik yang terwujud dalam

bentuk kekayaan alam yang indah keragaman flora dan fauna, tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah dan purbakala. Pengembangan daya tarik wisata tersebut apabila dipadukan dengan pengembangan usaha pariwisata, seperti usaha perjalanan, penyediaan akomodasi dan transportasi wisata, akan dapat meningkatkan daya tarik bagi berkembangnya jumlah kunjungan wisatawan dan juga mendukung pengembangan daya tarik yang baru.

Negara Indonesia terkenal sebagai negara yang mempunyai banyak potensi wisata alam maupun budaya dapat menjadikan pariwisata sebagai salah satu industri yang berperan dalam devisa negara. Banyak objek wisata di Indonesia yang telah dikenal tidak hanya didalam negeri tetapi juga dimancanegara. Oleh karena itu pengembangan kepariwisataan di Indonesia dilakukan diseluruh daerah.

Polarisasi budaya dan praktik keagamaan muslim menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi negeri ini yang dikenal dengan wisata religi. Istilah wisata religi ini semakin berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, kemudian berubah menjadi istilah syari'ah dan beberapa tahun terakhir mengalami pergeseran istilah lagi menjadi wisata halal. Kedua istilah ini digunakan secara bersamaan karena memiliki substansi dan dimensi agama yang sama.

Wisata religi adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk meningkatkan amalan agama Islam sehingga strategi dakwah yang digunakan akan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat. Wisata religi ini seringkali diartikan dengan kegiatan yang berhubungan dengan keagamaan, sejarah, adat

istiadat, dan kepercayaan umat . (Rusby dkk,2018)

Jadi, pariwisata religi dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan muslim ketika bergerak dari suatu tempat ke tempat lain atau ketika berada disuatu tempat diluar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi Islam. Wisata religi menunjukkan aktivitas perjalanan dengan motivasi atau tujuan keagamaan yang dilakukan oleh umat beragama yang biasanya mengunjungi tempat-tempat suci agama atau tokoh agama.

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang identik dengan masyarakat melayu dan tentunya memiliki masyarakat yang memegang teguh nilai-nilai budaya dan kemanusiaan yang kuat. Sehingga tidak menutup kemungkinan Riau juga mampu untuk mengembangkan wisata religi, yang didukung banyaknya peninggalan-peninggalan melayu yang menjadi bukti bahwa Provinsi Riau mempunyai nilai sejarah yang tinggi. Dengan demikian, hal tersebut dapat dijadikan sebagai tolak ukurperkembangan wisata religi Provinsi Riau.

Jika dilihat dari data yang penulis terima bahwa masyarakat Kota Pekanbaru sebagian besar beragama Islam.Adapun data penduduk beragama Islam adalah sebagai berikut:

Tabel 1 : Data Penduduk Beragama Islam Kota Pekanbaru

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk		Jumlah Penduduk Islam	
		2019	2020	2019	2020
1	Sukajadi	47.320	47.754	40.277	40.647
2	Pekanbaru Kota	26.436	26.484	24.184	24.238
3	Sail	23.436	23.676	21.838	22.054
4	Lima Puluh	43.193	43.504	27.750	27.934
5	Senapelan	37.953	38.222	27.848	28.038

6	Rumbai	69.303	70.963	51.063	52.227
7	Bukit Raya	94.046	95.461	88.054	89.422
8	Tampan	184.111	118.805	171.493	175.873
9	Marpoyan Damai	130.672	132.740	120.074	122.008
10	Tenayan Raya	138.465	141.192	115.757	118.016
11	Payung Sekaki	95.337	96.903	60.827	61.804
12	Rumbai Pesisir	69.558	70.414	63.699	64.513
	Jumlah	959.830	976.118	812.864	826.744

Sumber: Data Olahan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pekanbaru 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Kota Pekanbaru sebagian besar mayoritas Islam. Dengan jumlah penduduk Islam pada tahun 2019 adalah 812.864 sedangkan pada tahun 2020 jumlah penduduk Islam sebanyak 826.744, oleh karena itu sudah sepatutnya Kementerian Pariwisata melihat hal ini dan dapat mengembangkan sektor wisata religi.

Jika dilihat dari data yang penulis terima dari lokasi penelitian yaitu kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kota Pekanbaru mengalami peningkatan yang signifikan. Berikut ini adalah data jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Pekanbaru pada tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 2:Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Pekanbaru Tahu 2016- 2020

No	Tahun	Jenis Wisatawan		Jumlah Keseluruhan Wisatawan
		Lokal	Mancanegara	
1	2016	557.500 orang	24.904 orang	582.404 orang
2	2017	563.254 orang	29.690 orang	592.944 orang
3	2018	604.406 orang	29.319 orang	633.725 orang
4	2019	605.500 orang	29.060 orang	634.060 orang
5	2020	366.325 orang	5.220 orang	371.545 orang

Sumber: Data Olahan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Tahun 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan lokal yang berkunjung ke Kota Pekanbaru dari tahun 2016 hingga tahun 2019 mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Sedangkan kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2019 hingga tahun 2020 tidak stabil terjadinya penurunan. Hal tersebut terjadi dikarenakan pada tahun 2019 terjadi bencana kabut asap yang melanda Kota Pekanbaru beberapa tahun terakhir sedangkan pada tahun 2020 terjadi penyebaran virus Corona atau COVID-19. Dengan adanya pengembangan potensi pariwisata di Kota Pekanbaru, diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Pekanbaru baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Kota Pekanbaru juga memiliki beberapa destinasi wisata syariah yang telah dikenal masyarakat setempat dan masyarakat luar kota Pekanbaru yaitu wisata religi Masjid Raya An-Nur, Masjid Senapelan, Wisata Dakwah Desa Okura, Balai Adat Riau, Danau Buatan Lembah Sari, dan Objek Wisata Kaca Mayang. Adapun daftar objek wisata Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

Tabel 3 : Daftar Objek Wisata Kota Pekanbaru

No	Jenis Wisata	Nama Objek Wisata
1.	Wisata Alam	a. Danau Buatan
		b. Alam Mayang
		c. Hutan Kota
		d. Taman Bunga Impian Okura
		e. Danau Bandar Kayangan
		f. Asia Farm
		g. Taman Wisata Love Revi
		h. Agrowisata Rumbai
2.	Wisata Budaya	a. Bandar Serai
		b. Rumah Tuan Kadi
		c. Rumah Tenun
		d. Balai Adat Melayu Riau
3.	Wisata Bisnis	a. Pasar Bawah
		b. Plaza Senapelan

		c. Plaza Sukaramai
		d. Mall Ciputra
		e. Mall SKA
		f. Living World
		g. Transmart
		h. Mall Pekanbaru
4.	Wisata Sejarah	a. Museum Sang Nila
		b. Dekranasda Riau
		c. Tugu Titik Nol
		d. Momen Pahlawan Kerja
		e. Istana Hinggap
		f. Rumah Bekas Tentara Jepang
		g. Prasasti Pengibaran Bendera Merah Putih
5.	Wisata Religi	a. Masjid Raya An-Nur
		b. Masjid Raya Senapelan
		c. Makam Marhum
		d. Wisata Dakwah Oukura
		e. Masjid Ar-Rahman
6.	Wisata Olahraga	a. Rumbai Golf Club
		b. Labersa Golf
		c. Riau Main Stadion

Sumber : Data Olahan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat beberapa objek wisata yang dapat dikunjungi di Kota Pekanbaru. Namun sampai saat ini yang ramai dikunjungi adalah objek wisata bisnis seperti Pasar Bawah, Plaza Senapelan, Plaza Sukaramai, Mall Ciputra, Mall Pekanbaru, Mall SKA, Living Word, dan Transmart. Sementara itu untuk wisata religi belum banyak diketahui oleh masyarakat Riau khususnya masyarakat Pekanbaru sendiri bahwa tanpa kita sadari wisatawan dari luar negeri yang banyak mengunjungi wisata religi ke kota bertuah. Kota Pekanbaru mempunyai potensi wisata religi yang memiliki nilai-nilai sejarah melayu Islam yang kuat ini dibuktikan dengan peninggalan sejarah.

Salah satu wisata religi yang ada di Provinsi Riau kota Pekanbaru adalah Masjid Raya An-Nur. Masjid Raya An-Nur berdiri pada tanggal 17 Rajab 1388 H atau bertepatan dengan tanggal 19 Oktober 1968. Masjid Raya An-Nur

diresmikan oleh Arifin Ahmad, Gubernur Riau waktu itu dan tahun 2000 pada masa Gubernur Shaleh Djasit masjid ini direnovasi secara besar-besaran. Masjid Raya An-Nur Riau yang kita saksikan begitu megah saat ini bukanlah bangunan asli pembangunan tahun 1966 dan diresmikan pada tahun 1968, merupakan bangunan hasil renovasi total dan pembangunan kembali dari Masjid Raya An-Nur yang lama. Dipergantian milenium tahun 2000 lalu, pada saat Riau di bawah kepemimpinan Gubernur Shaleh Djasit, Masjid Raya An-Nur yang lama di rombak total ke bentuknya saat ini bahkan Stadion Hang Tuah ikut diratakan demi perluasan pembangunan ini.

Adapun gambar Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau sebelum direnovasi adalah sebagai berikut:

Gambar 1 : Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau Sebelum di Renovasi



Sumber: [www. Lancanguning.com](http://www.Lancanguning.com)

Dari pembangunan tahun 2000 tersebut luas lahan masjid ini di tambah tiga kali lipat dari sebelumnya yang hanya luas 4 hektar menjadi 12,6 hektar. Luasnya lahan masjid baru ini memberikan keleluasan bagi penyediaan lahan terbuka untuk publik Pekanbaru termasuk di dalam kawasan tanaman hijau dan lahan parkir yang begitu luas. Dalam sejarahnya Masjid Raya An-Nur pernah menjadi kampus bagi Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Sultan Syarif Kasim Pekanbaru di awal pendirinya hingga tahun 1973. IAIN Sultan Syarif Kasim kini menjadi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Pekanbaru.

Bila kita amati arsitektur Masjid Raya An-Nur memang memiliki beberapa kesamaan dengan Taj Mahal. Arsitektur Masjid Raya An-Nur ini dirancang oleh Ir Roseno dengan ukuran 50m x 50m yang terletak dalam suatu perkembangan yang luasnya 400m x 200m. Kapasitas masjid dapat menampung sekitar 4.500 orang jamaah. Bangunan Masjid Raya An-Nur terdiri dari tiga tingkat, tingkat atas digunakan untuk shalat dan tingkat bawah digunakan untuk kantor dan ruangan pertemuan. Adapun gambar Masjid Raya An-Nur setelah di renovasi adalah sebagai berikut:

Gambar 2: Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau Setelah di Renovasi



Sumber : <https://tripadvisor.co.id>

Masjid ini mempunyai 3 buah tangga, 1 buah tangga di bagian muka dan dua buah tangga dibagian samping. Dibagian atas terdiri dari 13 buah pintu dan bagian bawah terdiri dari 4 buah pintu dan mempunyai kamar-kamar yang besar dan sebuah aula. Sedangkan tulisan kaligrafi yang terdapat dalam ruangan masjid ini ditulis oleh seorang kaligrafer bernama Azhari Nur dari Jakarta, pada tahun 1970. Lantai bawah masjid merupakan sekretariat pengurus masjid, manajemen,

remaja masjid serta ruang-ruang kelas tempat pelaksanaannya pendidikan Islam. Masjid Raya An-Nur Riau juga dilengkapi dengan eskalator penghubung antara lantai satu dan dua.

Masjid Raya An-Nur juga dilengkapi oleh bermacam fasilitas seperti pendidikan mulai dari pelayanan, TK, SD, SMP, SMA, perpustakaan yang lengkap dan terdapat fasilitas lain seperti aula, ruang pertemuan, ruang kelas dan ruang kantor. Selain itu, Masjid Raya An-Nur memiliki Radio Penyiaran Komunitas bernama LPK An-Nur FM dengan frekuensi 107.7 MHz. Bagi masyarakat Pekanbaru, bisa menjalankan ritual agama Islam di masjid termegah ini, setiap harinya masjid ini selalu dipenuhi masyarakat yang beribadah. Sementara diperkarangan masjid yang cukup luas, setiap pagi dan petang dimanfaatkan masyarakat untuk tempat bersantai dan berolahraga dengan menggunakan baju yang sopan.

Infrastruktur ini menjadi salah satu sorotan utama Gubernur Riau Syamsuar ditahun 2020 dan salah satunya ialah rencana pengembangan kawasan Masjid Raya An-Nur Pekanbaru yang tidak hanya sekedar tempat beribadah, namun juga sebagai tempat wisata religi. Gubernur Riau Syamsur menentukan ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan untuk mengembangkan masjid termegah yang menjadi kebanggaan masyarakat di Bumi Lancang Kuning tersebut. Beberapa zonasi kawasan yang kurang tertata baik sehingga fungsi ruangan dan kawasan menjadi sangat mengganggu penglihatan arah masjid dan bangunan TK letaknya cukup jauh dengan SD, SMP dan SMA dalam kawasan Masjid (Situsriau.com).

Akses masuk Masjid Raya An-Nur yang terpusat pada 1 pintu masuk disisi sebelah selatan, akses motor dan mobil tergabung bus atau kendaraan besar lainnya tidak dapat masuk ke dalam kawasan masjid tidak ada gerbang masuk kawasan yang memunculkan karakteristik kawasan Islami. Masih banyak ruang kosong yang bisa dimanfaatkan sebagai fasilitas penunjang kawasan lainnya, serta tidak tersedianya tempat untuk melakukan kegiatan ekonomi berbisnis syariah dalam kawasan masjid. Kemudian fasilitas kamar mandi atau toilet masjid yang kondisinya rusak maupun tidak berfungsi.

Dari penjelasan di atas maka diperlukannya pengembangan objek wisata religi di Pekanbaru agar dapat bermanfaat lebih optimal dan dapat memberikan pendapatan tambahan bagi masyarakat setempat yang berada di sektor wisata tersebut. Objek wisata religi Masjid Raya An-Nur Pekanbaru yang sudah lama adamasih memerlukan pengembangan dan perawatan dari pihak pariwisata. Berbicara tentang pengembangan objek wisata religi tidak terlepas dari upaya masyarakat Pekanbaru, khususnya Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Upaya Dinas Pariwisata Provinsi Riau yang sangat diperlukan masyarakat untuk membangun, mempromosikan, dan menyiapkan tempat untuk para wisatawan yang akan datang mengunjungi destinasi-destinasi wisata religi yang ada di Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mempelajari dan mengkaji relevansi Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Oleh karena itu penulis mengangkat persoalan ini dalam bentuk penelitian dengan judul “ **Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau** “.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

D. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan referensi mengenai ilmu pengetahuan dibidang wisata religi bagi pelaku usaha wisata khususnya wisata religi.
2. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan referensi kepustakaan mengenai ilmu pengetahuan dibidang wisata religi dikalangan masyarakat luas.
3. Masyarakat umum dan lembaga yang terkait dengan adanya wisata religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gagasan singkat mengenai masalah bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penulis mengungkap penguraian sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini merupakan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah

Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Serta Sistematika Penulisan.

BAB II :LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang kajian yang digunakan dalam

mendukung penelitian skripsi ini yang meliputi Pengertian Strategi, Fungsi Strategi, Tipe Strategi, Pengertian Pengembangan, Pengertian Pariwisata, Potensi Wisata, Jenis-jenis Pariwisata, Pelaku Wisata, Dampak Pengembangan Pariwisata, Komponen Produk Pariwisata, Karakteristik Produk Pariwisata, Daya Tarik Wisatawan, Organisasi Pariwisata, Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian, Pengertian Wisata Religi, Fungsi Wisata Religi, Bentuk-bentuk Wisata Religi, Manfaat dan Tujuan Wisata Religi, Hukum Pariwisata Dalam Islam, Perbedaan Wisata Religi, Syariah, dan Halal, Fatwa DSN Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata, Dalil Wisata, Hadis Nabi SAW Yang Berkaitan Dengan Wisata, Pendapat Para Ulama Tentang Wisata, Pengertian Masjid, Fungsi Masjid, Klarifikasi Masjid, Pengertian Analisis SWOT, Jenis-jenis Analisis SWOT, Kegunaan Analisis SWOT, Manfaat Analisis SWOT, Faktor-faktor Analisis SWOT, Penerapan Analisis SWOT dalam Organisasi, Matriks SWOT, Contoh Analisis SWOT, Penelitian Relevan, Konsep Operasional, Kerangka Konseptual.

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai Jenis Penelitian, Waktu dan Tempat penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan Data,

Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan penjelasan mengenai Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Deskripsi Data, Analisis Data, dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan penjelasan mengenai Kesimpulan dan Saran

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN





Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata “Strategi” berasal dari bahasa Yunani, *strategos* yang memiliki arti sesuatu yang dikerjakan oleh jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clauswitz. Maka tidak diherankan apabila istilah strategi digunakan pertama kali dalam dunia militer.

Secara umum, strategi di definisikan sebagai suatu cara untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Clauswitz (2013) dalam Yunus (2016:10) strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Pembentukan strategi adalah kombinasi dari dua proses utama sebagai berikut:

- a. Melakukan analisis situasi, evaluasi diri dan analisis pesaing baik internal maupun eksternal baik lingkungan mikro maupun lingkungan makro.
- b. Tujuan ini harus bersifat paralel dalam rentang waktu jangka pendek dan juga jangka panjang. Maka di dalamnya juga termasuk pernyataan.

- c. Visi dan misi, tujuan perusahaan secara umum, tujuan unit bisnis strategis dan tujuan taktis. (Yunus, 2016:11-12)

2. Fungsi Strategi.

Menurut Assauri (2016:7) fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif.

Maka ada enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan yaitu :

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain atau anggota.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan ketentuan atau keunggulan organisasi dengan peluang dan lingkungannya.
- c. Menghasilkan dan membangkitkan sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- d. Mengkoordinasikan serta mengarah kegiatan dan aktivitas organisasi yang akan dilaksanakan kedepan.
- e. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

3. Tipe Strategi

Menurut Rangkuti (2014:6) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi sebagai berikut:

- a. Strategi manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalkan strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi pengembangan pasar dan sebagainya.

- b. Strategi investasi, meliputi kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalkan apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif, strategi bertahan dan lain sebagainya.
- c. Strategi bisnis, ialah strategi yang berorientasi pada fungsi- fungsi kegiatan manajemen. Misalnya strategi pemasaran, strategi produk, strategi distribusi dan sebagainya. keuangan dan usaha sebagai lembaga pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- d. Membentuk dan memfasilitasi serta memberikan pembinaan terutama pada aspek kelembagaan dan pengembangan usaha.
- e. Mengembangkan potensi ekonomi unggulan dengan karakteristik kampung atau kelurahan.
- f. Mendorong terwujudnya keterpaduan peran dan kemitraan antar dinas atau instansi provinsi dan kabupaten atau kota maupun sebagai pelaku lainnya.

B. Pengertian Pengembangan

Menurut Pahlevi (2018:19) hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah menjadi suatu daerah tujuan wisata agar dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi tugas syarat yaitu:

- a. Daerah itu harus mempunyai *something to see* artinya ada sesuatu yang menarik untuk dilihat dan disaksikan serta menyediakan fasilitas rekreasi agar wisatawan tertarik untuk berkunjung.
- b. Didaerah tersebut harus tersedia *something to do* artinya adanya suatu aktivitas kegiatan wisatawan yang dapat dilakukan didaerah wisata maupun

desa budaya. Misalnya *event* khusus berupa ritual atau kegiatan yang boleh diikuti masyarakat umum.

- c. Didaerah tersebut harus tersedia *something to buy* yaitu terdapat suatu souvenir khas yang dapat dibeli di daerah wisata sebagai kenang-kenangan atau oleh-oleh.

Menurut Bafadhal (2018:12-15) objek wisata harus memiliki unsur-unsur yang penting agar wisatawan dapat menikmati perjalanan wisatawannya yaitu :

1. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi adalah unsur- unsur dalam suatu produk yang menarik keputusan yang dibuat oleh wisatawan untuk mengunjungi satu tujuan tertentu dari pada tujuan yang lain.

2. Fasilitas (*Facility*)

Fasilitas merupakan dasar penunjang tercapainya kegiatan pariwisata yangperlu disediakan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan saat melakukan kegiatan kunjungan pada suatu destinasi.

3. Infrastruktur

Yang termasuk infrastruktur penting dalam pariwisata adalah:

- a. Sistem pengairan atau air
- b. Sumber listrik dan energi
- c. Jaringan komunikasi
- d. Sistem pembuangan kotoran atau pembuangan air
- e. Jasa-jasa kesehatan

f. Jalan-jalan/ jalan raya.

4. Transportasi (*Transportation*)

Transportasi merupakan unsur penting yang harus ada diobjek wisata. Karena seperti apapun objek wisata yang bisa ditawarkan akan sulit menarik wisatawan jika lokasi mereka tidak dapat diakses oleh sarana transportasi . untuk mencapai tujuannya, wisatawan dapat menggunakan beberapa transportasi seperti mobil, motor, pesawat terbang, kapal dan lain sebagainya.

5. *Hospitality* (keramah tamahan)

Wisatawan merupakan orang yang sedang berada dilingkungan yang baru dan belum mereka kenal, maka sifat asli keramah tamahan menjadi salah satu unsur yang penting dalam rangka membuat suatu objek wisata menarik bagi wisatawan.

C. Tinjauan Tentang Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Perjalanan wisata biasa disebut *tour*, sekarang lazim ditulis dengan bahasa Indonesia *tour* atau *tur*. Dari sudut pandang perusahaan perjalanan (*tour organizer*), *tour* diartikan sebagai suatu perjalanan yang diselenggarakan oleh perusahaan perjalanan dengan pemanfaatan waktu yang efisien untuk memperoleh kesenangan dan kepuasan atas perjalanan. (Nurita, 2014: 6).

Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata, yaitu kata “ pari” berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata

“wisata” yang bermakna perjalanan (Utama, 2017:131).

Pariwisata mengandung tiga unsur antara lain: **manusia**, yakni unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata **tempat**, yakni unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri dan **waktu**, yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam ditempat tujuan. Jadi, definisi pariwisata adalah salah satu dari industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain didalam negara penerima wisatawan .

2. Potensi Wisata

Potensi wisata adalah berbagai sumber daya tarik yang terdapat disebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Dengan kata lain, potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tahap memperhatikan aspek-aspek lainnya. (Laksana,2020:13)

Menurut Pearce dalam (Masrurun,2020:9) menyebutkan faktor-faktor lokasional yang mempengaruhi potensi objek wisata yaitu:

- a. Kondisi fisis
- b. Atraksi dan objek wisata
- c. Aksebilitas
- d. Pemilikan dan penggunaan lahan.
- e. Sarana dan prasarana

f. Masyarakat

3. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Utama (2017:145) jenis-jenis pariwisata tersebut adalah :

a. Wisata Budaya

Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau untuk mengetahui keadaan rakyat disuatu wilayah , mengetahui kebiasaan atau adat istiadat, cara hidup, serta mempelajari budaya dan keseniannya.

b. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih-lebih di danau, pantai, teluk, atau laut seperti pemancing, berlayar dan lain sebagainya.

c. Wisata Cagar Alam

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan lain sebagainya.

d. Wisata MICE

MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan berupa usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran. Contohnya seperti *meeting*.

e. Wisata Agro

Filosofi agrowisata adalah meningkatkan pendapatan kaum tani, dan meningkatkan kualitas alam pedesaan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan kualitas alam pedesaan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan sebagai hunian yang berkualitas.

f. Wisata Baru

Wisata baru ini diatur dalam bentuk safari baru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negara di Afrika untuk berburu gajah, singa, dan sebagainya.

g. Wisata Ziarah

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah istiadat dari kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci .

Menurut Arjana (2016: 96), mengemukakan berbagai jenis pariwisata dilihat dari berbagai aspek, sesuai sifat dan dimensi pariwisata seperti yang di kemukakan berikut ini:

1. Jenis Pariwisata Menurut Tata Letak
 - a. Pariwisata lokal, perjalanan wisata jarak dekat seperti piknik keluar kota.
 - b. Pariwisata nasional, adalah dinamika perjalanan wisata dalam suatu negara.
 - c. Pariwisata mancanegara, meliputi wisatawan yang berwisata ke luar negeri.
2. Jenis Pariwisata Menurut Dampak Pada Devisa
 - a. Pariwisata aktif, wisatawan yang masuk ke suatu negara, jenis ini

dikembangkan untuk mengumpulkan devisa.

- b. Pariwisata pasif, warga negara sendiri sebagai wisatawan melakukan perjalanan ke luar negeri.
3. Jenis Pariwisata Menurut Waktu Kunjungan
 - a. Pariwisata musiman, seperti wisata musim dingin yang bersalju, wisata musim panas untuk mandi matahari atau wisata petik buah dan sebagainya.
 - b. Pariwisata okasional, orang-orang yang melakukan perjalanan wisata karena adanya daya tarik penyelenggaraan suatu kegiatan tertentu.
4. Jenis Pariwisata Menurut Tujuan
 - a. Pariwisata bisnis, perjalanan yang bertujuan menyelesaikan urusan bisnis
 - b. Pariwisata liburan
 - c. Pariwisata pendidikan, seperti *study tour* atau widya wisata
 - d. Pariwisata spiritual atau keagamaan
5. Jenis-jenis Pariwisata Menurut jumlah wisatawan
 - a. Pariwisata individu
 - b. Pariwisata berombongan
6. Jenis Pariwisata Menurut Biaya
 - a. Pariwisata mewah
 - b. Pariwisata kesehatan
 - c. Pariwisata perdagangan
 - d. Pariwisata olahraga
 - e. Pariwisata politik
 - f. Pariwisata spiritual

- g. Pariwisata alam
- h. Pariwisata syariah
- i. Wisata laut
- j. Wisata ruang angkasa sebagai wisata masa depan.

4. Pelaku Pariwisata

Zeanuri (2012:71-76) Menyatakan bahwa pihak-pihak yang dapat berperan sebagai pelaku wisata adalah sebagai berikut:

a. Wisatawan

Wisatawan adalah pelaku kegiatan pariwisata. Tujuan wisatawan melakukan aktivitas ini adalah untuk memperoleh kesenangan hidup dengan cara menikmati sesuatu yang ada ditempat yang dikunjunginya yang membuatnya senang tanpa memikirkan imbalan atau bersifat sukarela.

b. Pendukung Jasa Wisata

Pendukung jasa wisata adalah usaha yang memproduksi barang atau jasa yang bukan secara khusus ditunjukkan untuk wisatawan, tetapi dapat digunakan untuk mendukung pelayanan kepada wisatawan sehingga wisatawan mendapatkan layanan yang berkualitas dan sesuai dengan apa yang dibutuhkannya.

c. Pemerintah

Pemerintah sangat berperan penting dalam pengembangan pariwisata bahkan memiliki tanggung jawab dalam hal berikut:

- a. Peraturan tata guna lahan pengembangan kawasan pariwisata.
- b. Perlindungan terhadap lingkungan alam dan budaya.

- c. Penyediaan infrastruktur pariwisata.
- d. Kebijakan fasilitas fiscal, pajak, kredit dan izin usaha.
- e. Keamanan dan kenyamanan berwisata.
- f. Jaminan kesehatan.

5. Dampak Pengembangan Pariwisata

Kepariwisataan sangat berperan dalam menambah pemasukan devisa negara dan juga memperluas kesempatan kerja serta pemerataan pendapatan. Hampir setiap tahunnya arus wisatawan menunjukkan peningkatan peluang yang cerah pada masa yang akan datang. (Arif, 2018)

Menurut Judisseno (2017: 9-10) pengembangan pariwisata memiliki dampak positif dan dampak negatif:

- a. Dampak Positif
 1. Pariwisata sebagai salah satu sumber penerimaan devisa suatu negara.
 2. Pariwisata sebagai sumber terbukanya kesempatan kerja baik yang terlihat secara langsung maupun tidak langsung.
 3. Pariwisata bermanfaat untuk mengatasi kemiskinan.
 4. Kontribusi pajak bagi negara dan sektor pariwisata.
 5. Pariwisata sebagai ilmu pengetahuan mendorong tumbuhnya berbagai perguruan tinggi dan sekolah-sekolah dengan jurusan dibidang pariwisata.
 6. Terjadinya pertukaran budaya antara wisatawan dan penduduk lokal.
 7. Pembangunan destinasi pariwisata secara tidak langsung dinikmati oleh penduduk lokal.
 8. Pendistribusian pembangunan infrastruktur ke desa-desa yang dijadikan

objek wisata secara tidak langsung memberikan manfaat bagi sektor ekonomi lainnya.

9. Pariwisata secara tidak langsung merupakan media yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan seni, budaya, dan sejarah bangsa sebagai kearifan lokal.

b. Dampak Negatif

1. Kemungkinan terjadinya penyimpangan sosial, seperti perjudian, prostitusi, alkohol, dan narkoba.
2. Terjadinya pergeseran nilai masyarakat dari pekerja pertanian pelayanan.
3. Penggunaan dan penggalian sumber daya alam yang berlebihan.
4. Meningkatnya populasi dan kebisingan di sentra-sentra wisata.
5. Maraknya diskotek dan tempat-tempat hiburan malam yang dapat meningkatkan jumlah penderita HIV/AIDS.
6. Meningkatnya kegiatan terorisme akibat kecemburuan sosial antara kehidupan wisatawan asing yang terkesan glamor dan penduduk lokal.

6. Komponen Produk Pariwisata

Produk pariwisata menurut Sasmito (2020:114) telah merumuskan komponen-komponen yang terdapat dalam produk wisata, yaitu:

- a. *Atraksi*, adalah nilai keunikan objek wisata, hal ini dapat berupa budaya, kelestarian alam baik yang alami atau buatan, festival seni dan lain-lain.
- b. *Aksesibilitas*, adalah kemudahan untuk mencapai tempat wisata.

- c. *Amenities*, adalah sarana dan prasarana untuk mendapatkan kenangan. Segala bentuk fasilitas seperti akomodasi, kebersihan, kenyamanan, dan keamanan.
- d. *Networking*, adalah jaringan kerjasama yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan baik lokal, nasional dan internasional.

7. Karakteristik Produk Pariwisata

Menurut Bafadhal (2018:15-20) produk pariwisata memiliki beberapa karakteristik umum diantaranya:

- a. Tidak Berwujud

Produk pariwisata biasanya berupa layanan jasa yang sifatnya tidak berbentuk konkrit, namun bisa dirasakan dan sanggup memenuhi kebutuhan wisatawan. Hal ini dikarenakan produk pariwisata tidak bisa dilihat, didengar, diraba, atau dicium sebelum adanya transaksi pembelian.

- b. Keterlibatan Psikologis

Nilai jual utama produk pariwisata yang besar adalah kepuasan psikologis konsumen yang berasal dari pengalaman penggunaannya. Seorang wisatawan memperoleh pengalaman ketika berinteraksi dengan lingkungan baru dan pengalamannya membantu menarik dan memotivasi pelanggan potensial.

- c. Produk Komosit

Produk wisata mencakup pengalaman lengkap kunjungan ke tempat tertentu, dan banyak penyediaan kontribusi pada pengalaman ini. Misalnya, pesawat terbang memungkinkan transportasi wisatawan, hotel menyediakan

kamar kamar dan restoran , agen perjalanan membuat pemesanan untuk menginap tamasya, pengelola objek wisata menyediakan atraksi utama yang menarik wisatawan berkunjung pada suatu destinasi.

d. Tidak ada produk identik

Produk pariwisata sangat beragam, bervariasi, berbeda dan memiliki kekhasan satu sama lainnya sehingga tidak ada produk yang benar-benar mirip dan sama. Pariwisata bukanlah produk homogen karena cenderung bervariasi spesifikasi, standar dan kualitasnya tidak akan sama secara detail dari waktu ke waktu.

e. Tidak dapat dipindahkan

Produk pariwisata tidak dapat disimpan karena bersifat tidak berwujud sangat mudah berubah atau hilang agen perjalanan yang menjual produk wisata tidak bisa menyimpannya. Produksi hanya bisa terjadi jika nasabah benar- benar hadir . jika produk tetap tidak terpakai, kemungkinan akan hilang .

f. Tidak dapat dicoba

Wisatawan hanya dapat melihat dari brosur, poster, tv atau tayangan film yang sengaja dibuat untuk mempromosikan suatu produk wisata tertentu.

g. Proses produk dan proses konsumsi berlangsung bersamaan

Proses produksi dan konsumsi produk pariwisata umumnya terjadi pada tempat dan pada saat yang sama. Tanpa adanya wisatawan maka tidak akan terjadiproses produksi produk wisata.

h. Mengandalkan Keterampilan Manusia

Produk wisata masih banyak bergantung pada keterampilan manusia dan sedikit menggunakan mesin. Meskipun dalam perkembangan teknologi saat ini secara perlahan terjadi pergeseran dimana produk pariwisata beberapa dapat diproduksi menggunakan teknologi *self-service* sistem otomatis dan kecerdasan bantuan umum diyakini peran manusia tidak sepenuhnya dapat tergantikan.

i. Memiliki Resiko Besar

Resiko yang terlibat dalam penggunaan produk pariwisata meningkat karena harus dibeli bersamaan dengan dikonsumsi. Unsur biaya kesempatan selalu hadir dalam konsumsinya.

j. Tidak adanya Transfer Kepemilikan

Saat membeli mobil, kepemilikan mobil ditransfer ke konsumen tetapi tidak begitu dengan lukisan dalam museum, festival, taman rekreasi, kamar hotel, tiket pesawat dan lain sebagainya.

k. *Marketable*

Produk pariwisata dipasarkan didua tingkat. pada tingkat pertama, organisasi nasional dan atau regional terlibat untuk meyakinkan calon wisatawan untuk mengunjungi negara tersebut. Pada tingkat kedua, berbagai perusahaan ataupun individu penyedia layanan wisata, memasarkan produk mereka sendiri dari berbagai produk wisata untuk membujuk calon wisatawan mengunjungi destinasi tersebut.

8. Daya Tarik Wisatawan

Suatu objek daya tarik wisata pada prinsipnya harus memiliki tiga

persyaratan berikut, yakni *something to see* (ada yang dilihat), *something to do* (ada yang dikerjakan), dan *something to buy* (ada yang dibeli/ souvenir). (Utama, 2017:141).

Objek atau daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga:

- a. Objek wisata alam: laut, pantai, gunung, danau, dan lain sebagainya.
- b. Objek wisata budaya: upacara kelahiran, tari-tari tradisional, pakaian adat, upacara laut, upacara turun ke sawah, cagar budaya, dan lain sebagainya.
- c. Objek wisata buatan : sarana dan fasilitas olahraga, permainan, hiburan, ketangkasan, taman rekreasi, taman nasional dan lain sebagainya.

9. Organisasi Pariwisata

Organisasi pariwisata adalah suatu badan yang langsung bertanggung jawab terhadap perumusan dan kebijakan kepariwisataan dalam lingkup nasional. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab tentang maju mundurnya pariwisata di suatu negara, lembaga ini juga bertanggung jawab tentang pembinaan, perencanaan, pengembangan dan promosi kepariwisataan baik dalam lingkup lokal, nasional dan internasional. Bertanggung jawab untuk mengadakan penelitian memperbaiki produk dan mengembangkan produk baru sesuai dengan ketentuan. (Utama,2017:142).

10. Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian

Menurut Utama (2017: 11-19) terdapat beberapa dampak pariwisata terhadap perekonomian adalah sebagai berikut:

- a. Dampak Positif
 1. Pertukaran valuta asing

Pengeluaran sektor pariwisata akan menyebabkan perekonomian masyarakat lokal meronta dan menjadi stimulus berinvestasi dan menyebabkan sektor keuangan bertumbuh seiring bertumbuhnya sektor ekonomi lainnya.

2. Pendapatan pemerintah

Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni kontribusi langsung dan kontribusi tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dan para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada kawasan wisata yang diterima langsung pariwisata terhadap pendapatan suatu destinasi. Sedangkan kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap pendapatan pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang yang diimpor dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung.

3. Penyerapan tenaga kerja

Pada beberapa negara yang telah mengembangkan sektor pariwisata, terbukti bahwa sektor pariwisata secara internasional berkontribusi nyata terhadap pencapaian peluang kerja, penciptaan usaha-usaha terkait pariwisata seperti usahaakomodasi, restoran, taksi, dan usaha kerajinan seni *souvenir*.

4. Pembangunan infrastruktur

Berkembangnya sektor pariwisata juga dapat mendorong pemerintah lokal untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi, transportasi umum dan fasilitas pendukung lainnya.

5. Peningkatan perekonomian masyarakat

Pendapatan sektor pariwisata sering kali digunakan untuk mengukur nilai ekonomi pada suatu kawasan wisata. Sementara ada beberapa pendapatan lokal sangat sulit untuk dihitung karena tidak semua pengeluaran wisatawan dapat diketahui dengan jelas, seperti penghasilan para pekerja informal seperti sopir tidak resmi, pemandu wisata tidak resmi dan lain sebagainya.

6. Pengaruh negatif

a. Kebocoran

Kebocoran dalam pembangunan pariwisata dikategorikan menjadi dua jenis kebocoran, yaitu kebocoran impor dan kebocoran ekspor. Biasanya kebocoran impor terjadi ketika terjadinya permintaan terhadap peralatan-peralatan yang berstandar internasional yang digunakan dalam industri pariwisata, nahan makanan dan minuman impor yang tidak mampu disediakan oleh masyarakat lokal .

b. Kecolongan

Kecolongan sering dikaitkan dengan sebuah destinasi wisata yang dianggap hanya sebagai tempat persinggahan.

c. Biaya infrastruktur

Tanpa disadari ternyata pembangunan sektor pariwisata yang berstandar internasional dapat menjadi beban biaya tersendiri bagi pemerintah dan akibatnya cenderung akan dibebankan pada sektor pajak untuk membangun infrastruktur tersebut, pendapatan sektor pajak harus digantikan.

d. Inflasi

Peningkatan permintaan terhadap barang dan jasa dari wisatawan akan menyebabkan meningkatnya harga secara beruntun, inflasi yang pastinya akan berdampak negatif bagi masyarakat lokal yang dalam kenyataannya tidak mengalami peningkatan pendapatan secara profesional.

e. Ketergantungan ekonomi

Keanekaragaman industri dalam sebuah perekonomian menunjukkan seberapasehatnya sebuah negara. Jika ada sebuah negara yang hanya menggantungkan perekonomiannya pada salah satu sektor tertentu seperti pariwisata misalnya, akan menjadikan sebuah negara menjadi tergantung pada Sektor pariwisata sebagai akibatnya keretakan ekonomi menjadi sangat tinggi.

f. Kesenjangan musiman

Dalam industri pariwisata, dikenal adanya musim-musim tertentu, seperti misalnya musim ramai *high season* dimana kedatangan wisatawan akan mengalami puncaknya, tingkat hunian kamar mendekati maksimal dan kondisi ini akan berdampak meningkatnya pendapatan bisnis pariwisata. Sementara dikenal juga musim *low season* dimana kondisi ini rata-rata tingkat hunian kamar tidak sesuai dengan harapan para pebisnis sebagai dampaknya pendapatan industri pariwisata juga menurun hal ini yang sering disebut “*problem seasonal*”.

D. Tinjauan Tentang Wisata Religi

1. Pengertian Wisata Religi

Wisata religi adalah suatu yang berkaitan erat dengan aktivitas ataupun

tempat khusus yang berhubungan dengan aspek religi keagamaan. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata yang memiliki makna khusus bagi umat beragama tertentu. Tempat tempat ini dapat berupa tempat ibadah dan tempat bersejarah maupun makam.

Wisata religi adalah perjalanan yang dilakukan untuk meningkatkan amalan agama sehingga strategi dakwah yang digunakan akan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat. Wisata berulang kali diartikan dengan agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.

Wisata religi lebih mengarahkan kepada wisata ziarah. Ziarah memiliki arti yaitu kunjungan kepada orang yang telah meninggal. Kegiatannya pun lazim disebut dengan ziarah kubur. (Rusby, Vol.15:2018)

2. Fungsi Wisata Religi

Wisata religi dilakukan untuk mengambil pelajaran dan sejarah peradaban manusia untuk membuka hati seseorang sehingga menumbuhkan rasa kesadaran bahwa hidup didunia ini tidaklah selamanya.

Wisata pada hakikatnya adalah perjalanan untuk memperlihatkan tanda-tanda kekuasaan yang dimiliki oleh Allah serta menanamkan kepercayaan akan adanya tanda-tanda kebesaran Allah sebagai bukti ditunjukkannya berupa ayat-ayat dalam Al-Qur'an

3. Bentuk-bentuk Wisata Religi

Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus, biasanya tempat tersebut berupa:

- a. Menjadi sebagai tempat pusat keagamaan dimana masjid digunakan untuk beribadah shalat I'tikaf, adzan dan iqamah.
- b. Makam dalam tradisi jawa, tempat yang mengandung kesakralan, sedangkan makam dalam pandangan tradisional merupakan peristirahatan.
- c. Candi sebagai unsur pada zaman purba yang kemudian digantikan oleh makam. (Amanila, Vol.4:2017)

4. Manfaat dan Tujuan Wisata Religi

Islam memberikan kesempatan kepada umatnya untuk berwisata religi agar tumbuh kesadaran akan kesementaraan hidup didunia. Dengan berwisata religi diharapkan tumbuh introspeksi diri. Adapun manfaat dari wisata religi adalah untuk meningkatkan kematian dan menambah amal shaleh.

Tujuan wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syi'ar Islam diseluruh dunia yang dijadikan sebagai perjalanan untuk mengingat ke Esaan Allah, mengajak dan menuntun manusia supaya tidak tersesat kepada perbuatan syirik .(Amalina,Vol.4:2017)

Islam adalah agama yang sangat komprehensif yang merangkum seluruh kehidupan manusia termasuk kegiatan ekonomi. Pelaksanaan Islam secara menyeluruh akan membawa rahmat kepada sekalian alam termasuk manusia yang menjalankan kegiatan. Suatu kegiatan yang berlandaskan kepada nilai-nilai Islam yang dapat didalamnya empat nilai utama yaitu *rabbaniyah* (ketuhanan), *akhlaqiyyah* (*akhlak*) insaniyyah (*kemanusiaan*), dan *wasatiyyah* atau keseimbangan. (Bakhri, Vol.8:2011)

5. Hukum Pariwisata Dalam Islam

Menurut (Bawazir,2013:15-19) hukum pariwisata terbagi menjadi 4 yaitu:

a. Wajib

Perjalanan bisa menjadi wajib apabila:

1. Tujuan bepergian dilakukan dalam rangka menunaikan ibadah haji (ibadah haji dilakukan bagi yang mampu).
2. Untuk menuntut ilmu pengetahuan.
3. Menjenguk keluarga yang sedang sakit.
4. Memenuhi undangan dan tidak ada kemaksiatan didalamnya.

b. Sunnah

Hukum mubah dapat berubah menjadi sunnah apabila memenuhi syarat yaitu:

1. Untuk menjalankan ibadah haji maupun ibadah umrah.
2. Dikerjakan dalam rangka berdakwah kepada Allah SWT.
3. Dikerjakan dalam mengambil pelajaran dengan segala keindahan ciptaan Allah.
4. Untuk mengambil pelajaran terhadap nasib umat terdahulu

c. Makruh

Wisata dapat menjadi makruh apabila:

1. Wisata yang diniatkan semata-mata mencari kesenangan.
2. Wisata ke negeri yang memusuhi umat Islam dan dikhawatirkan kemakmuran yang mereka peroleh dari hasil kunjungan kita.

3. Wisata yang dilakukan ketika melihat ada tetangga disekitar kita yang sedang membutuhkan.

d. Haram

Perjalanan wisata dapat menjadi haram apabila:

1. Perjalanan wisata yang dilakukan dengan niat untuk melakukan maksiat kepada Allah baik secara terang-terangan maupun secara bersembunyi.
2. Perjalanan wisata yang dilakukan untuk melakukan partisipasi dalam acara-acara kemusyrikan.

6. Perbedaan Wisata Religi, Syariah dan Halal

Adapun perbedaan wisata religi, wisata syariah, dan wisata religi sebagai berikut:

Tabel 4:Perbedaan wisata konvensional, wisata religi dan wisata syariah.

No	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Halal Tourism
1	Objek	Alam, Budaya, Hertige, Kuliner	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spritualitas	Meningkatkan spiritualitas dengan cara menghibur
3	Target	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap objek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus meningkatkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin

				dalam kehidupan manusia
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar Pelengkap	Sekedar Pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi Masyarakat dan Lingkungan	Obyek wisata komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip syariah
8	Agenda Perjalanan	Setiap waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Sumber: (Nizar, :2015)

7. Fatwa DSN Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata.

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No:108/DSN-MUI/X/2016 tentang penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah.

1) Pertama : ketentuan umum

Dalam fatwa ini yang dimaksud dengan:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu.
- b. Wisata syariah adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan dukungan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintahan daerah.
- d. Pariwisata syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.

- e. Destinasi wisata syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dengan prinsip syariah.
- f. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- g. Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS) adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, dan menyediakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.
- h. Pemandu wisata adalah orang yang memandu dalam pariwisata syariah.
- i. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- j. Usaha hotel syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar didalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minuman, kegiatan hiburan serta fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip Islam.
- k. Kriteria usaha hotel syariah adalah rumusan kualifikasi atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan.
- l. Terapis adalah pihak yang melakukan spa, sauna.
- m. Akad *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas suatu barang atau jasa dalam waktu dengan pembayaran atau upah.
- n. Akad *wakalah bil ujah* adalah akad pembelian kuasa yang disertai dengan ujah dari hotel syariah kepada BPWS untuk melakukan pemasaran.

- o. Akad *ju'alah* adalah janji atau komitmen perusahaan untuk memberikan imbalan tertentu kepada pekerja atas pencapaian hasil yang ditentukan dari satu pekerjaan.

2) Kedua : ketentuan hukum

Penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah boleh dilakukan dengan syarat mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa ini.

3) Ketiga : prinsip umum penyelenggaraan prinsip syariah.

Penyelenggaraan wisata wajib:

- a. Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, tabdzir atau israf dan kemunkaran.
 - b. Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual.
- 4) Keempat : kekuatan terikat para pihak dan akad
1. Pihak-pihak yang berakad pihak-pihak dalam penyelenggaraan pariwisata syariah adalah:
 - a. Wisatawan.
 - b. Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS).
 - c. Pengurusan pariwisata.
 - d. Hotel syariah.
 - e. Pemandu wisata.
 - f. Terapis.
 2. Akad antar pihak
 - a. Akad antara wisatawan dengan BPWS adalah akad ijarah.

- b. Akad antara BPWS dengan pemandu wisata adalah akad ijarah atau *ju'alah*.
 - c. Akad antara wisatawan dengan pengusaha pariwisata adalah ijarah.
 - d. Akad antara hotel syariah dengan wisatawan adalah akad ijarah.
 - e. Akad antara hotel syariah dengan BPWS untuk pemasaran adalah akad wakalah bil ujah.
 - f. Akad antara wisatawan dengan terapis adalah akad ijarah.
 - g. Akad untuk penyelenggaraan asuransi wisata
- 5) Kelima : ketentuan hotel syariah.
- a. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi
 - b. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan tindak asusila.
 - c. Makan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI.
 - d. Penyediaan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah termasuk fasilitas bersuci.
 - e. Pengelolaan dan karyawan serta karyawan hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah.
 - f. Hotel syariah wajib memiliki pedoman mengenai prosedur pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah.
 - g. Hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan.
- 6) Keenam : ketentuan terkait wisatawan.

Wisatawan wajib memenuhi ketentuan-ketentuan berikut:

- a. Berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah
 - b. Menjaga kewajiban ibadah selama berwisata.
 - c. Menjaga akhlak mulia.
 - d. Menghindari destinasi wisata yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.
- 7) Ketujuh :
1. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk:
 - a. Mewujudkan kemaslahatan umum.
 - b. Penyerahan penyelenggaraan dan penanganan.
 - c. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan.
 - d. Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif.
 - e. Memelihara kebersihan kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan.
 2. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.
 3. Destinasi wisata wajib memiliki:
 - a. Fasilitas ibadah yang layak pakai mudah dijangkau
 - b. Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya
 4. Destinasi wisata wajib terdiri dari:
 - a. Kemusyrikan dan khurafat.
 - b. Maksiat, zina, pornografi, minuman keras, narkoba dan judi.
 - c. Pertunjukan seni dan budaya yang bertentangan prinsip-prinsip syariah.
- 8) Kedelapan : Ketentuan Spa, Sauna dan *Massage*
- Spa, Sauna, dan *massage* yang dilakukan wajib memenuhi ketentuan berikut:

- a. Menggunakan bahan yang halal dan tidak najis
- b. Terhindar dari dan pornografi.
- c. Terjaganya kehormatan wisatawan.
- d. Terapis laki-laki hanya boleh melakukan spa, sauna, dan *massage*, kepada wisatawan laki-laki dan terapis wanita hanya boleh melakukan spa, sauna, dan *massage* kepada wisatawan wanita.
- e. Tersedia sarana yang memudahkan untuk melakukan ibadah.

9) Kesembilan : ketentuan terkait biro perjalanan wisata syariah.

Biro perjalanan wisata syarat wajib memenuhi ketentuan-ketentuan berikut:

- a. Menyelenggarakan paket wisata
- b. Memiliki daftar akomodasi dan destinasi wisatawan
- c. Memiliki daftar penyediaan makanan dan minuman halal
- d. Menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan jasa wisata.
- e. Mengelola dana dan investasinya wajib sesuai dengan prinsip syariah.
- f. Wajib memiliki panduan wisata yang dapat mencegah terjadinya tindakan syirik, khurafat, maksiat dan lain sebagainya

10) Kesepuluh : ketentuan terkait pemandu wisata syariah.

Pemandu wisata syariah wajib memenuhi ketentuan-ketentuan berikut:

- a. Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah
- b. Berakhlak mulia, komunikatif, ramah, jujur dan bertanggung jawab.
- c. Memiliki kompetensi kerja sesuai dengan standar profesi yang berlaku
- d. Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai- nilai syariah

8. Dalil yang Berkaitan dengan Wisata

Ada beberapa surat dalam Al-Qur'an yang membahas terkait dengan wisata yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun ayat Al-Qur'an tersebut terdapat dalam Al-Qur'an surah:

a. QS. Al-Muluk (67):15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : *“dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.*

b. QS. Al-Ankabut (29):20

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

Artinya : *“berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”*

9. Hadis Nabi SAW yang Berkaitan dengan Wisata

Ada beberapa hadis Nabi SAW yang membahas terkait dengan wisata sesuai dengan ajaran Islam. Adapun Hadis tersebut adalah sebagai berikut:

a. Hadis Nabi Riwayat Ahmad

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ سَافِرُوا تَصِحُّوا وَاعْزُوا تَسْتَعْنُوا

Artinya: *“ Dari Abi Huarairah, bahwasanya Nabi Saw bersabda: berpergianlah kalian nisacaya kalian menjadi sehat dan berpergianlah nisacaya kalian akan tercukupi”.*

- b. Hadis riwayat Abdu Al-Razzaq

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:
سَافِرُوا تَصِحُّوا وَتَعْتَمُوا

Artinya : “*Dari Ibnu Abbas ra. Berkata, bahwa Rasulullah saw. Bersabda: Berpegianlah, kalian akan sehat dan tercukupi*”.

10. Pendapat Para Ulama Tentang Wisata

Ada beberapa pendapat para ulama yang membahas terkait dengan wisata yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun pendapat para ulama tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Al-Qasimi dalam Mahasin al-Ta’wil ketika menjelaskan kata سَيَرُوا pada Q.S AL-Naml (27):69

هُمُ السَّائِرُونَ الذَّاهِبُونَ فِي الدِّيَارِ لِأَجْلِ الْوُقُوفِ عَلَى الْأَثَارِ، تَوْصُلًا لِلْعِظَةِ
بِهَا وَالْإِعْتِبَارَ وَلِغَيْرِهَا مِنْ أَلْفَوَائِدِ

Artinya : “*mereka (yang diperhatikan bepergian) adalah orang-orang yang bepergian ke berbagai tempat untuk melihat peninggalan bersejarah dalam rangka mengambil pelajaran dan manfaat lain*”.

- b. Ibn ‘Abidin dalam *Radd al-Muhtar*

لَأَصْلُهُ... وَفِي السَّفَرِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا بَعَارِضٍ نَحْوِ حَجٍّ أَوْ جِهَادٍ فَيَكُونُ طَاعَةً، أَوْ نَحْوِ قَطْعِ
طَرِيقٍ فَيَكُونُ مَعْصِيَةً

Artinya: “*(Hukum asal) bepergian adalah mubah kecuali disebabkan kondisi lain seperti haji atau jihad, maka menjadi ibadah (ketaatan), atau untuk tujuan merampok maka bepergian termasuk maksiat*”.

E. Tinjauan Tentang Masjid

1. Pengertian Masjid

Kata Masjid berasal dari bahasa Arab sajada- yasjud- sujudan yang berarti sujud menundukan kepala sampai ke tanah. Selain itu, masjid juga

merupakan tempat orang berkumpul untuk melaksanakan shalat berjama'ah dengan tujuan untuk meningkatkan solidaritas dan silaturahmi dikalangan kaum muslim. (Amalina, Vol.4:2017)

2. Fungsi Masjid

Amalina (2017) Masjid memiliki fungsi dan peranan yang dominan dalam kehidupan masyarakat Islam beberapa diantaranya adalah:

1. Sebagai tempat beribadah
2. Sebagai tempat menuntut ilmu
3. Sebagai tempat membina masyarakat Islam
4. Sebagai tempat da'wah dan sebagai kebudayaan Islam
5. Sebagai tempat kaderisasi umat
6. Sebagai tempat kebangkitan Umat Islam

3. Klarifikasi Masjid

1. Masjid kampus atau sekolah
2. Masjid Yayasan
3. Masjid Perorangan/ penduduk
4. Masjid pemerintah terdiri dari: Masjid Negara, Masjid Nasional Masjid Raya, Masjid Besar, Masjid Agung, Masjid Jami.

F. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*) dalam suatu spekulasi bisnis.

Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan menentukan sebuah strategi. Instrumen ini memudahkan para praktis untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.

Faktor-faktor yang diterapkan kemudian diterapkan dalam bentuk analisis matriks SWOT, yang mana pengaplikasiannya adalah:

1. Bagaimana ketentuan (*strength*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunity*) yang ada.
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weakness*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunity*) yang ada.
3. Bagaimana kekuatan (*strength*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang ada mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru. (Nur'aini,2020:7-8)

2. Jenis-jenis Analisis SWOT

Ahmad (2020: 58-59) jenis-jenis Analisis SWOT terdiri dari:

a. Model Kuantitatif

Dalam SWOT model kuantitatif, asumsi dasar dari model ini adalah kondisi yang berpasangan antara S dan W, serta O dan T. Kondisi berpasangan ini terjadi karena diasumsikan bahwa dalam setiap kekuatan

selalu ada kelemahan yang tersembunyi dan dari setiap kesempatan yang terbuka selalu ada ancaman yang harus diwaspadai. Ini berarti setiap satu rumusan *Strength* (S), harus selalu memiliki satu pasangan *Weakness* (W) dan setiap satu rumusan *Opportunity* (O) harus memiliki satu pasangan satu *Threats* (T).

Kemudian setelah masing-masing komponen dirumuskan dan dipasangkan, langkah selanjutnya adalah melakukan proses penilaian. Penilaian dilakukan dengan cara memberikan skor pada masing-masing subkomponen, dimana satu subkomponen dibandingkan dengan subkomponen yang lain dalam komponen yang sama atau mengikuti jalur vertikal. Subkomponen yang lebih menentukan dalam jalannya organisasi diberikan skor yang lebih besar. Standar penelitian dibuat berdasarkan kesepakatan bersama untuk mengukur kadar subyektifitas penilaian.

b. Model Kualitatif

Urutan dalam membuat analisis SWOT kualitatif, tidak berbeda jauh dengan urutan model kuantitatif, perbedaan besar diantara keduanya adalah pada saat pembuatan subkomponen dari masing-masing komponen. Apabila pada model kualitatif setiap subkomponen S memiliki pasangan subkomponen W, dan satu subkomponen O memiliki pasangan satu subkomponen T, maka dalam model kualitatif hal ini terjadi. Selain itu, subkomponen pada masing-masing komponen (S-W-O-T) adalah berdiri bebas dan tidak memiliki hubungan satu sama lain. Subkomponen S ada sebanyak 10 buah, sementara subkomponen W hanya 6 buah.

3. Kegunaan Analisis SWOT

Nur'aini (2020:9-11) analisis SWOT memiliki kegunaan sebagai berikut:

- a. Digunakan untuk menganalisis kondisi diri dan lingkungan pribadi.
- b. Digunakan untuk menganalisis kondisi internal lembaga dan lingkungan eksternal lembaga.
- c. Digunakan untuk mengetahui sejauh mana diri kita didalam lingkungan kita.
- d. Digunakan untuk mengetahui posisi sebuah perusahaan atau organisasi diantara perusahaan atau organisasi yang lain.
- e. Digunakan untuk mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dihadapkan dengan para pesaingnya.

4. Manfaat Analisis SWOT

Nur'aini (2020:12-13) beberapa manfaat menggunakan metode analisis SWOT:

1. Analisis SWOT dapat membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus yang menjadi dasar sebuah analisis persoalan yaitu kekuatan,kelemahan, peluang dan ancaman.
2. Analisis SWOT mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.
3. Analisis SWOT dapat membantu kita “membedah” organisasi dari empat sisi yang dapat menjadi dasar dalam proses identifikasinya dan dengan analisis

ini kita dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan.

4. Analisis SWOT dapat menjadi instrument yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi saat itu.
5. Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasi kelemahan yang ada serta menekan munculnya dampak ancaman yang mungkin akan timbul.

5. Faktor-faktor Analisis SWOT

Nur'aini (2020:13-19) analisis SWOT terdiri dari empat yaitu:

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki hal khusus yang lebih unggul dari pesaingnya serta dapat dapat memuaskan pelanggan. (Nur'aini,2020:13)

Menurut Haning (2020:42) ada beberapa kekuatan organisasi yang menyebabkan suatu organisasi mempunyai kekuatan tersendiri dalam mencapai kinerja sebagai berikut:

1. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki tetapi tidak dimiliki oleh pesaing.
2. Sumber Daya
3. Keunikan
4. Fasilitas

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam sebuah organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasikan kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi yang lain. (Nur'aini, 2020: 14)

Menurut Haning (2020:44) ada beberapa kelemahan organisasi yang teridentifikasi menyebabkan kegagalan organisasi publik dalam mencapai kinerja sebagai berikut:

1. Fasilitas yang sudah rusak
2. Sumber daya keuangan
3. Kemampuan manajemen
4. Keterampilan pemasaran

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan. Anda dapat mengetahui hal-hal eksternal mana yang dapat dijadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal perusahaan anda dengan analisis internal dari *competitor* lain. (Nur'aini, 2020: 16)

Menurut Haning (2020:45) ada beberapa peluang organisasi untuk memperbaiki kinerja antara lain:

1. Perkembangan teknologi
2. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat menggunakan kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan.(Nur'aini, 2020:18)

Menurut Haning (2020: 46) ada beberapa ancaman bagi organisasi sebagai berikut:

1. Bertambahnya pesaing
2. Meningkatnya hambatan dalam melakukan distribusi

Gambar 3: Analisis SWOT



Sumber: www.cpssoft.com

6. Penerapan Analisis SWOT dalam Organisasi

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan,

kelemahan, peluang, Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi (Nur'aini, 2020:27-28).

Ada beberapa kata kunci yang perlu anda pahami ketika mulai terjun dalam dunia bisnis, khususnya ketika menggunakan analisis SWOT:

- a. Kekuatan (*Strength*) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan.
- b. Kelemahan (*Weakness*) adalah suatu kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.
- c. Kekuatan (*Opportunity*) adalah suatu faktor lingkungan luar yang bersifat positif.
- d. Ancaman (*Threats*) adalah suatu faktor lingkungan luar yang sifatnya negatif.
- e. Matriks SWOT adalah untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jenis bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.
- f. IFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan.

- g. EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor strategis eksternal dalam kerangka peluang dan ancaman.
- h. Strategi SO adalah strategi yang diterapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- i. Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- j. Strategi ST adalah strategi yang diterapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman.
- k. Strategi WT adalah strategi yang diterapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defenisikan dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

7. Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat digunakan untuk menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strength-Threats*), dan WT (*Weakness-Threats*). (Ahmad, 2020:64)

Gambar 4: Matriks SWOT

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Threat</i>	ST Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	WT Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman

<i>Opportu</i>	SO Memfaatkan potensi untuk meraih peluang	WO Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang
----------------	---	--

G. Penelitian Relevan

Adapun beberapa tinjauan penelitian yang relevan membahas tentang wisata antara lain:

1. Reni Alprionita (2019) meneliti tentang “*Potensi Pengembangan Wisata Religi Masjid Jamik Air Tiris Kabupaten Kampar*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Potensi Pengembangan Wisata Religi Masjid Jamik Air Tiris. Hasil penelitian ini adalah dilihat dari enam dimensi yaitudimensi daya tarik wisata, fasilitas, infrastruktur, transportasi, keramahtamahan dan religius Islam menunjukkan bahwa ada beberapa indikator kurang baik untuk dikembangkan.
 - Adapun persamaannya dari penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang wisata religi.
 - Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, objek penelitian ini adalah Masjid Jamik Air Tritis Kabupaten Kampar sedangkan objek penelitian penulis adalah Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau.
2. Muhamad Yusuf (2017) meneliti tentang “*Analisis Pengetahuan Masyarakat Kota Pekanbaru tentang Pariwisata Syariah*”. Penelitian ini bertujuan untuk mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat Kota Pekanbaru tentang Pariwisata Syariah. Hasil penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat Kota

Pekanbaru tentang wisata syariah tergolong sangat kuat dan mengetahui tentang apa itu wisata syariah yang dapat dilihat dari delapan dimensi yaitu: objek, tujuan, target, guide, fasilitas, ibadah, kuliner, relasi dengan masyarakat dan agenda perjalanan.

- Adapun persamaan dari penelitian penulis yaitu menggunakan metode penelitian yang sama yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Sama-sama membahas tentang pariwisata.
 - Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian, dimana Muhammad Yusuf mengambil sampel pengetahuan masyarakat kota Pekanbaru tentang wisata syariah. Sedangkan penulis mengangkat penelitian Potensi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau.
3. Zulkifli Rusby, Muhammad Arif (2020) dalam penelitiannya tentang “*Pengembangan Pariwisata Syariah di Indonesia Provinsi Riau*” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Potensi Wisata Kuliner dalam pengembangan Pariwisata Syariah di Provinsi Riau.
- Adapun persamaan dari penelitian ini penulis yaitu sama-sama menggunakan analisis SWOT dan QSPM.
 - Adapun perbedaan dari penelitian penulis yaitu penelitian ini membahas tentang Potensi Wisata Kuliner sedangkan penulis mengangkat penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Wisata Religi.

H. Konsep Operasional

Berdasarkan teori diatas maka dapat dilihat konsep operasional sebagai berikut:

Tabel 5 :Konsep Operasional

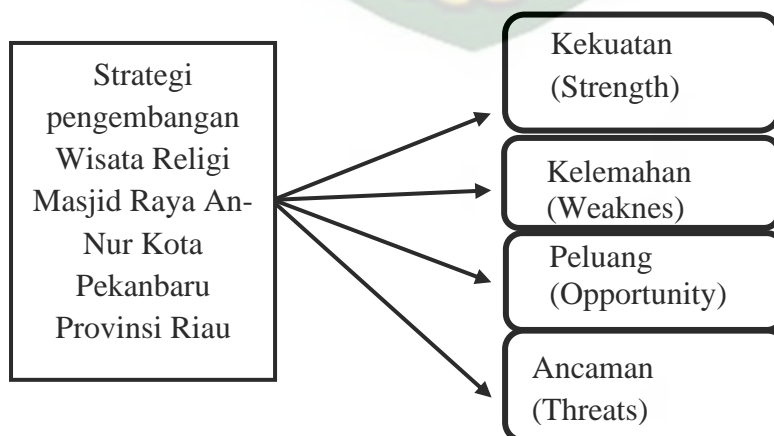
Konsep	Dimensi	Indikator
Potensi Pengembangan Wisata Religi	Kekuatan (<i>Strength</i>) (Haning,2020)	1. Keunggulan. 2. Sumber Daya. 3. Keunikan. 4. Fasilitas.
	Kelemahan (<i>Weakness</i>) (Haning,2020)	1. Fasilitas 2. Sumber daya keuangan 3. Kemampuan manajemen
	Peluang (<i>Opportunity</i>) (Haning,2020)	1. Perkembangan teknologi 2. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi
	Ancaman (<i>Threats</i>) (Haning,2020)	1. Bertambahnya pesaing 2. Meningkatnya hambatan.

Sumber : Data Olahan 2021

I. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagaiberikut:

Gambar 4 : Kerangka Konseptual



Sumber: Data Olahan 2020

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan *mixed method* (kualitatif dan kuantitatif). Jenis penelitian deskriptif adalah aktivitas yang bertujuan untuk menggambarkan situasi atau fenomena, yang dirancang untuk mendapatkan informasi dalam keadaan sekarang. (Sugiyono,2014:397)

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau di Jl. Hangtuah Ujung Kecamatan Pekanbaru Kota. Penelitian ini akan dilaksanakan selama 4 (empat) bulan, terhitung mulai bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2021 dengan perencanaan sebagai berikut:

Tabel 6: Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian	■	■	■	■												
2	Pengumpulan Data					■	■	■	■								
3	Pengelolaan Dan Analisis Data									■	■	■	■				
4	Penulisan Laporan													■	■	■	■

Sumber: Data Olahan 2021

C. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah objek wisata religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Sedangkan yang menjadi objek penelitiannya adalah Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016:117).

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah masyarakat Kota Pekanbaru tahun 2020 yang berjumlah 1.146.025 orang (*Sumber: BPS Kota Pekanbaru2020*).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2014:120). Untuk menentukan sampel responden dari populasi penelitian digunakan ketentuan dalam menentukan ukuran sampel berdasarkan pendapat Slovin dengan rumusan sebagai berikut (Sanusi,2011:101).

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi ketidak telitian (dalam persen)

Berdasarkan rumus diatas maka dapat dihitung ukuran sampel dalam penelitian ini dengan hasil perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1.146.025}{1 + 1.146.025 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.146.025}{1 + 1.146.025}$$

$n = 99,99 = 100$ responden pengunjung.

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampelnya dibulatkan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan acak sederhana (*simple random sampling*), yaitu pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak dimana anggota sampelnya mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Sugiyono,2014:82).

$$n_i = N_i/N \cdot n$$

n_i = jumlah sampel menurut stratum

n = jumlah sampel seluruhnya

N_i = jumlah populasi menurut stratum

N = jumlah populasi seluruhnya

a. Kecamatan Tampan

$$329.796 / 1.146.025 \times 100 = 29 \text{ responden}$$

b. Kecamatan Payung Sekaki

$$91.266 / 1.146.025 \times 100 = 8 \text{ responden}$$

c. Kecamatan Bukit Raya

$$103.722 / 1.146.025 \times 100 = 9 \text{ responden}$$

d. Kecamatan Marpoyan Damai

$$132.024 / 1.146.025 \times 100 = 12 \text{ responden}$$

e. Kecamatan Tenayan Raya

$$169.994 / 1.146.025 \times 100 = 15 \text{ responden}$$

f. Kecamatan Lima Puluh

$$43.461 / 1.146.025 \times 100 = 4 \text{ responden}$$

g. Kecamatan Sail

$$21.499 / 1.146.025 \times 100 = 2 \text{ responden}$$

h. Kecamatan Pekanbaru Kota

$$26.951 / 1.146.025 \times 100 = 2 \text{ responden}$$

i. Kecamatan Sukajadi

$$48.747 / 1.146.025 \times 100 = 4 \text{ responden}$$

j. Kecamatan Senapelan

$$36.599 / 1.145.025 \times 100 = 3 \text{ responden}$$

k. Kecamatan Rumbai

$$67.878 / 1.146.025 \times 100 = 6 \text{ responden}$$

l. Kecamatan Rumbai Pesisir

$$74.138 / 1.146.025 \times 100 = 6 \text{ responden}$$

Berikut ini adalah daftar tabel ukuran sampel berdasarkan masyarakat Kota Pekanbaru:

Tabel 7 : Ukuran sampel perkecamatan di Kota Pekanbaru

No	Kecamatan	Jumlah	Sampel
1	Tampan	329.796	29
2	Payung Sekaki	91.266	8

3	Bukit Raya	103.722	9
4	Marpoyan Damai	132.024	12
5	Tenayan Raya	169.944	15
6	Lima Puluh	43.461	4
7	Sail	21.499	2
8	Pekanbaru Kota	26.951	2
9	Sukajadi	48.747	4
10	Senapelan	36.599	3
11	Rumbai	67.878	6
12	Rumbai Pesisir	74.138	6
	Jumlah	1.146.025	100

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data-data yang konkrit yaitu data primer dan data sekunder yang benar-benar mendukung dalam mengumpulkan data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dalam dua bagian, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan, atau data yang dikumpulkan secara langsung oleh penelitian untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausalitas dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi (Bungin, 2015:128). Adapun data primer dalam penelitian ini adalah data dari Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber

sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder diperoleh dari sumber data kedua sesudah sumber data primer. (Bungin, 2015:128)

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi yaitu adalah sebagai berikut :

1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden. Angket merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden. Selain itu, angket juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan terbesar di wilayah yang luas (Sugiyono,2014:192).

Pernyataan yang dirancang untuk mengetahui potensi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau menggunakan Analisis SWOT dengan alternatif sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

2. Observasi

Selain wawancara observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif. Disamping wawancara, penelitian juga melakukan metode observasi.

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Observasi pada hakikatnya bentuk dari kegiatan dengan menggunakan panca indera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. (Fitrah, 2017: 72)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang terkumpul atau dikumpulkan dari peristiwa masa lalu. Data dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, karya, hasil observasi atau wawancara dan sebagainya. Data yang diperoleh dari dokumentasi kebanyakan berupa data sekunder dan data tersebut telah memiliki makna untuk diinterpretasikan (Sanusi, 2014: 114).

F. Teknik Pengolahan Data

Pengelolaan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kualitatif dan kuantitatif pengelolaan secara

umum dilaksanakan dengan melalui tahap diantaranya sebagai berikut:

1. Penyunting (*editing*), penyunting adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data dilapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataanya bahwa data yang tehimpun kadangkala belum memenuhi harapan peneliti, ada diantaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan .
2. Pengkodean (*coding*), pengkodean adalah memberikan tanda dengan tujuan untuk mengetahui mana data yang sama atau tidak. Proses ini adalah dinamakan penulis memberikan kode atau tanda terhadap data yang sudah terkumpul dan yang sudah dicek kesesuaiannya dengan judul penelitiannya.
3. Pembeberan (*tabulating*), pembeberan adalah bagian terakhir dari Pengelolahan data maksud dari tabulasi adalah memasukan data pada tabel-tabel tertentu dan mengukur angka-angka serta menghitungnya.
(Bungin, 2015:182-184)

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma (suatu cara pandang), strategi dan implementasi model secara kualitatif menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkontek khusus.

Dalam melakukan Analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dan data primer, kemudian dilakukan analisis SWOT. Analisis

SWOT merupakan analisa terhadap lingkungan eksternal dan internal. lingkungan eksternal meliputi peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi pemanfaatan potensi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau , Analisa internal meliputi kekuatan dan kelemahan lingkungan internal.(Rangkuti,2018:25-28)

Dibawah ini merupakan salah satu tabel EFAS (eksternal) adalah sebagai berikut

Tabel 8 : Faktor-Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Peluang				
Ancaman				
Total				

Sumber: (Rusby, Vol.8:2020)

Dibawah ini merupakan salah satu tabel IFAS (internal) adalah sebagai berikut:

Tabel 9 : Faktor-Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

Sumber: (Rusby, Vol.8:2020)

Dari keterangan tabel diatas adalah untuk menentukan atau melihat perbandingan antara faktor eksternal maupun faktor internal.

a. tabel EFAS

1. Untuk indikator (Peluang):maka diberi rating untuk faktor peluang bersifat

positif atau peluangnya semakin besar maka diberi rating +4, tetapi jika peluangnya semakin kecil maka diberi rating +1.

2. Untuk indikator (Ancaman) : pemberian nilai rating adalah kebalikannya misalnya diberi nilai rating +1, tetapi jika ancamannya tidak terlalu besar maka diberi nilai rating +4. Setelah nilai bobot dan rating dikalikan sehingga dapat nilai total yang dihasilkan tidak lebih dari 4 maka untuk tabel EFAS sangat berpotensi terhadap objek faktor yang diteliti sebaliknya jika tabel EFAS kurang dari 4 atau nilai lebih rendah maka objek ataupun faktor yang diteliti tidak berpotensi.

b. tabel IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

1. Untuk indikator (Kelemahan) : pemberian nilai rating adalah yang bersifat negatif atau kelemahannya sangat besar maka diberi rating +1, tetapi jika kelemahannya tidak terlalu besar maka diberi rating +4.
2. Untuk indikator (Kekuatan) : Pemberian nilai rating adalah yang bersifat positif semua variabel yang masuk kategori kekuatan diberi nilai rating +1 - + 4 sangat baik.

Tabel 10 : Matriks SWOT

IFAS	Kekuatan –S	Kelemahan –W
EFAS	<ul style="list-style-type: none"> • Tentukan faktor-faktor kekuatan internal 	<ul style="list-style-type: none"> • Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
Peluang –O	SO – Strategi	WO – Strategi
<ul style="list-style-type: none"> • Tentukan faktor peluang eksternal 	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman – T	ST – Strategi	WT – Strategi
<ul style="list-style-type: none"> • Tentukan faktor ancaman eksternal 	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: (Rusby, Vol.8:2020)

Matriks IE (IFAS dan EFAS) adalah penentuan dari total matriks IFAS dan EFAS yang mnentukan nilai potensial atau tidak dari hasil total tabel IFAS dan EFAS.

Tabel 11 : Matriks IE

		Tabel nilai IFAS			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4.0	3.0	2.0	1.0
Tabel nilai EFAS	Tinggi	Sel I	Sel II	Sel III	
	3.0	Sel IV	Sel V	Sel VI	
	Sedang	Sel VII	Sel VIII	Sel IX	
	2.0				
	Rendah				
	1.0				

Sumber: (Rusby, Vol.8:2020)

Matriks Internal – Eksternal (*Internal- Eksternal- IE Matrix*)

memosisikan berbagai devisi suatu organisasi dalam tampilan sel.

c. Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)

Tahap akhir setelah tahap pencocokan adalah tahap keputusan. Pada tahap ini, pemilihan strategi dapat dilakukan dengan memberi peringkat strategi pada skala 1 hingga 4, sehingga daftar prioritas strategi terbaik dapat dihasilkan. Memilih dan menentukan strategi terbaik dan paling tepat melalui pendekatan analisis Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) dimungkinkan.

Berdasarkan langkah-langkah diatas maka Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) diperoleh sebagai berikut:

Tabel 12: Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)

Alternatif Strategi					
Faktor-faktor Utama	Bobot	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4
Faktor –Faktor					
Eksternal					
S1					
S2					
S3					
S4					
W1					
W2					
W3					
Faktor-Faktor					
Internal					
O1					
O2					
O3					
O4					
T1					
T2					
T					

Sumber: (Rusby, Vol.8:2020)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Provinsi Riau

Riau merupakan penggabungan dari kerajaan melayu yang pernah Berjaya di wilayah ini, yaitu kerajaan Indragiri (1658-1838), Kerajaan Siak Indrapura (1723-1858), Kerajaan Pelalawan (1530-1879), Kerajaan Riau-Lingga (1824-1913) dan beberapa kerajaan kecil lainnya, seperti Tambusai, Rantau Binuang Sakti, Rambah, Kampar dan Kandis.

Pembangunan Provinsi Riau telah disusun melalui Undang-undang Darurat No. 19 Tahun 1957. Kemudian disahkan oleh Undang-undang No.61 tahun 1958. Provinsi Riau dibangun cukup lama dengan usaha yang keras dalam kurun waktu 6 tahun 17 November 1952 s/d 5 Maret 1958.

Provinsi Riau secara geografis, geoekonomi, dan geopolitik terletak pada jalur yang sangat strategis baik masa kini maupun masa yang akan datang terkait wilayah jalur perdagangan Regional maupun Internasional dan kawasan ASEAN melalui kerjasama IMT-GT dan IMS-GT. Wilayah Provinsi Riau mulai dari 01°05'00 Lintang Selatan sampai 02°25'00 Lintang Utara dan 100°00'00 hingga 105°05'00 Bujur Timur dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Selat Malaka dan Provinsi Sumatera Utara
- Sebelah Selatan : Provinsi Jambi dan Provinsi Sumatera Barat
- Sebelah Barat : Provinsi Sumatera Barat

Sebelah Timur : Provinsi Kepulauan Riau dan Selat Malaka.

2. Gambaran Umum Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Dinas Pariwisata Provinsi Riau memiliki tugas pokok hingga struktur organisasi sebagai berikut:

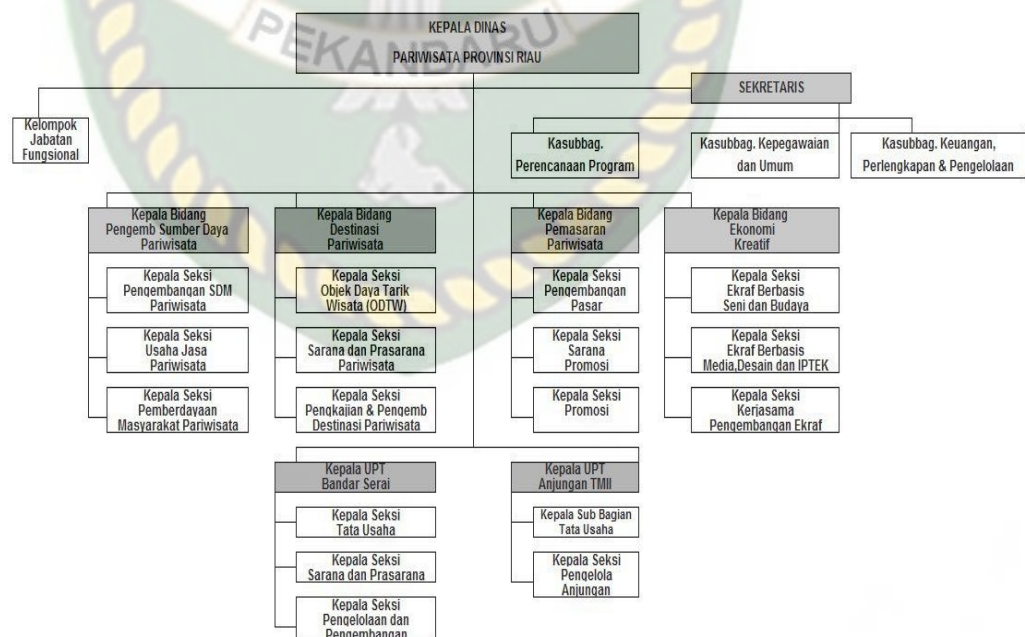
a. Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Tugas Pokok : Berdasarkan peraturan daerah Provinsi Riau Nomor 4 Tahun 2016, tentang penyusunan dan susunan perangkat Daerah Provinsi Riau, Dinas Pariwisata Provinsi Riau didukung oleh pegawai .

Struktur Organisasi

Struktur organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau adalah sebagai berikut:

Gambar 5 : Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Riau, 2020.

- d. Kepala
- e. Sekretaris
 - 1) Sub bagian Perencanaan Program
 - 2) Sub bagian Keuangan dan Perlengkapan
 - 3) Sub bagian Kepegawaian dan Umum
- f. Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata
 - 1) Seksi Pengembangan SDM Pariwisata
 - 2) Seksi Usaha Jasa Pariwisata
 - 3) Seksi Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata
- g. Bidang Distribusi Pariwisata
 - 1) Seksi Objek Daya Tarik Wisata
 - 2) Seksi Sarana dan Prasarana Pariwisata
 - 3) Seksi Pengkajian dan Pengembangan Destinasi Pariwisata
- h. Bidang Pemasaran Pariwisata
 - 1) Seksi Pengembangan Pasar
 - 2) Seksi Sarana Promosi
 - 3) Seksi Promosi
- i. Bidang Ekonomi Kreatif
 - 1) Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya
 - 2) Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan Iptek
 - 3) Seksi Kerjasama Pengembangan Ekonomi Kreatif
- j. Kepala UPT. Bandar Serai
 - 1) Seksi Tata Usaha

- 2) Seksi Sarana dan Prasarana
- 3) Seksi Pengelolaan dan Pengembangan
- k. Kepala UPT. Anjungan Riau
 - 1) Seksi Tata Usaha
 - 2) Seksi Pengelolaan Anjungan

3. Gambaran Umum Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

a. Sejarah Singkat Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

Masjid Raya An-Nur berdiri pada tanggal 17 Rajab 1388 H atau bertepatan dengan tanggal 19 Oktober 1968. Masjid Raya An-Nur diresmikan oleh Arifin Ahmad, Gubernur Riau waktu itu tahun 2000 pada masa Gubernur Shaleh Djasit masjid ini direnovasi secara besar-besaran. Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau yang kita saksikan begitu megah saat ini bukanlah bangunan asli pembangunan tahun 1966 dan diresmikan pada tahun 1968, merupakan bangunan hasil renovasi total dan pembangunan kembali dari Masjid Raya An-Nur yang lama. Dipergantian millennium tahun 2000 lalu, pada saat Riau di bawah kepemimpinan Gubernur Shaleh Djasit, Masjid Raya An-Nur yang lama dirombak total ke bentuknya saat ini bahkan Stadion Hang Tuah ikut diratakan demi perluasan pembangunan ini.

Dari pembangunan tahun 2000 tersebut luas lahan masjid ini ditambah tiga kali lipat dari sebelumnya yang hanya luas 4 hektar menjadi 12,6 hektar. Luasnya lahan masjid baru ini memberikan keleluasan bagi penyediaan lahan terbuka untuk publik Pekanbaru termasuk di dalam kawasan tanaman hijau dan lahan parkir yang begitu luas. Dalam sejarahnya Masjid Raya An-Nur

pernah menjadi kampus bagi Fakultas Ushuluddin Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Syarif Kasim kini menjadi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Pekanbaru.

Bila kita amati arsitektur Masjid Raya An-Nur memang memiliki beberapa kesamaan dengan Taj Mahal. Arsitektur Masjid Raya An-Nur ini dirancang oleh Ir Roseno dengan ukuran 50m x 50m yang terletak dalam suatu perkembangan yang luasnya 400m x 200m. Kapasitas masjid dapat menampung sekitar 4.500 orang jamaah. Bangunan Masjid Raya An-Nur terdiri dari tiga tingkat, tingkat atas digunakan untuk shalat dan tingkat bawah digunakan untuk kantor dan ruangan pertemuan.

Masjid ini mempunyai 3 buah tangga, 1 buah tangga di bagian muka dan dua buah tangga dibagian samping. Dibagian atas terdiri dari 13 buah pintu dan bagian bawah terdiri dari 4 buah pintu dan mempunyai kamar-kamar yang besar dan sebuah aula. Lantai bawah masjid merupakan sekretariat pengurus masjid, manajemen, remaja masjid serta ruang-ruang kelas tempat pelaksanaannya pendidikan Islam. Masjid Raya An-Nur Riau juga dilengkapi dengan eskalator penghubung antara lantai satu dan lantai dua .

Masjid Raya An-Nur juga dilengkapi oleh bermacam fasilitas seperti pendidikan mulai dari pelayanan, TK SD, SMP , SMA, Perpustakaan yang lengkap dan terdapat fasilitas lain seperti aula, ruang pertemuan, ruang kelas dan ruang kantor. Selain itu, Masjid Raya An-Nur memiliki Radio Penyiaran Komunitas bernama LPK An-Nur FM dengan frekuensi 10.7 MHz. Bagi masyarakat Pekanbaru bisa menjalankan ritual agama Islam di masjid

termegah ini.

b. Visi dan Misi

Visi

- Mewujudkan pelayanan masyarakat secara prima untuk perpindahan di masjid

Misi

- Melaksanakan pelayanan kegiatan ibadah
- Mengaddakan penyuluhan terhadap bidang dakwah

c. Bangunan Masjid Ditinjau Dari Segi Budaya dan Filosofi

1. Bangunan Induk dan Kubah Masjid

Masjid Raya An-Nur mempunyai satu kubah besar dan empat kubah kecil yang berbentuk kubah khas Melayu, yaitu menyerupai sebuah gasing terbalik dengan warna hijau. Susunan kubah dengan 4 kubah kecil dibawah dan 1 kubah besar di atas melambangkan rukun Islam, dimana shalat lima waktu adalah tiang agama Islam yang menjadi sentra amal ibadah seorang muslim. Atap sekitar kubah besar dinaikan sehingga melambangkan bahwa untuk melaksanakan ajaran Islam haruslah secara *kaffah*, perlu dilandasi *platform* yang kokoh.

Gambar 6 : Kubah Masjid Raya An-Nur



Sumber: Observasi, 02 Juni 2021

2. Menara Masjid

Menara masjid terdiri dari empat menara yang dibangun pada empat penjuru sudut masjid yang melambangkan empat Sahabat Rasulullah yang mengawal perjuangan pengembangan Islam. Menara masjid mengambil referensi menara Masjid Nabawi dikombinasi dengan Masjid Haram dengan diberi kubah kecil dengan bentuk gasing terbalik.

Gambar 7: Menara Masjid Raya An-Nur



Sumber: Observasi, 01 Juni 2021

3. Main Entrance

Main entrance masjid dibuat maju ke depan mengambil referensi Rumah Tradisional Melayu yang mempunyai serambi di didepan bangunan induk. Selain sebagai tempat kegiatan penerimaan tamu, juga sebagai pencerminan keramahtamahan tuan rumah.

Gambar 8 : Main Entrance Masjid Raya An-Nur



Sumber: Observasi, 01 Juni 2021

Main Entrance Masjid Raya An-Nur menonjol kedepan cerminan keramah-tamahan dalam menerima jamaah yang ingin beribadah

Gambar 9: Tangga Masjid Raya An-Nur



Sumber : Observasi, 01 Juni 2021

Pada main entrance terdapat tangga manual yang diapit oleh dua tangga elektrik

4. Ornamen dan Kaligrafi

Ornamen didominasi dengan ornament Melayu dipadukan dengan kaligrafer dari ayat yang relevan dengan kegiatan dalam ruang tersebut.

Gambar 10: Ornamen dan Kaligrafi Masjid Raya An-Nur



Sumber: Observasi, 01 Juni 2021

5. Relung Jendela dan Salud Tiang Luar

Relung jendela mengambil referensi dari Masjid Nabawi Madinah, sedangkan salud tiang mengambil referensi Masjidil Haram Mekah.

Gambar 11 : Relung Jendela Masjid Raya An-Nur



Sumber: Observasi, 01 Juni 2021

6. Mihrab Masjid dan Salud Tiang Dalam

Mihrab masjid mengambil referensi Masjid Nabawi Madinah dikombinasi dengan Masjid Syah Alam Selangor Malaysia. Sedangkan salud tiang dalam mengambil referensi tiang masjid Kampus Universitas Gajah Mada Jogjakarta.

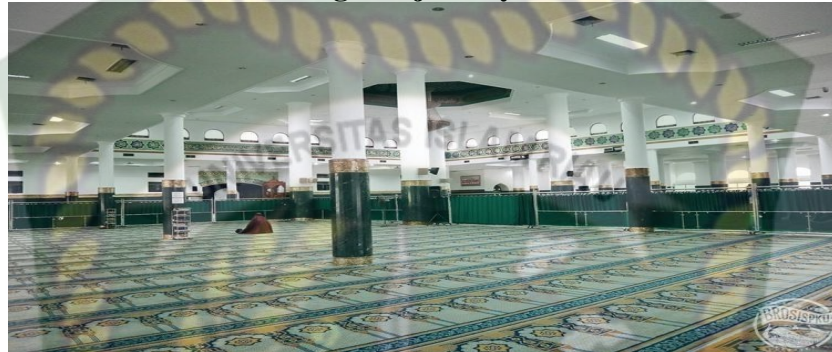
Gambar 12: Mihrab Masjid Raya An-Nur



Sumber: Observasi, 01 Juni 2021

Merupakan salah satu mighrab Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

Gambar 13 : Tiang Masjid Raya An-Nur



Sumber: Observasi, 01 Juni 2021

b. Arsitektur Bangunan

1. Bangunan Induk

Lantai 1 merupakan tempat pertemuan atau balai serbaguna, ruang rapat, perkantoran, penerimaan tamu, tempat wudhu, toilet, ruang tangga. Luas total 2.332 m².

Lantai 2 merupakan tempat utama kegiatan ibadah shalat, ruang imam, ruang kontrol sound sistem, tempat wudhu, toilet, ruang *lift* . luas total 2.593 m².

2. Bangunan Penunjang

Zona I, terdiri dari serambi depan selatan, kantor pengurus Badan Pengelola Masjid seluas 1.136 m².

Zona II, terdiri dari kelas Taman Pendidikan Al-Qur'an / Pendidikan Diniyah Takmiliah Awaliah (PDTA), kantor Satpam, *entrance* selatan,

ruang wudhu, rumah penjaga masjid, ruang teknis dan gudang dengan total luas 1.204 m².

Zona III, terdiri dari *entrance* belakang, rotunda dan plaza belakang total luas 348 m².

Zona IV, terdiri dari ruang wudhu, ruang qira'atul kutub, *entrance* utara total luas 1.596 m².

Zona V, terdiri dari Kantor Badan Kontak Majelis Taklim Provinsi Riau, Baznas Provinsi Riau dan perpustakaan, total luas 1.084

3. Fasilitas Pendidikan dan Lain-lain

- Bangunan fasilitas pendidikan terdiri dari Taman Kanak-kanak, Badan Pengelola Masjid Raya An-Nur pada bagian Selatan bangunan penunjang dengan seluas 902,60 m².
- Bangunan Sekolah Dasar pada bagian utara bangunan penunjang dan bangunan induk seluas 1.492,02 m².
- Plaza terbuka dipakai untuk kegiatan manasik haji, shalat ied, bazar, bermain dan olahraga.
- Teater terbuka dipakai untuk kegiatan seni Islam dan Rakyat dalam dialog interaktif langsung.
- Taman masjid dipakai untuk refreshing keluarga dan anak-anak, olahraga ringan seperti jalan santai.
- Jalan diagonal dipakai untuk pejalan kaki memiliki bangunan dan kawasan masjid dari arah depan.
- Parkir dipakai untuk parkir kendaraan roda empat dan sepeda motor

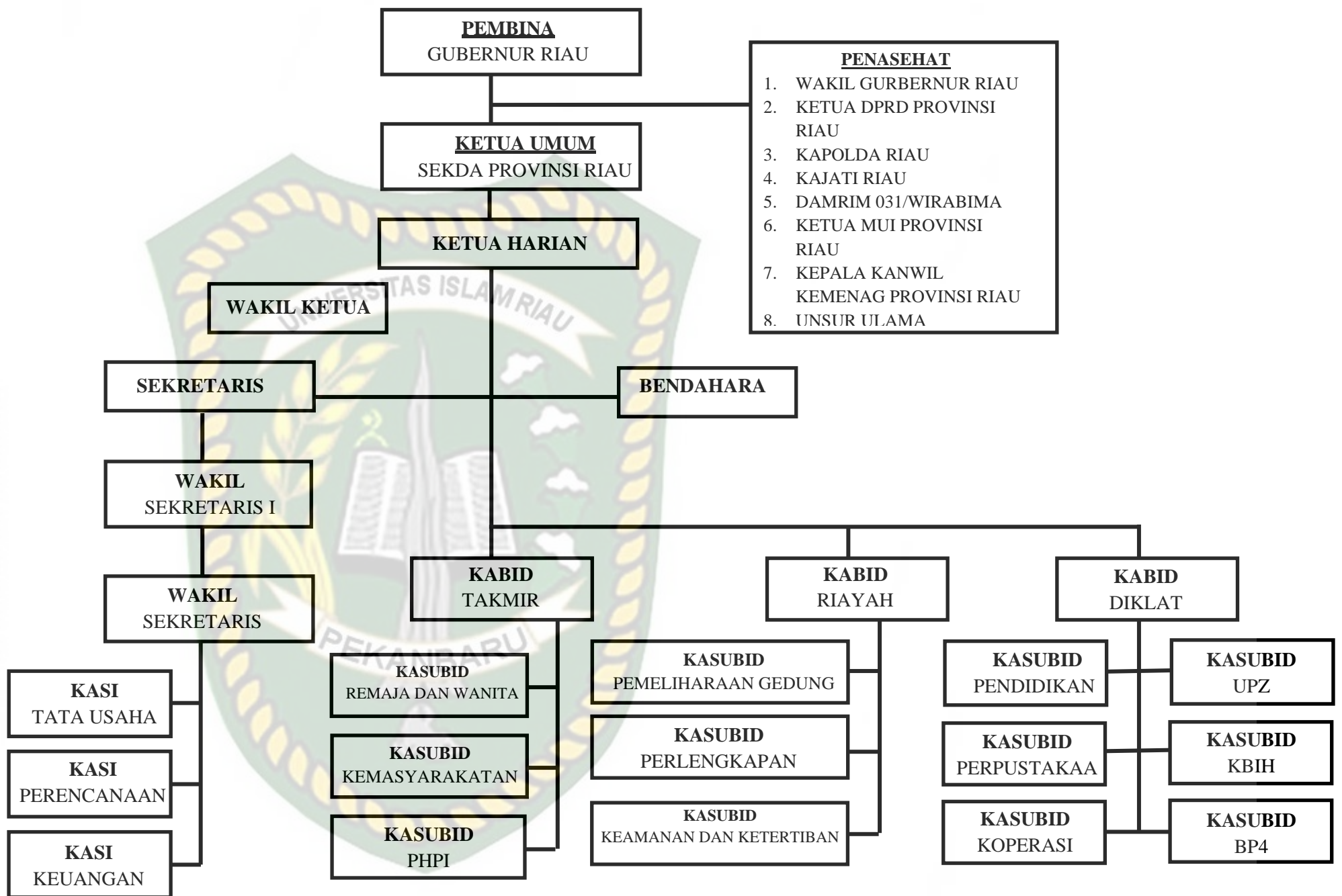
- Toilet umum dipakai untuk pengunjung taman masjid.

4. Organisasi

Adapun susunan organisasi dan pengurus Badan Pengelolah tersebut terdapat dihalaman lampiran.



SUSUNAN ORGANISASI DAN ATAT KERJA GELOLA MASJID RAYA AN-NUR PROVINSI RIAU



1) Petugas Imam, Khatib dan Mu'azzin/Bilal

a. Imam Shalat Rawatib dan Shalat Jum'at

Tabel 13: Petugas Imam Shalat

No	Nama	Tugas	Keterangan
1	Dr. H. Suryan. A. Jamrah, Ma	Imam & Khatib	Imam Shalat Jum'at
2	H.Zulkifli.R.MA	Sda	Shalat Jum'at & Rawatib
3	H.Zulfikar Abd Malik, Lc	Sda	Imam Shalat Jum'at
4	H.Maghfirah, MA	Sda	Sda
5	Drs. H. Ramli Husin, MP	Imam	Sda
6	Drs. H. Amir Mz	Imam	Shalat Rawatib
7	H. Mas'ari, BA	Sda	Sda
8	Drs. H. Yusuf Ahmad	Sda	Sda
9	Juma'in Batu Bara	Sda	Sda
10	H.M. Arafah	Sda	Sda

b. Muazzin (Bilal) dan Qori

Tabel 14: Petugas Muazzin

No	Nama	Tugas	Keterangan
1	H.Zulkifli R, MA	Muazzin & Qori	Shalat Jum'at & Rawatib
2	Mohd. Zaman	Sda	Sda
3	H.Rusdi Ratim	Sda	Sda
4	M.Yazid Umar	Sda	Sda
5	H.Sulaiman Zuhdi	Sda	Shalat Jum'at
6	Drs. H. Ramli Husin	Sda	Sda
7	Dr. Khairunnas Ja Mal, MA	Sda	Sda
8	Drs. H.Maghfirah, Ma	Sda	Sda
9	Drs.H.M.Nasir Jamal	Sda	Sda
10	Afrizal Husin, Sag	Sda	Sda

2) Program dan Kegiatan

1. Divisi Imarah

a. Bidang Ibadah:

- 1) Pelayanan dan pengaturan ibadah shalat jum'at lima waktu dan shalat sunnat lainnya.

- 2) Pelayanan dan pengaturan ibadah shalat Jum'at.
- 3) Pelayanan dan pengaturan kegiatan Ramadhan.
- 4) Pelayanan dan pengaturan kegiatan ibadah Idul Fitri dan Idul Adha.
- 5) Menyusun dan mengatur jadwal imam, khatib Jum'at, bilal mu'adzin shalat fardhu dan shalat Jum'at

b. Bidang dakwah atau sosial kemasyarakatan:

- 1) Pelayanan dan pengaturan zakat fitrah dan zakat harta.
- 2) Pelayanan dan pengaturan ibadah Qurban.
- 3) Memperingati hari besar Islam.
- 4) Melaksanakan kegiatan tabligh akbar dan dakwah lainnya.
- 5) Pelayanan terhadap *mua'allaf* (masuk Islam).

2. Divisi Usaha

a. Bidang Usaha Jasa:

- 1) Pelayanan dan pengaturan jasa pemakaian fasilitas masjid dan fasilitas pendukung masjid untuk kegiatan masyarakat di bidang keagamaan.
- 2) Pelayanan dan pengaturan jasa pemakaian fasilitas pendukung masjid untuk berbagai kegiatan masyarakat yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.

b. Bidang Usaha Mandiri:

- 1) Membangun dan mengembangkan usaha mandiri, guna mendapatkan sumber dana non APBD untuk keperluan biaya operasional masjid, melalui pembangunan dan pengembangan usaha di bidang jasa, perdagangan dan perkebunan.

3. Divisi Tarbiyah

c. Bidang Pendidikan Formal:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan Taman Kanak-kanak, dan Sekolah Dasar yang unggul dan berciri Islam di lingkungan Masjid Raya An-Nur.
- 2) Menyusun program pengembangan pendidikan yang unggul dan berciri Islam sebagai pedoman unit pendidikan di lingkungan Masjid Raya An-Nur.
- 3) Menyiapkan program penerimaan murid baru Taman Kanak-kanak dan Sekolah Dasar Islam Terpadu serta sosialisasi kepada masyarakat dan instansi terkait.
- 4) Merekrut tenaga kependidikan (Kepala Sekolah, guru dan tenaga administasi) untuk keperluan penyelenggaraan pendidikan dan memberikan bekal pengetahuan melalui bimbingan, pelatihan teknis .

d. Bidang Pendidikan Non Formal dan Remaja Masjid:

- 1) Membenahi Adminsitration TPA/PDTA.
- 2) Membina Ikatan Remaja Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau.
- 3) Membina Majelis Taklim Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau.
- 4) Membina *halaqah qira'atul* kutub.
- 5) Membina Taman Pendidikan Al-Qur'an dan Dinah Awaliyah Takmiliyah.

B. Deskripsi Data

1. Identitas Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian sangat penting untuk mengetahui jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan yang dijadikan sampel. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian berdasarkan apa yang ada di angket diidentifikasi karakteristik yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, penghasilan diambil dari sudut pandang masyarakat dapat dijadikan sampel sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 15: Jenis Kelamin Responden Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

Jenis Kelamin	Orang	Persentase
Laki-laki	41	41%
Perempuan	59	59%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak yaitu 59 orang atau sebesar 59% , dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 41 orang atau sebesar 41%.

b. Umur

Tabel 16: Umur Responden Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

Umur	Orang	Persentase
< 17 tahun	0	0%
17-29 tahun	66	66%
30-39 tahun	16	16%
40-49 tahun	10	10%
>50 tahun	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa umur responden 17-29 tahun jauh lebih banyak dengan jumlah 66 orang atau sebesar 66%, kemudian yang terbanyak kedua yaitu umur 30-39 tahun dengan jumlah 16 orang atau sebesar 16%, terbanyak ketiga yaitu umur 40-49 tahun dengan jumlah 10 orang atau sebesar 10%, terbanyak ke empat yaitu umur >50 tahun dengan jumlah 8 orang atau 8%, sementara untuk responden <17 tahun tidak ada.

c. Pendidikan

Tabel 17: Pendidikan Terakhir Responden Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

Pendidikan	Orang	Persentase
SD/MI	2	2%
SMP/MTS	6	6%
SMA/SMK/MA	55	55%
Akademi/Diploma	10	10%
Sarjana	22	22%
Pasca Sarjana	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan 2021

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir responden paling banyak pertama yaitu SMA/SMK/MA dengan jumlah 55 orang atau sebesar 55%, terbanyak kedua yaitu Sarjana dengan jumlah 22 orang atau sebesar 22%, terbanyak ke tiga yaitu Akademi/Diploma dengan jumlah 10 orang atau sebesar 10%, terbanyak ke empat yaitu SMP/MTS dengan jumlah 6 orang atau sebesar 6%, terbanyak ke lima yaitu Pasca Sarjana dengan jumlah 5 orang atau sebesar 5%, terbanyak ke 6 yaitu SD/MI dengan jumlah 2 orang atau sebesar 2%.

d. Pekerjaan

Tabel 18: Pekerjaan Responden Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

Pekerjaan	Orang	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	35	35%
Guru/Dosen	5	5%
Petani/Pekebun	1	1%
Pedagang	2	2%
Karyawan	10	10%
Wiraswasta	10	10%
PNS	7	7%
TNI/POLRI	3	3%
Lain-lain	27	27%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan 2021

Dari tabel 14 terlihat bahwa responden yang terbanyak pada profesi Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 35 orang atau 35 %.

2. Hasil Rekapitulasi Angket Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

a. Kekuatan

Berikut adalah tanggapan responden berdasarkan faktor Kekuatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 19: Rekapitulasi Hasil Angket Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

No	Kekuatan					Total
	STS	TS	N	S	SS	
1	0	0	0	0	100	100
2	0	0	0	4	96	100
3	0	0	3	15	82	100
4	0	0	0	29	71	100
5	0	0	0	5	95	100
6	0	0	0	4	96	100
7	0	0	0	5	95	100
8	0	0	0	8	92	100
Jumlah	0	0	3	70	727	800

Nilai Skor	1	2	3	4	5	
Total Skor	0	0	9	280	3635	3924
Persentase Skor	0	0	0,23	7.14	92.64	100
Rata-rata						1,51

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan hasil rekapitulasi angket diatas dapat dilihat dari butir pertanyaan tabel diatas (kekuatan) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan persentase skor 92.64%. Selanjutnya responden yang menjawab setuju sebesar 7.14%, responden yang menjawab netral dengan skor 0.23% dan untuk persentase tidak setuju dengan skor 0%, kemudian untuk persentase sangat tidak setuju dengan skor 0%. Jumlah butir pertanyaan sebagai indikator kekuatan adalah 8 butir pertanyaan.

b. Kelemahan

Berikut adalah tanggapan responden berdasarakan faktor Kelemahan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 20: Rekapitulasi Hasil Angket Tentang Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

No	Kelemahan					Total
	STS	TS	N	S	SS	
1	0	4	3	56	37	100
2	0	0	0	75	25	100
3	0	0	0	68	32	100
4	0	1	1	88	10	100
5	0	1	2	71	26	100
6	0	0	0	57	43	100
Jumlah	0	6	6	415	173	600
Nilai Skor	1	2	3	4	5	
Total Skor	0	12	18	1660	865	2555

Persentase Skor	0	0,47	0,7	64,97	33,86	100
Rata-rata						2,56

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan hasil rekapitulasi angket diatas dapat dilihat dari butir pertanyaan tabel diatas (kelemahan) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab Setuju dengan persentase 64.97% . selanjutnya responden yang menjawab Sangat Setuju dengan persentase 33.86%, responden yang menjawab Netral dengan persentase 0.7%, dan untuk responden yang menjawab Tidak Setuju dengan persentase 0.47% sedangkan untuk responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju dengan persentase 0%. Jumlah butir pertanyaan sebagai indikator ancaman adalah 6 butir.

c. Peluang

Berikut adalah tanggapan responden berdasarkan faktor Peluang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 21: Rekapitulasi Hasil Angket Tentang Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

No	Peluang					Total
	STS	TS	N	S	SS	
1	0	0	0	5	95	100
2	0	0	0	17	83	100
3	0	11	0	47	42	100
4	0	2	5	53	40	100
Jumlah	0	13	5	122	260	400
Nilai Skor	1	2	3	4	5	
Total Skor	0	26	15	488	1300	1829
Persentase Skor	0	1,42	0,82	26,68	71,07	100
Rata-rata						1,83

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan hasil rekapitulasi angket diatas dapat dilihat dari butir butir pertanyaan tabel diatas (Peluang) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang menjawab Sangat Setuju dengan jumlah persentase 71.07% . Selanjutnya responden yang menjawab Setuju dengan jumlah persentase 26.68%, sedangkan responden yang menjawab Netral dengan jumlah persentase 0.82%, dan untuk responden yang menjawab Tidak Setuju dengan jumlah persentase 1.42% , kemudian untuk responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju dengan jumlah persentase 0%. Jumlah butir pertanyaan sebagai indikator peluang adalah 4 butir pertanyaan.

d. Ancaman

Berikut adalah tanggapan responden berdasarkan faktor Ancaman dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 22: Rekapitulasi Hasil Angket Tentang Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau

No	Ancaman					Total
	STS	TS	N	S	SS	
1	0	20	7	50	23	100
2	0	25	10	43	22	100
3	0	4	2	72	22	100
4	0	1	2	65	32	100
Jumlah	0	50	21	230	99	400
Nilai Skor	0	2	3	4	5	
Total Skor	0	100	63	920	495	1578
Persentase Skor	0	6.33	3.99	58.30	31.36	100
Rata-rata						1,58

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan hasil rekapitulasi angket diatas dapat dilihat dari butir pertanyaan tabel diatas (Ancaman) dapat diketahui bahwa sebagian besar

responden yang menjawab Setuju dengan jumlah persentase 58.30%. Selanjutnya responden yang menjawab Sangat Baik dengan jumlah persentase 31.36%, sedangkan responden yang menjawab Netral dengan jumlah persentase 3,99%, dan responden yang menjawab Tidak Setuju dengan jumlah persentase 6.33%. Selanjutnya responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju dengan jumlah persentase 0%. Jumlah butir pertanyaan sebagai indikator ancaman adalah 4 butir pertanyaan.

C. Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan *mixed method* (kualitatif dan kuantitatif). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian (Sanusi,2014:13).

1. Perumusan Matriks IFAS dan EFAS

a. Pembobotan dan Pemberian Rating

Untuk pembobotan dan pemberian rating digunakan untuk mengetahui nilai IFAS dan EFAS yang nanti akan digunakan untuk melihat strategi menggunakan matriks IE. Untuk itu, menggunakan cara sebagai berikut:

- 1) Menghitung jumlah jawaban per pertanyaan indikator.

Menghitung semua total jawab pertanyaan untuk semua total responden.

2) Menghitung bobot indikator.

Menghitung bobot indikator menggunakan cara total jumlah dibagi dengan jumlah responden.

3) Mencari bobot item.

Cara mencari bobot item menggunakan untuk menyertakan nilai pada setiap indikator. Nilai setiap indikator tidak ada yang lebih dari 4. Caranya adalah dengan membagi bobot indikator dengan total bobot faktor internal (Kelemahan dan Kelemahan) atau eksternal (Peluang dan Ancaman).

4) Pemberian rating.

Pemberian rating digunakan untuk melihat strategi bahaya dari per indikator. Seperti untuk indikator (Kekuatan) pemberian nilai rating adalah yang bersifat positif semua variabel yang masuk kategori kekuatan +1 sampai +4 sangat baik, sedangkan indikator (Kelemahan) pemberian nilai rating jika bersifat negatif maka diberi rating +1 namun jika kelemahan tidak terlalu besar maka diberi nilai rating +4, begitupun dengan indikator untuk (Peluang) jika bersifat positif atau peluangnya semakin besar maka diberi rating +4, tetapi jika peluangnya semakin kecil maka diberi rating +1, dan untuk indikator (Ancaman) adalah kebalikannya misalnya faktor bersifat negatif dan nilai ancamannya sangat besar maka diberi nilai rating +4.

5) Mencari nilai IFAS dan EFAS.

Caranya dengan mengalikan bobot item per indikator dengan rating. setelah

itu mentotalkan semuanya dan menyesuaikan kelompok indikator (IFAS atau EFAS) untuk memasukkan nilai tersebut pada matriks IE.

Berikut ini adalah indikator bobot Kekuatan:

Tabel 23:Indikator Bobot Kekuatan

No	Indikator	Jumlah	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
1	Merupakan salah satu ikon dari Kota Pekanbaru.	500	2,00	0,1111	4	0,4443
2	Memiliki halaman yang luas dan indah serta memiliki tempat parkir yang luas.	496	1,98	0,1102	3	0,3306
3	Petugas ramah dalam melayani pengunjung.	479	1,92	0,1064	4	0,4256
4	Jumlah karyawan yang bekerja di Masjid Raya An-Nur cukup banyak.	471	1,88	0,1046	4	0,4184
5	Dikenal sebagai masjid termegah di Pekanbaru yang mirip Taj Mahal.	495	1,98	0,1100	4	0,4400
6	Dihalaman Masjid Raya An-Nur terdapat tanaman kurma.	496	1,98	0,1102	3	0,3306
7	Terdapat beberapa fasilitas seperti tingkat atas khusus untuk shalat dan tingkat bawah untuk mengaji.	495	1,98	0,1100	4	0,4400
8	Tersedianya fasilitas memadai seperti hotel, rumah makan, rumah sakit transportasi dan lain-lain	492	1,97	0,1093	4	0,4372
Rata-rata bobot		1,96				

Sumber: Data Olahan 2021

Berikut ini adalah indikator bobot Kelemahan:

Tabel 24: Indikator Bobot Kelemahan

No	Indikator	Jumlah	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
1	Kurangnya fasilitas pendukung yang terdapat dihalaman Masjid Raya An-Nur seperti gazebo salah satu fasilitas untuk bersantai.	426	1,70	0,0946	4	0,3784
2	Masih banyak terdapat ruang kosong yang bias di manfaatkan sebagai fasilitas penunjang seperti <i>cafe</i> syariah dan tokoh busana muslimah.	425	1,70	0,0944	3	0,2832
3	Belum diadakannya fasilitas pendukung yang dapat menjadi pemasukan seperti penjualan cinderamata	432	1,73	0,0960	4	0,3840
4	Belum diadakannya kegiatan ekonomi berbasis syariah seperti Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah dan lain-lain.	407	1,63	0,0904	4	0,3616
5	Belum optimalnya perencanaan program Tagfidzul Qur'an.	422	1,69	0,0938	4	0,3752
6	Belum adanya pemandu wisata.	443	1,77	0,0984	4	0,3936
Rata-rata bobot			1,70			

Sumber: Data Olahan 2021

Berikut ini adalah indikator bobot peluang:

Tabel 25: Indikator Bobot Peluang

No	Indikator	Jumlah	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
1	Mempromosikan Masjid Raya An-Nur melalui Media Sosial seperti <i>Instagram, Facebook, Youtube</i> dan lain-lain.	495	1,98	0,1100	4	0,4400

2	Meng- <i>upload event</i> melalui <i>Instagram, Facebook</i> dan <i>Youtube</i> .	483	1,93	0,1073	3	0,3219
3	Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.	400	1,60	0,0889	4	0,3666
4	Dapat menambah pemasukan kepada yang lain seperti hotel, rumah makan, penjualan pernik pernik dan lain-lain.	431	1,72	0,0958	4	0,3832
Rata-rata bobot		1,81				

Sumber: Data Olahan 2021

Berikut ini adalah indikator bobot Ancaman:

Tabel 26: Indikator Bobot Ancaman

No	Indikator	Jumlah	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
1	Persaingan dengan objek wisata unggulan lainnya.	376	1,50	0,0835	4	0,3340
2	Terdapat pariwisata berbasis budaya lokal dari Kabupaten lain.	362	1,45	0,0804	3	0,2413
3	Porsi perhatian ke wisata non religi lebih besar dibandingkan dengan wisata religi.	412	1,65	0,0915	4	0,3660
4	Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata.	428	1,71	0,0951	4	0,3804
Rata-rata bobot		1,58				

Sumber: Data Olahan 2021

b. Matriks IFAS

Untuk mengetahui hasil dari indikator kekuatan dan kelemahan dilihat dari bobot item dikali dengan rating dan melihat hasil total akhir untuk penentuan di matriks IE.

Tabel 27: Matriks IFAS

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
Kekuatan					
1	Merupakan salah satu ikon dari Kota Pekanbaru.	2,00	0,1111	4	0,4444
2	Memiliki halaman yang luas dan indah serta memiliki tempat parkir yang luas.	1,98	0,1102	3	0,3306
3	Petugas ramah dalam melayani pengunjung.	1,92	0,1064	4	0,4256
4	Jumlah karyawan yang bekerja di Masjid Raya An-Nur cukup banyak.	1,88	0,1046	4	0,4184
5	Dikenal sebagai masjid termegah di Pekanbaru yang mirip Taj Mahal.	1,98	0,1100	4	0,4400
6	Dihalaman Masjid Raya An-Nur terdapat tanaman kurma.	1,98	0,1102	3	0,3306
7	Terdapat beberapa fasilitas seperti tingkat atas khusus untuk shalat dan tingkat bawah digunakan untuk mengaji.	1,98	0,1100	4	0,4400
8	Tersedianya fasilitas memadai seperti hotel, rumah makan, rumah sakit, transportasi dan lain-lain.	1,97	0,1093	4	0,4372
Kelemahan					
No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
1	Kurangnya fasilitas pendukung yang terdapat di halaman Masjid Raya An-Nur seperti gazebo salah satu fasilitas dengan ruang terbuka untuk bersantai.	1,70	0,0946	4	0,3784
2	Masih banyak terdapat ruang kosong yang bisa dimanfaatkan sebagai fasilitas penunjang seperti <i>cafe</i> syariah, dan tokoh busana muslimah.	1,70	0,0944	3	0,2832
3	Belum diadakannya fasilitas pendukung yang dapat menjadi pemasukan seperti penjualan cinderamata.	1,73	0,0960	4	0,3840
4	Belum diadakannya kegiatan ekonomi berbasis syariah seperti Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah dan lain-lain.	1,63	0,0904	4	0,3616
5	Belum optimalnya perencanaan	1,69	0,0938	4	0,3752

	program Tahfidzul.				
6	Belum adanya pemandu wisata.	1,77	0,0984	4	0,3936
Rata-rata bobot		5,44			

Dan hasil dari bobot item dikali dengan rating yaitu dengan jumlah total 5,44.

c. Matriks EFAS

Untuk mengetahui hasil dari indikator peluang dan ancaman dilihat dari bobot item dikali dengan rating dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 28: Matriks EFAS

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
Peluang					
1	Mempromosikan Masjid Raya An-Nur melalui Media Sosial seperti <i>Instagram, Facebook, Youtube</i> dan lain-lain.	1,98	0,1100	4	0,4400
2	Meng- <i>upload event</i> melalui <i>Instagram, Facebook</i> dan <i>Youtube</i> .	1,93	0,1073	3	0,3219
3	Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.	1,60	0,0889	4	0,3556
4	Dapat menambah pemasukan kepada yang lain seperti hotel, rumah makan, penjualan pernak pernik dan lain-lain.	1,72	0,0958	4	0,3832
Ancaman					
No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
1	Persaingan dengan objek wisata unggulan lainnya.	1,50	0,0835	4	0,3340
2	Terdapat pariwisata berbasis budaya lokal dari Kabupaten lain.	1,45	0,0804	3	0,2412
3	Porsi perhatian ke wisata non religi lebih besar dibandingkan dengan wisata religi.	1,65	0,0915	4	0,3660
4	Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata.	1,71	0,0951	4	0,3804
Rata-rata bobot		2,83			

Dari hasil total bobot item dikali dengan rating dengan total 2,83.

2. Pencocokan Matriks SWOT dan Matriks IE

Berdasarkan keterangan pada tabel Internal Faktor Strategi Eksternal Faktor Strategi (IFAS/EFAS) tersebut maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Strategi SO (*Strenght dan Opportunity*)

Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan potensi guna untuk menangkap peluang yang ada dan mengatasi strategi dari kekuatan dan peluang. Dengan cara mengelola dan mengoptimalkan potensi daya tarik wisata yang menjadi unggulan, serta meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial untuk mendukung peningkatan aktivitas penunjang.

b. Strategi WO (*Weaknesses dan Opportunity*)

Strategi ini dilakukan untuk mengatasi kelemahan dari peluang dengan meningkatkan upaya pengembangan sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan atau aktivitas pengunjung serta membuat sistem promosi yang baik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

c. Strategi ST (*Strenght dan Threats*)

Strategi ini dilakukan berguna untuk mengatasi kekuatan dari ancaman yang ada. Dengan cara mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata.

d. Strategi WT (*Weaknesses dan Treats*)

Strategi ini dilakukan berguna untuk mengatasi kekuatan dari ancaman dengan cara mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan wisata religi.

Tabel 29: Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan –S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan salah satu ikon dari Kota Pekanbaru. 2. Memiliki halaman yang luas dan indah serta memiliki tempat parkir yang luas . 3. Petugas ramah dalam melayani pengunjung. 4. Jumlah karyawan yang bekerja di Masjid Raya An-Nur cukup banyak. 5. Dikenal sebagai masjid termegah di Pekanbaru yang mirip Taj Mahal. 6. Dihalaman Masjid Raya An-Nur terdapat tanaman kurma. 7. Terdapat beberapa fasilitas seperti tingkat atas digunakan untuk shalat dan tingkat bawah digunakan untuk mengaji. 8. Tersedianya fasilitas memadai seperti hotel, rumah makan, rumah sakit, transportasi dan lain-lain. 	<p>Kelemahan – W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya fasilitas pendukung yang terdapat di halaman Masjid Raya An-Nur seperti gazebo salah satu fasilitas dengan ruang terbuka untuk bersantai. 2. Masih banyak terdapat ruang kosong yang bisa dimanfaatkan sebagai fasilitas penunjang seperti <i>cafe</i> syariah dan tokoh busana muslimah. 3. Belum diadakannya fasilitas pendukung yang dapat menjadi pemasukan seperti penjualan cinderamata. 4. Belum diadakannya kegiatan ekonomi berbasis syariah seperti Asuransi Syariah dan Pegadaian Syariah. 5. Belum optimalnya perencanaan program Tahfidzul Qur'an. 6. Belum adanya pemandu wisata.
<p>Peluang – O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempromosikan Masjid Raya An-Nur 	<p>SO – S0strategi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengelola dan 	<p>WO –Strategi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan

<p>melalui Media Sosial seperti <i>Instagram, Facebook, Youtube</i> dan lain-lain.</p> <p>2. Meng-<i>upload event</i> melalui <i>Instagram Facebook</i> dan <i>Youtube</i>.</p> <p>3. Terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.</p> <p>4. Dapat menambah pemasukan kepada yang lain seperti hotel, rumah makan, penjualan pernak pernik dan lain-lain.</p>	<p>mengoptimalkan potensi daya tarik wisata yang menjadi unggulan.</p> <p>2. Meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial untuk mendukung peningkatan aktivitas pengunjung.</p>	<p>upaya pengembangan sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan atau aktivitas pengunjung.</p> <p>2. Membuat sistem promosi yang baik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.</p>
<p>Ancaman – T</p> <p>1. Persaingan dengan objek wisata unggulan lainnya.</p> <p>2. Terdapat pariwisata berbasis budaya lokal dari Kabupaten lain.</p> <p>3. Porsi perhatian ke wisata non religi lebih besar dibandingkan dengan wisata religi.</p> <p>4. Kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga objek wisata.</p>	<p>ST – Strategi</p> <p>1. Mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata.</p>	<p>WT – Strategi</p> <p>1. Mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan wisata religi.</p>

Sumber: Data Olahan 2021

3. Matriks IE (IFAS dan EFAS)

Matriks IE adalah penentuan hasil total dari matriks IFAS dan EFAS yang menentukan nilai berpotensi atau tidaknya dari hasil nilai total tabel IFAS dan EFAS.

Tabel 30: Matriks IE**Tabel nilai IFAS**

Kuat rata-rata Lemah
4.0 3.0 2.0 1.0

Tinggi

3.0

Sel I	Sel II	Sel III
Sel IV	Sel V	Sel VI
Sel VII	Sel VIII	Sel IX

Sedang

2.0

Rendah

1.0

**Tabel
nilai
EFAS**

4. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)

Tahap akhir setelah tahap pencocokan adalah tahap keputusan. Pada tahap ini, pemilihan strategi dapat dilakukan dengan memberi peringkat strategi pada skala 1 hingga 4, sehingga daftar prioritas strategi terbaik dapat dihasilkan. Memilih dan menentukan strategi terbaik dan paling tepat melalui pendekatan analisis Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) dimungkinkan. Langkah-langkah penggunaan Matriks QSPM di dalam proses penetapan keputusan adalah sebagai berikut:

- Membuat daftar peluang atau ancaman eksternal kunci dan kekuatan atau kelemahan internal kunci dari usaha di kolom kiri QSPM.
- Memberi bobot pada setiap faktor eksternal dan internal.
- Mengevaluasi matriks-matriks pada tahap pencocokan dan identifikasi

alternatif strategi yang harus dipertimbangkan perusahaan untuk diterapkan.

- d. Menentukan nilai daya tarik atau *Atractiveness Score* (AS) yang didefinisikan sebagai angka yang menunjukkan daya tarik relatif masing-
- e. masing strategi pada suatu rangkaian alternatif tertentu.
- f. Jangkauan untuk nilai daya tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, 4 = sangat menarik. Menghitung Total Nilai Daya Tarik atau *Total Atractiveness Score* (TAS). TAS diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dengan nilai AS.
- g. Menghitung penjumlahan Total Nilai Daya Tarik atau *Sum Total Atractiveness Score* (STAS) Nilai STAS tertinggi menyatakan strategi yang lebih menarik dari masing-masing rangkaian alternatif strategi yang ada.

Berdasarkan langkah-langkah di atas maka didapatkan Matriks

Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) sebagai berikut:

Gambar 14: Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM)

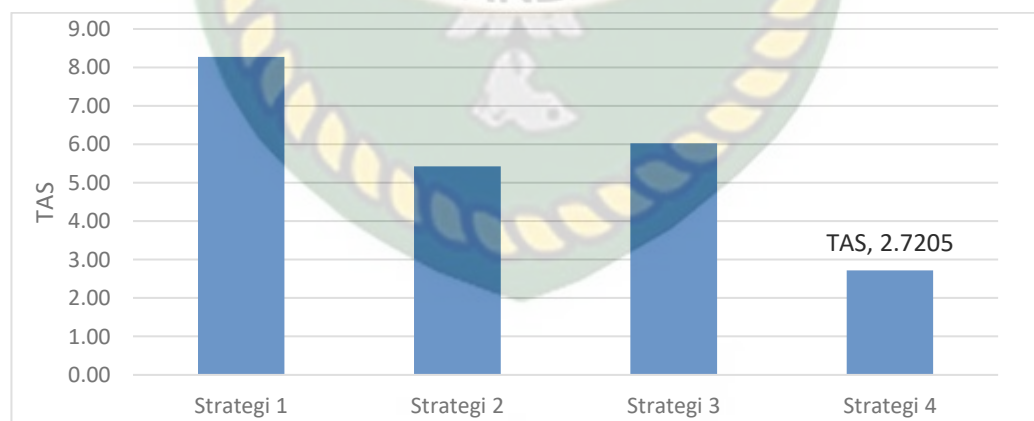
Faktor Strategis	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
S1	0,1111	4	0,4444	2	0,2222	2	0,4444	2	0,2220
S2	0,1102	3	0,3306	2	0,1653	2	0,0826	3	0,0275
S3	0,1064	4	0,4256	2	0,2128	3	0,6384	4	0,1596
S4	0,1046	4	0,4184	3	0,1394	2	0,2788	2	0,1394
S5	0,1100	4	0,4400	2	0,2200	3	0,0733	2	0,0366
S6	0,1102	3	0,3306	3	0,1102	2	0,2204	2	0,1102
S7	0,1100	4	0,4400	3	0,1466	2	0,1466	2	0,1466
S8	0,1093	4	0,4372	2	0,2146	3	0,0715	3	0,0283
W1	0,0946	4	0,3784	2	0,1892	2	0,7568	2	0,3784

W2	0,0944	3	0,2832	2	0,1416	4	0,0354	2	0,0177
W3	0,0960	4	0,3840	3	0,1280	2	0,2560	2	0,1280
W4	0,0904	4	0,3616	2	0,1808	4	0,0312	2	0,0156
W5	0,0938	4	0,3752	3	0,1251	2	0,2502	2	0,1251
W6	0,0984	4	0,3936	2	0,1968	2	0,3936	2	0,1968
1,4376									
O1	0,1100	4	0,4400	2	0,2200	3	0,6600	3	0,2200
O2	0,1073	3	0,3219	3	0,1073	2	0,2146	2	0,2146
O3	0,0889	4	0,3666	2	0,1830	4	0,0457	2	0,0228
O4	0,0958	4	0,3832	2	0,1916	3	0,5748	3	0,1916
T1	0,0835	4	0,3340	2	0,1670	4	0,1670	3	0,0556
T2	0,0804	3	0,2413	3	0,0804	2	0,1608	2	0,0804
T3	0,0915	4	0,3660	2	0,1830	4	0,0457	3	0,0452
T4	0,0951	4	0,3804	2	1,9020	4	0,4755	3	0,1585
0,75 8,2762 5,4269 6,0233 2,7205									

Sumber: Data Olahan 2021

Dibawah ini merupakan matriks perencanaan strategis kuantitatif adalah sebagai berikut:

Gambar 15: Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif



Sumber: Data Olahan 2021

Hasil kuesioner tentang pemilihan alternatif strategi menunjukkan tentang alternatif strategi yang paling diminati oleh responden. Alternatif strategi dengan nilai *Sum Total Attractiveness Score* (STAS) tertinggi merupakan strategi yang

menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan Matriks QSPM, diperoleh tingkat prioritas strategi pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau yaitu:

1. Mengelola dan mengoptimalkan potensi daya tarik wisata yang menjadi unggulan, serta meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial untuk mendukung peningkatan aktivitas pengunjung. Strategi ini mendapatkan nilai TAS strategi ini 8,2762.
2. meningkatkan upaya pengembangan sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan atau aktivitas pengunjung, serta membuat sistem promosi yang baik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Strategi ini mendapatkan nilai TAS 5,4269.
3. Mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata. Strategi ini mendapatkan nilai TAS 6,0233.
4. Mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan wisata religi. Strategi ini mendapatkan nilai TAS 2,7205.

D. Pembahasan

Penelitian ini tentang strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada analisis kualitatif yang digunakan untuk menganalisis secara gambaran umum tentang latar belakang penelitian sebagai bahan penelitian dan dengan menggunakan metode analisis SWOT dan menggunakan matriks SWOT, matriks IFAS dan matriks EFAS dan Matriks IE.

Sebelum memasuki topik pembahasan, penulis mengemukakan kembali apa itu strategi, menurut Yunus (2016:10) strategi adalah kombinasi hal-hal yang perlu dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dan dibatasi oleh waktu serta sumber daya. Adapun teknik yaitu metode, langkah, ataupun alat yang diterapkan untuk mendapat hasil terukur dalam menjalankan strategi.

Pada penelitian ini terdapat konsep operasional analisis SWOT yang terdiri dari faktor Kekuatan, Kelemahan, Ancaman, dan Peluang. Yang memiliki pengaruh kepada faktor indikator strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau. Keempat indikator dari konsep operasional analisis SWOT, merupakan gambaran dari hasil analisis SWOT yang ada di Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau.

Berdasarkan analisis secara analisis SWOT penelitian, melakukan penelitian ini maka dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh yang positif yang dapat dilihat dari matriks IE, dari ke dua belas indikator SWOT antara dimensi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman. Jika strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur mampu menjadi wisata religi dengan baik. Ini telah dibuktikan dari tabel IFAS dengan nilai 5,44 dan tabel matriks EFAS dengan nilai total 2,83. Dan ini juga telah didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rusby, Arif (2015) yang menunjukkan hasil analisis SWOT dalam pengembangan pariwisata syariah di Indonesia Provinsi Riau cukup baik.

Penulis juga telah melakukan pengujian antara matriks IFAS dan matriks EFAS merupakan bentuk lain yang digunakan untuk menentukan nilai atau *cell* di

matriks IE untuk mengetahui hasil antara dari strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Diketahui bahwa besar nilai total dari tabel IFAS di matriks IE berada di sel 4 dengan nilai 5,44 lebih besar dari pada tabel EFAS di matriks IE berada di sel 3 dengan nilai sebesar 2,83 ini menunjukkan bahwa hasil pembobotan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh, diperoleh hasil bahwa faktor-faktor internal IFAS (Kekuatan dan Kelemahan) dengan nilai yaitu 5,44 lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan faktor eksternal EFAS (Peluang dan Ancaman) dengan nilai 2,83.

Dengan demikian, dari penjelasan secara teori dari hasil penghitungan dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS dengan hasil akhir menggunakan IE memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau sehingga dapat meningkatkan strategi pengembangan Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan matrik SWOT dari beberapa faktor internal, berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman untuk menentukan strategi pengembangan wisata religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau terdapat beberapa strategi yaitu :

1. Dengan cara mengelola dan mengoptimalkan potensi daya tarik wisata yang menjadi unggulan, serta meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial untuk mendukung peningkatan aktivitas penunjang.

2. Meningkatkan upaya pengembangan sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan atau aktivitas pengunjung serta membuat sistem promosi yang baik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.
3. Mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata.
4. Mengoptimalkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan wisata religi.

Berdasarkan analisis QSPM, dari empat strategi terdapat dua strategi yang menjadi prioritas. Strategi prioritas pertama yang harus dilakukan adalah mengelola dan mengoptimalkan potensi daya tarik wisata menjadi unggulan, serta meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial untuk mendukung peningkatan aktivitas pengunjung. Strategi kedua adalah mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya yang membahas Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau, maka penulis dapat menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil matriks IE (IFAS dan EFAS) diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Strategi Pengembangan Wisata Religi Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau.
2. Dari hasil matriks EFAS diketahui bahwa terdapat nilai total yang lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan nilai matriks IFAS.
3. Berdasarkan analisis QSPM, strategi prioritas pertama yang harus dilakukan adalah mengelola dan mengoptimalkan potensi daya tarik wisata menjadi unggulan, serta meningkatkan kinerja pengelola pariwisata dengan melengkapi fasilitas sosial untuk mendukung peningkatan aktivitas pengunjung. Strategi kedua adalah mengoptimalkan potensi dan keunikan objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan antaranya adalah sebagai berikut:

1. Perlunya pengadaan kotak saran untuk kemajuan Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau .
2. Pemanfaatan teknologi informasi perlu ditingkatkan untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi-potensi wisata kepada masyarakat luas, pemanfaatan teknologi informasi juga dapat menarik investor-investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha peningkatan objek wisata.
3. Mengembangkan destinasi pariwisata melalui pemanfaatan ruang secara optimal dengan memanfaatkan budaya dan potensi keunikan lokal daerah sebagai penggerak peningkatan kontribusi dalam sector pariwisata.
4. Fasilitas publik serta sarana dan prasarana sebaiknya diperbaharui dan harus lebih sering memperhatikan perawatan, selain itu pengadaan administrasi terhadap pengunjung yang datang juga bisa diadakan, karena juga berguna sebagai pendataan dan keperluan penting lainnya.
5. Kegiatan hari besar Islam lebih difokuskan di Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau dengan mengikutsertakan masyarakat secara umum.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku

- Arjana,I Gusti Bagus,2016, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, PT Raja Grafindo Pesrsada, Jakarta.
- Ahmad,2020, *Manajemen Strategis*, CV Nas Media Pustaka, Makasar.
- Assauri, Sofjan, 2016, *Strategic Manajement*, Raja Grafindo Persada, Depok..
- Bungin,Burhan 2015, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, ekonomi, dan kebijakan*, Prenada Media Grup, Jakarta.
- Bafadhal, Aniesa Samira, 2018, *Perencanaan Bisnis Pariwisata (Pendekatan Lean Planing)*, UB Press, Malang.
- Bawazir, Tohir, 2013, *Panduan Praktis Wisata Syariah,Pustaka Al-Kautsar*, Jakarta Timur.
- Fitrah, & Luthfiyah, 2017, *Penelitian Kualitatif Tindakan Kelas & Studi Kasus*, CV Jelak, Jawa Barat.
- Haning, Mohamad Thahir, Dkk, 2020, *Public Trust Dalam Pelayanan Publik Konsep Dimensi dan Strategi*, UPT Unhas Press,Makasar.
- Judisseno, Rimsky, 2017,*Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisataaan Suatu Tujuan Tentang Kebijakan pengembangan*,PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Laksana, Sigit Dwi, 2020, *Tumpuk Mempesona*, Ummuh Ponogoro Press,Ponogoro.
- Masrurun, Zam Zam, 2020, *Pengembangan Pariwisata Olahraga*, CV Amerta Media, Jawa Tengah.
- Nuriata, 2014, *Perencanaan dan Pelaksanaan Perjalanan Wisata Konsep dan Aplikasi*, CV Alfabeta, Bandung.
- Nur'aini, Fajar,2020, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*, Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta.
- Pahlevi, Syah Andreas, Dkk 2018, *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Nasional*, CV OxyConsultant, Surabaya.

Rangkuti, Freddy, 2018, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sanusi, Anwar, 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.

Sasmito, Cahyo, Dkk, 2020, *Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pariwisata*, CV IRDH, Purwokerto.

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Alfabeta, Bandung

Utama, Rai Bagus Gusti I, 2017, *Pemasaran Pariwisata*, CV Andi Offset, Yogyakarta.

Yunus, Eddy, 2016, *Manajemen Strategis*, CV Andi Offset, Yogyakarta

Zeanuri, Muchamad, 2012, *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep dan Aplikasi*, e-Gov Publishing, Yogyakarta.

Sumber Skripsi

Yusuf, Muhammad, 2017, Analisis Pengetahuan Masyarakat Kota Pekanbaru tentang Wisata Syariah, Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Pekanbaru.

Alprionita, Reni, 2019, Potensi Pengembangan Wisata Religi Masjid Jamik Air Tiris Kabupaten Kampar

Sumber Jurnal

Arif, Muhammad, Marina Zulfa, dan Astri Ayu Purwati, 2020, Potensi Pasar Modern Syariah dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat Kota Pekanbaru, *Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol.4 No.1 p 182-195.

Arif, Muhammad, 2018, Analisis Rekrutmen dan Penempatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Hotel Oase, *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, Vol.15 No.1, p 42-63.

Bakhri, Boy Samsul, 2011, Sistem Ekonomi Islam dalam Perbandingan. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, Vol, 8, No.1, p 42-49.

- Besra, Eri, 2012, Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di kota Padang, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol.12 No.1, p 23-32.
- Dina Amalina, 2017, Faktor Yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Religi Masjid Agung Islamic Center Kabupaten Rokan Hulu, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.4, No.2, p 1-3.
- Nizar, Muhammad, dan Antin Rakhmawati, 2016, Tinjauan Wisata Halal Prespektif Maqosidus Syariah Terkait Fatwa Dsn Mui Dsn-Mui No. 08, *Jurnal Istiqro*, Vol. 6. No.1, p 95-113.
- Rimet, Rimet. 2019, Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat: Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threath, *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 2. No.1, p 50-61.
- Zulkifli, Boy Syamsul Bakhri, dan Muhammad Yusuf, 2018, Analisis Pengetahuan Masyarakat Kota Pekanbaru tentang Wisata Syariah., *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, Vol. 15, No.2, p 84-103.
- Zulkifli, Muhammad Arif, 2020, Development of Sharia Tourism In Riau Province Indonesia, *Journal of Hospital, Tourism and leisure*, Vol. 9 No. 5, p 1-3.