ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH PUNCAK MAS SUKADANAHAM BANDAR LAMPUNG

Diajukan oleh

Mentari Rendayani

16918017

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI DAN KEUANGAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN JUDUL

ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH PUNCAK MAS SUKADANAHAM BANDAR LAMPUNG

TESIS

Diajukan oleh:

Mentari Rendayani

16918017

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI DAN KEUANGAN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yogyakarta, 12/12/2018

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

Dr. Unggul Priyadi, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Kamis tanggal 29 November 2018 Program Studi Ilmu Ekonomi Program Magister, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

MENTARI RENDAYANI

No. MHS. : 16918017

Konsentrasi : Ekonomi dan Keuangan Islam

Dengan Judul:

ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH PUNCAK MAS SUKADANAHAM BANDAR LAMPUNG

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I	Penguji II
Dr. Unggul Priyadi, M.Si.	Dr. Eko Atmadji, SE., M.Ec.

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Ilmu Ekonomi

Drs. Achmad Tohirin, MA., Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang tertanda dibawah ini,

Nama : Mentari Rendayani

NIM : 16918017

Konsentrasi : Megister Ekonomi dan Keuangan Islam

Judul : Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung

Menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, November 2018

Yang menyatakan,



Mentari Rendayani

NIM: 16918017

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah...

syukur yang tiada henti untuk Sang Pencipta, Allah SWT

tiada kesulitan yang menjadi kemudahan kecuali atas izin-Mu

.

hasil buah tanganku ini secara istimewa ku persembahkan

untuk kedua orang tua tercinta

Ibu dan Bapak

yang doanya selalu memenuhi semesta

yang membuatku selalu beruntung

.

doa kalian telah hadirkan keridhaan untukku

petuah kalian menuntun jalanku

peluk dan semangat kalian ridhai langkahku

.

terima kasih

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesabaran, kekuatan, kemudahan beserta rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul " Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung".

Tesis ini disusun dan diajukan dalam rangka memenuhi persyaratan wajib untuk memperoleh gelar Magister. Dalam penulisan tesis ini tentunya banyak hambatan dan masalah yang dihadapi. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dapat juga diselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan, kepada:

1) Fathul Wahid, S.T, M.Sc, Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2) Dr. Jaka Sriyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3) Drs. Achmad Tohirin, M.A, Ph.D., selaku Ketua Program Pasca Sarjana Magister Ekonomi & Keuangan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
4) Dr. Unggul Priyadi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan memberi masukan demi terselesaikannya tesis ini.

5) Dr. Eko Atmadji, SE., M.Ec., selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penyusunan tesis ini.
6) Pengajar program Magister Ekonomi dan Keuangan Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat.
7) Seluruh staf dan karyawan program pasca sarjana Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan pelayanan dan bantuan kepada penulis selama kuliah di UII.
8) Kedua orangtua dan adik-adikku yang dengan setia dan sabar memberikan, dukungan, bimbingan dan bantuan yang berupa moril maupun materil serta doa sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
9) Rekan seperjuangan MEK angkatan 13 dan sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih untuk kebaikan, ilmu, suka-duka, semoga kita semua selalu diberikan kemudahan dalam mencapai kesuksesan dunia dan akhirat.

Penulisan tesis ini mungkin masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang telah diterima maupun yang akan diterima, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Yogyakarta, November 2018

Mentari Rendayani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
BERITA ACARA UJIAN TESIS.....iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI.....ix
DAFTAR TABEL.....xii
DAFTAR GAMBAR.....1
BAB I PENDAHULUAN.....6
1.1 Latar Belakang.....6
1.2 Rumusan Masalah 14
1.3 Tujuan Penelitian.....14
1.4 Manfaat Penelitian.....15
1.5 Sistematika Penulisan.....16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....17
2.1 Wisata Syariah.....17
2.2 Potensi Wisata Syariah.....21
2.3 Pengembangan Wisata Syariah 22
2.4 Hubungan Aspek Potensi Terhadap Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung.....25
2.4.1 Aspek Atraksi terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah.....25
2.4.2 Aspek Amenitas terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah.....26
2.4.3 Aspek Aksesibilitas terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah.....27

2.4.4 Aspek *Ancillary*terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah. 28
2.5 Penelitian Terdahulu 29
2.6 Kerangka Pemikiran 32
BAB III METODE PENELITIAN 33
3.1 Definisi Operasional 33
3.2 Objek Penelitian 36
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 37
3.4 Metode Pengumpulan Data 38
3.5 Validitas dan Uji Reliabilitas 39
3.5.1 Uji Validitas 39
3.5.2 Uji Reliabilitas 39
3.6 Metode Analisis Data 40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 41
4.1 Kondisi Umum Wisata Puncak Mas 41
4.2 Hasil Penelitian Wisata Puncak Mas 44
4.2.1 Validitas dan Uji Reliabilitas 44
4.2.2 Profil Demografi Responden 47
4.2.3 Presepsi Wisatawan Terhadap Potensi Destinasi Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung. 49
4.3 Pembahasan 96
4.3.1 Potensi Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung 96
4.3.2 Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Tempat Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung ... 108
BAB V PENUTUP 126
6.1 Kesimpulan 126
6.2 Implikasi 127
6.3 Saran 127

DAFTAR PUSTAKA 129

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Komparasi Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata Syariah 19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 30
Tabel 3.1 Skoring dan Kategori 39
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Atraksi 44
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Amenitas 45
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Aksesibilitas 45
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Ancillary 46
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas 46
Tabel 4.6 Presepsi Responden Mengenai Atraksi Wisata 49
Tabel 4.7 Presepsi Responden Mengenai Wisata 50
Tabel 4.8 Presepsi Responden Mengenai Wahana Atraksi 51
Tabel 4.9 Presepsi Responden Mengenai Infomasi 52
Tabel 4.10 Presepsi Responden Mengenai Pemandangan 53
Tabel 4.11 Presepsi Responden Mengenai Makanan dan Minuman 54
Tabel 4.12 Presepsi Responden Mengenai Tempat Ibadah 55
Tabel 4.13 Presepsi Responden Mengenai Toilet 56
Tabel 4.14 Presepsi Responden Mengenai Sanitasi dan Kebesihan 57
Tabel 4.15 Presepsi Responden Mengenai Wisata Segala Usia 57
Tabel 4.16 Presepsi Responden Mengenai Wisata yang Menarik 58
Tabel 4.17 Presepsi Responden Mengenai Tersedia Tempat Ibadah 61
Tabel 4.18 Presepsi Responden Mengenai Arah Kiblat Dikamar Hotel 62
Tabel 4.19 Presepsi Responden Mengenai Suara Adzan 63
Tabel 4.20 Presepsi Responden Mengenai Makanan dan Minuman 64
Tabel 4.21 Presepsi Responden Mengenai Hotel 65
Tabel 4.22 Presepsi Responden Mengenai Sanitasi Hotel 65

Tabel 4.23 Presepsi Responden Mengenai Persyaratan Hotel 66
Tabel 4.24 Presepsi Responden Mengenai Restoran Halal 69
Tabel 4.25 Presepsi Responden Mengenai Kebersihan Restoran..... 70
Tabel 4.26 Presepsi Responden Mengenai Harga Makanan 71
Tabel 4.27 Presepsi Responden Mengenai Daftar Makanan Halal 72
Tabel 4.28 Presepsi Responden Mengenai Karyawan..... 74
Tabel 4.29 Presepsi Responden Mengenai Sikap Karyawan 75
Tabel 4.30 Presepsi Responden Mengenai Penampilan Karyawan..... 76
Tabel 4.31 Presepsi Responden Mengenai Kompetensi Karyawan 77
Tabel 4.32 Presepsi Responden Mengenai Interaksi dengan Karyawan..... 78
Tabel 4.33 Presepsi Responden Mengenai Kecekatan Karyawan..... 79
Tabel 4.34 Presepsi Responden Mengenai Akses Jalan 80
Tabel 4.35 Presepsi Responden Mengenai Akses Informasi Wisata..... 81
Tabel 4.36 Presepsi Responden Mengenai Jarak Objek Wisata..... 82
Tabel 4.37 Presepsi Responden Mengenai Transportasi 83
Tabel 4.38 Presepsi Responden Mengenai Biaya Transportasi..... 83
Tabel 4.39 Presepsi Responden Mengenai Kondisi Jalan 84
Tabel 4.40 Presepsi Responden Mengenai Keberadaan Rumah Sakit 85
Tabel 4.41 Presepsi Responden Mengenai Penunjuk Jalan Wisata..... 86
Tabel 4.42 Presepsi Responden Mengenai Promosi..... 88
Tabel 4.43 Presepsi Responden Mengenai Paket Wisata 89
Tabel 4.44 Presepsi Responden Mengenai Promosi..... 90
Tabel 4.45 Presepsi Responden Mengenai Sosialisasi Pemerintah..... 91
Tabel 4. 46 Strategi Berdasarkan Analisis SWOT 109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 32
Gambar 4.1 Peta wisata Puncak Mas Bandar Lampung..... 41
Gambar 4.2 Skoring Presepsi Responden Mengenai Atraksi Wisata..... 50
Gambar 4.3 Skoring Presepsi Mengenai Wisata. 51
Gambar 4.4 Skoring Presepsi Mengenai Wahana 51
Gambar 4.5 Skoring Presepsi Responden Mengenai Infomasi 52
Gambar 4.6 Skoring Presepsi Responden Mengenai Pemandangan 53
Gambar 4.7 Skoring Presepsi Responden pada Makanan Dan Minuman... 54
Gambar 4.8 Skoring Presepsi Responden Mengenai Tempat Ibadah 55
Gambar 4.9 Skoring Presepsi Responden Mengenai Toilet 56
Gambar 4.10 Skoring Presepsi Responden pada Sanitasi dan Kebesihan... 57
Gambar 4.11 Skoring Presepsi Responden Mengenai Wisata Segala Usia 58
Gambar 4.12 Skoring Presepsi Responden pada Wisata yang Menarik..... 59
Gambar 4.13 Skoring Presepsi Responden Mengenai Atraksi..... 59
Gambar 4. 14 Atraksi Wisata Puncak Mas 60
Gambar 4.15 Skoring Presepsi Responden pada Tersedia Tempat Ibadah . 61
Gambar 4.16 Skoring Presepsi Responden pada Arah Kiblat Hotel 62
Gambar 4.17 Skoring Presepsi Responden Mengenai Suara Adzan 63
Gambar 4.18 Skoring Presepsi Responden pada Makanan Dan Minuman 64
Gambar 4.19 Skoring Presepsi Responden Mengenai Hotel..... 65
Gambar 4.20 Skoring Presepsi Responden Mengenai Sanitasi Hotel 66
Gambar 4.21 Skoring Presepsi Responden Mengenai Persyaratan Hotel ... 67
Gambar 4.22 Skoring Presepsi Responden Mengenai Akomodasi 67

Gambar 4. 23 Fasilitas Akomodasi Wisata.....68
Gambar 4.24 Skoring Presepsi Responden Mengenai Restoran Halal.....69
Gambar 4.25 Skoring Presepsi Responden pada Kebersihan Restoran.....70
Gambar 4.26 Skoring Presepsi Responden pada Harga Makanan 71
Gambar 4.27 Presepsi Responden Mengenai Daftar Halal 72
Gambar 4.28 Skoring Presepsi Responden Mengenai Restoran 72
Gambar 4. 29 *Foodcourt* Puncak Mas.....73
Gambar 4.30 Skoring Presepsi Responden Mengenai Karyawan 74
Gambar 4.31 Skoring Presepsi Responden Mengenai Sikap Karyawan.....75
Gambar 4.32 Skoring Presepsi Responden Mengenai Penampilan.....76
Gambar 4.33 Skoring Presepsi Responden Kompetensi Karyawan.....77
Gambar 4.34 Skoring Presepsi Responden pada Interaksi Karyawan.....78
Gambar 4.35 Skoring Presepsi Responden pada Kecekatan Karyawan.....79
Gambar 4.36 Skoring Presepsi Responden Mengenai Pramuwisata.....79
Gambar 4.37 Skoring Presepsi Responden Mengenai Akses Jalan.....81
Gambar 4.38 Skoring Presepsi Responden pada Akses Informasi Wisata..82
Gambar 4.39 Skoring Presepsi Responden Mengenai Jarak Objek Wisata 82
Gambar 4.40 Skoring Presepsi Responden Mengenai Transportasi.....83
Gambar 4.41 Skoring Presepsi Responden Mengenai Biaya Transportasi .84
Gambar 4.42 Skoring Presepsi Responden Mengenai Kondisi Jalan.....85
Gambar 4.43 Skoring Presepsi Responden pada Keberadaan Rumah Sakit86
Gambar 4.44 Skoring Presepsi Responden Penunjuk Jalan 86
Gambar 4.45 Skoring Presepsi Responden Mengenai Aksesibilitas.....87
Gambar 4.46 Skoring Presepsi Responden Promosi 89
Gambar 4.47 Skoring Presepsi Responden Mengenai Paket Wisata.....90

Gambar 4.48 Skoring Presepsi Responden Mengenai Promosi 90
Gambar 4.49 Skoring Presepsi Responden pada Sosialisasi Pemerintah....91
Gambar 4.50 Skoring Prsepsi Responden Mengenai *Ancillary* 92
Gambar 4.51 Skoring Presepsi Responden Mengenai Potensi Wisata.....93
Gambar 4.52 Skoring Presepsi Responden Mengenai Keutamaan Halal....94
Gambar 4. 53 Penilaian Tripadvisor.....96
Gambar 4. 54 Daya Tarik Wisata Puncak Mas.....97
Gambar 4. 55 Wahana Rumah Terbalik 98
Gambar 4. 56 Pemandangan Alam Puncak Mas 98
Gambar 4. 57 Toilet Puncak Mas 99
Gambar 4. 58 Musholla Puncak Mas.....99
Gambar 4. 59 Cottage Puncak Mas 100
Gambar 4. 60 Foodcourt Puncak Mas 102
Gambar 4. 61 Aksesibilitas Menuju Wisata Puncak Mas 103
Gambar 4. 62 Promosi Online Berupa Instagram.....104
Gambar 4. 63 Brosur Puncak Mas.....105
Gambar 4. 64 Struktur Kelembagaan Pucak Mas.....106

ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA SYARIAH PUNCAK MAS SUKADANAHAM BANDAR LAMPUNG

Mentari Rendayani
Magister Ekonomi dan Keuangan, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi wisata syariah serta menyusun strategi pengembangan yang tepat bagi pengelola tempat wisata syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung. Sampel penelitian berjumlah 100 repondent yang diambil menggunakan teknik covenience atau oppurtunity sampling. Menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif yang dapat dilihat dengan empat pengukuran, yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary*, penelitian ini menemukan bahwa wisata Puncak Mas memiliki potensi sebagai wisata syariah unggulan di Lampung berdasarkan penilaian empat aspek (atraksi, amenitas, aksesibilitas dan ancillary) akan tetapi masih terdapat beberapa kelemahan seperti belum adanya jaminan kehalalan produk makanan, belum tersedianya tranportasi umum yang memadai untuk menuju tempat wisata, serta belum terjalin kerjasama antara pemerintah dan pengelola secara optimal. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT dapat memperbaiki potensi wisata Puncak Mas, sehingga pada penelitian ini peneliti akan menyusun strategi berdasarkan analisis SWOT.

Kata kunci—Potensi, SWOT, Strategi,Wisata, Islam, Syariah, Puncak Mas Bandar Lampung.

ANALYSIS POTENTIAL AND STRATEGY DEVELOPMENT OF PUNCAK MAS SUKADANAHAM BANDAR LAMPUNG

Mentari Rendayani
Masters in Economics and Finance, Indonesian Islamic University, Yogyakarta

Abstract

This study purpose to analyze the potential of sharia tourism and arrange a suitable development strategy for managers of the Puncak Mas Sukadanaham sharia tourist attractions in Bandar Lampung. The research sample amounted to 100 respondents taken using covenience techniques or oppurtunity sampling. Using quantitative research with descriptive analysis that can be seen with four measurements, specifically attractions, amenities, accessibility, and ancillary. This study found that Puncak Mas tourism has the potential as a superior sharia tourism in Lampung based on the assessment of four aspects (attractions, amenities, accessibility and ancillary) but there are still some weaknesses such as the lack of guarantee of halal food products, the unavailability of adequate public transportation to go to tourist attractions, and the lack of cooperation between the government and managers optimally. Based on the results of these studies, it can be concluded that the SWOT analysis can improve Puncak Mas tourism potential, so that in this study the researcher will arrange a strategy based on the SWOT analysis.

Keywords—Potential, SWOT, Strategy, Tourism, Islam, Sharia, Puncak Mas Bandar Lampung.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, telah diberikan pengertian mengenai kepariwisataan. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Aspek pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor penting, karena pariwisata mampu menjalankan tugasnya sebagai faktor pembangunan dan penghasil devisa negara. Tujuan dari pengembangan pariwisata di Indonesia dapat dilihat secara jelas dalam peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebutkan bahwa "Usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan "industri pariwisata" dan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahtraan masyarakat dan Negara" (Yoeti, 1996).

Pariwisata di Indonesia seiring berjalannya waktu semakin berkembang, perkembangan tersebut dapat dilihat dari kondisi ekonomi syariah yang ada saat ini. Menurut Presiden Joko Widodo menyebutkan bahwa pengembangan ekonomi syariah dapat dilihat mulai dari bidang industri fashion halal, busana muslim, makanan halal, farmasi, hingga sektor pariwisata. Dalam indutsri makanan misalnya, Indonesia memiliki tingkat konsumsi makanan halal terbesar di dunia hal tersebut membuat Indonesia masuk lima besar negara dengan konsumsi

produk obat-obatan, kosmetik halal, serta busana muslim terbesar di dunia. Sedangkan dalam ekonomi pariwisata, Indonesia menduduki peringkat keempat dengan jumlah kunjungan turis terbanyak dari anggota OKI. Potensi sektor pariwisata ini masih sangat menjanjikan, potensi tersebut dapat dilihat dari data statistik yang menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 11.52 juta kunjungan, sedangkan pada tahun 2017 sebanyak 14,04 juta kunjungan. Adapun kunjungan wisatawan mancanegara tersebut berkontribusi terhadap penerimaan devisa sebesar Rp 176 triliun rupiah, dari target 2016 sebesar 172 triliun rupiah. Pada tahun 2017 penerimaan devisa sebesar Rp 202,13 trilliun dari target yang ditetapkan Rp 182 triliun, peningkatan pencapaian devisa tersebut terjadi ketika devisa dari komoditi batubara dan migas cenderung mengalami penurunan, seperti yang dijelaskan melalui grafikberikut. Hal tersebut menempatkan pariwisata sebagai *backbone* perekonomian bangsa, Indonesia memiliki banyak keunggulan. Di tahun 2019 industri pariwisata diproyeksikan menjadi penghasil devisa terbesar, sebesar USD 24 Miliar, sektor tersebut melampaui sektor migas, batubara dan minyak kelapa sawit (kemenpar, 2017).

Populasi penduduk muslim di Indonesia saat ini cukup besar, nilainya mencapai 12,7 persen dari populasi seluruh penduduk dunia sehingga sangat kondusif dalam menyambut wisatawan Muslim. Sebesar 88.1 persen penduduk Indonesia dari 261 juta penduduk beragama muslim maka dari itu Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan wisata syariah. Menurut *Global Muslim Travel Index* (GMTI) untuk tahun 2018, Indonesia berhasil naik

menjadi di urutan kedua bersama Uni Emirat Arab. Sedangkan Malaysia tetap menjadi urutan pertama sebagai pariwisata halal. Indonesia yang menjadi urutan kedua didukung dengan fakta bahwa industri dan perdagangan syariah di Indonesia yang meningkat maka jaminan halal dan *sharia compliance* pun makin meningkat. Selain itu telah hadir pelaku-pelaku industri pariwisata syariah yang cukup mapan dan propesional (Priyadi, 2016).

Wisata syariah di beberapa negara dunia memiliki nama yang berbeda-beda yaitu: *halal lifestyle, Muslim Friendly Travel Destinations, Halal Travel, Halal Friendly Tourism Destination, Islamic Tourism,* dan lain sebagainya. Pengenalan industri pariwisata syariah dianggap sebagai cara baru untuk mengembangkan faktor kepariwisataan di Indonesia dengan cara tetap memperhatikan aspek-aspek budaya dan nilai-nilai agama. Keberadaan pariwisata syariah berbeda dengan wisata syariah yang selama ini dijalankan di Indonesia seperti ziarah kuburan dan masjid, namun pariwisata syariah yang dikembangkan akan memberikan pelayanan yang memudahkan bagi setiap wisatawan Muslim untuk menikmati hiburan yang berasal dari alam, budaya, atau buatan dengan tidak menghilangkan nilai-nilai agama Islam. Pengembangan industri pariwisata syariah tidak akan mengancam setiap pelaku usaha industri pariwisata konvensional, namun pariwisata syariah akan berperan sebagai pelengkap dan pendamping bagi industri pariwisata konvensional (Kemenpar, 2015).

Indonesia merupakan negara memiliki yang keanekaragaman budaya dengan peninggalan sejarah dan tradisi yang saling berkaitan. Keanekaragaman budaya yang ada di Indonesia tidak dapat terlepas dari setiap peraktek keagamaan

yang ada dimasyarakat. Selain itu, potensi besar yang dimiliki oleh pariwisata di Indonesia muncul sebagai dampak dari banyaknya warisan budaya yang ada seperti bahasa, etnis, suku, serta adat kebiasaan. Selain itu, Indonesia juga memiliki warisan budaya lain yang berbentuk fisik keraton, masjid, benda-benda pusaka, makam, sampai berbagai jenis kuliner (Jaelani, Setyawan, & Hasyim, 2016).

Pariwisata syariah merupakan kegiatan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi syariat Islam (Kemenpar, 2012). Fasilitas dan layanan yang disediakan tersebut tidak berbeda dengan fasilitas umum lainnya, hanya saja fasilitas dan layanan yang disediakan tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama Islam. Sehingga masyarakat Muslim dapat menikmati fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat dengan leluasa. Fasilitas dan layanan tidak saja dinikmati oleh masyarakat Muslim tetapi non Muslim juga bisa menikmatinya. Pariwisata syariah dapat dipahami sebagai produk kepariwisataan yang menyedikan fasilitas dan layanan yang memenuhi persyaratan syar'i (Romli, 2011).

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dengan MUI sudah menyiapkan destinasi wisata yang siap menjadi pariwisata syariah. Menurut catatan Kemenparekraf pada tahun 2015, ada 13 provinsi yaitu Nusa Tenggara Barat (NTB), Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali. Lampung masuk dalam catatan salah satu dari 13 provinsi yang sudah ditetapkan sebagai destinasi wisata

syariah di Indonesia. Lampung memiliki luas wilayah 35.376,50 km, pada tahun 2016 jumlah penduduk Lampung sebanyak 8.2015.141 jiwa dengan penduduk muslim sebesar 7.451.251 jiwa sisanya penduduk non Muslim (BPS, 2016). Didukung dengan penduduk mayoritas beragama Muslim tentunya berpotensi untuk dikembangkan sebagai pariwisata berbasis syariah.

Lampung sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi alam dan budaya yang bisa dikembangkan sebagai objek wisata. Potensi tersebut antara lain yaitu keindahan alam dengan relif pegunungan dan hamparan pantai yang indah. Selain itu, keanekaragaman budaya dan adat istiadat menjadi daya tarik wisatawan di daerah ini. Berbagai jenis pariwisata telah dikembangkan dengan baik namun masih banyak potensi wisata yang dapat dikelola lebih optimal (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung, 2017).

Pada tahun 2014, Dinas Pariwisata Lampung sudah menentukan tujuh wisata unggulan yang terdapat di Lampung, yakni Krakatau, Bandar Lampung (Teluk Betung dan Tanjung Karang), Kiluan (laut yang terdapat banyak ikan lumba-lumba di Kabupaten Tanggamus), Taman Nasional Bukit Barisan Selatan, Taman Wisata Way Kambas, Tanjung Setia, dan menara Siger. Pengembangan wisata unggulan ini sudah dikemas dengan baik dan menjadi tujuan wisatawan. Adapun pantai, laut, rumah tradisioal, danau, alam pegunungan, biasanya terletak jauh dari ibukota Lampung dan ini merupakan wisata non-unggulan (Rostiyati, 2013).

Salah satu wisata yang bepotensi menjadi wisata syariah di Lampung yaitu wisata Puncak Mas yang terletak di Sukadanaham Bandar Lampung dan mempunyai daya tarik sendiri sebagai objek wisata yang banyak diminati oleh wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan luar daerah. Wisata Puncak Mas merupakan tempat wisata tertinggi di Bandar Lampung dengan memberikan pemandangan yang indah serta berbagai macam spot foto yang bagus dan fasilitas pendukung lainnya. Fasilitas-fasilitas tersebut seperti tersedianya tempat ibadah, restoran, penginapan dan masih banyak fasilitas lainnya yang bersifat halal karena, pada awalnya wisata ini berkonsep religi.Wisata Puncak Mas sendiri berpotensi dikembangkan sebagai wisata syariah karena wisata tersebut terdapat beberapa indikator pendorong pengembangan potensi wisata seperti atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* (kemenpar, 2015). Dengan didukung dari beberapa aspek potensi yang ada pada tempat wisata maka kenyamanan dan ketenangan dalam berwisata sangat dibutuhkan tanpa harus menghilangkan nilai-nilai Islam.

Menurut Mariotti dalam Yoeti (1983) potensi wisata merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Potensi berkembangnya wisata syariah merupakan variabel yang penting untuk diteliti, karena kedepannya dinilai sangat menjanjikan. Kedepannya industri wisata syariah akan banyak dilirik oleh pelaku usaha. Hal tersebut didukung dengan bertambahnya masyarakat *middle class* Muslim yang memiliki kesadaran tinggi akan kehalalan suatu produk saat berwisata (Priyadi, 2016).

Lebih lanjut, Mariotti dalam Yoeti (1983) pengembangan kawasan wisata merupakan alternatif yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi maupun upaya pelestarian. Pengembangan kawasan wisata dilakukan dengan menata kembali berbagai potensi kekayaan alam dan hayati secara terpadu. Untuk mengembangkan potensi wisata syariah memerlukan strategi khusus. Strategi yang dapat digunakan adalah menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT bertujuan untuk menciptakan atau merumuskan strategi pengembangan wisata. Analisis SWOT dilakukan dengan membandingkan faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Hasil penelitian Wall & Collins-Kreiner (2007) menemukan bahwa analisis SWOT dapat digunakan sebagai suatu metode penelitian untuk mengevaluasi fokus potensi pariwisata di Negev Barat. Dengan menggunakan analisis SWOT, Wall & Collins-Kreiner (2007) dapat mengestimasi potensi keuntungan dan ancaman untuk pengembangan potensi wisata. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian Ab Talib & Hamid (2014) menemukan bahwa analisis SWOT tidak dapat menunjukkan bagaimana dapat mengembangkan suatu potensi bisnis di Malaysia, karena analisis SWOT dapat diterapkan mungkin ada lingkungan-lingkungan bisnis yang berubah secara konstan.

Pengembangan pariwisata syariah dinilai akan meningkatkan pendapatan daerah dan perekonomian masyarakat sekitar. Di Indonesia keberadaan wisata syariah masih minim khususnya di Provinsi Lampung. Masih banyak masyarakat yang mengira bahwa wisata syariah sama dengan wisata religi. Pengembangan

wisata syariah harus mengutamakan adanya peningkatan standar pelayanan yang berdasarkan nilai-nilai Islam, tidak hanya mengedenkan aspek hiburan dalam yang dimiliki oleh destinasi wisata. Misalnya, tempat wisata tidak boleh menjual minuman berakohol serta pengunjung tidak diperbolehkan membawanya, menyediakan tempat ibadah yang layak dan bersih, menyediakan makanan dan minuman halal serta tidak menyediakan hiburan yang maksiat atau bertententangan dengan syariat Islam.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa terdapat potensi yang sangat besar dan menjanjikan bagi kemajuan Provinsi Lampung apabila industri wisata syariah di Lampung dijalankan secara maksimal. Sehingga diperlukan upaya dalam strategi pengembangan melalui pihak yang saling terkait seperti lembaga sebagai pusat koordinasi dan pengembangan industri pariwisata syariah. Dalam penelitian ini mengambil studi kasus objek wisata Puncak Mas Sukadanaham yang terletak di kota Bandar Lampung, karena wisata Puncak Mas memiliki pengunjung yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan wisata-wisata lainnya di Lampung dan mempunyai daya tarik wisata seperti mushola yang berada di atas pohon dengan pemandangan yang indah maka dari itu, objek wisata tersebut mempunyai peluang untuk di kembangkan sebagai salah satu objek wisata syariah dengan dukungan berbagai fasilitas dan layanan yang sediakan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung”**

1.2 Rumusan Masalah

Pada wisata syariah mengedepankan produk-produk halal dan aman untuk dikonsumsi wisatawan Muslim maupun non Muslim. Banyaknya masyarakat dan wisatawan yang belum mengerti wisata syariah maka hal tersebut menjadi peluang untuk Lampung mengembangakan wisata syaraiah. Pariwisata Lampung mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai pariwisata syariah dengan potensi yang ada. Wisata Puncak Mas sendiri memiliki peluang untuk menjadi wisata syariah dengan potensi yang dapat dilihat memalalui aspek pendukung wisata syariah seperti atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary*. Untuk melihat kesiapan wisata Puncak Mas menjadi wisata syariah dapat dinilai melalui presepsi wisatawan. Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi wisata syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung?
2. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat bagi pengelolaan tempat wisata syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis potensi wisata syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung.
2. Menyusun strategi pengembangan yang tepat bagi pengelola tempat wisata syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang mampu diberikan pada hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini mampu memberikan dampak serta manfaat pada aspek teori terkait dengan upaya pengembangan industri pariwisata syariah khususnya pariwisata syariah di Provinsi Lampung.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Penulis

      Memberikan pengalaman berfikir ilmiah melalui penyusunan dan penulisan tesis dan menambah wawasan penulis mengenai pariwisata khususnya pariwisata syariah.

   b. Bagi Masyarakat

      Memberikan masukan terkait dengan pemahaman wisata syariah serta memberikan kesadaran kepada masyarakat terkait dengan pentingnya aspek pelayanan yang ada pada destinasi wisata syariah.

   c. Bagi Pengusaha

      Memberiakan masukan kepada pihak pelaku industri wisata dalam pengembangan wisata syariah.

   d. Bagi Pemerintah

      Memberikan saran kepada pihak pemerintah tentang pentingnya pengembangan pariwisata syariah dalam meningkatkan jumlah pengunjung ke destinasi wisata tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latarbelakang penulisan tesis ini disertai dengan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas mengenai tentang teori serta konsep yang mampu menjadi landasan dalam pengembangan teori yang digunakan pada penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai penggunaan metode yang tepat gunakan menjawab pertanyaan penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan melakukan pembahasan mengenai hasil pengolahan data, hasil analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini akan menjabarkan tentang kesimpulan dan saran yang mampu diberikan berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Wisata Syariah

Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Melalui industri perbankan berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah. Pariwisata syariah dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat umum selama tidak bertentangan dengan nilai dan etika Islam. (Kemenpar, 2015).

Pariwisata syariah sering diartikan sebagai wisata religi yaitu berkunjung kemakam untuk berziarah atau tempat ibadah lainnya. Wisata syariah tidak hanya berfokus pada objek atau destinasi saja tetapi juga pada adab perjalanan dan fasilitas lainnya (Chookaew, 2015). Wisata religi merupakan semua upaya dalam pemasaran dan pengembangan produk yang mengarah pada umat muslim, meskipun tidak terkait dengan motivasi agama (Henderson, 2010), atau sebagai upaya untuk mengenalkan wisata syariah kepada wisatawan Muslim dan non Muslim sebagai pasar baru dalam tujuan berwisata (Ala Al-Hamarneh, 2011). Dengan kata lain, *Islamic tourisme* merupakan hal yang dapat mempromosikan pariwisata di kalangan umat muslim, dengan mengembangkan tujuan wisata yang baru, dan menjalin kerjasama antara organisasi dan pemerintah di dunia Islam.

Sofyan (2012) wisata syariah pengertiannya lebih luas dari pada wisata religi yaitu wisata yang didasari pada nilai-nilai syariat Islam. *World Tourism*

Organization (WTO) menyatakan bahwa konsumen dalam wisata syariah bukan hanya umat Muslim saja tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati wisata lokal. Ciri-ciri umum pariwisata syariah yaitu: memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum, memiliki pencerahan, penyegaran, dan ketenangandalam berwisata, terhindar dari kemusyrikan dan khurafat, bebas dari tempat maksiat, menjaga keamanan dan kenyamanan di tempat wisata, menjaga sanitasi dan kelestarian lingkungan, serta menghormati nilai-nilai sosial budaya pada tempat wisata. Halal diartikan pada semua yang diperintahkan agama dan menjadi landasan bagi perilaku dalam kegiatan umat muslim (Diyanet, 2011). Sebaliknya haram diartikan pada tindakan yang dilanggar oleh umat Muslim. Oleh karena itu, seorang muslim diwajibkan untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas yang halal dan menghindari yang diharamkan oleh agama.

Menurut Jaelani (2017) pariwisata halal dapat diartikan sebagai kegiatan perjalanan Muslim ketika bergerak dari satu tempat ke tempat lain atau berada di satu tempat diluar tempat tinggal mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan terlibat dalam kegiatan motivasi Islam. Oleh karena itu, semua kegiatan wisata dalam berwisata harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berlaku, yaitu halal.

Wisata syariah di Indonesia melalui kemenparekraf bekerja sama dengan DSN-MUI dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) untuk mengembangkan pariwisata syariah. MUI disini akan mengambil peran dalam proses pembuatan sertifikat dan produk-produk yang dapat dipasarkan di tempat wisata, serta menyiapkan standarisasi syariah terkait produk dan bertindak menjadi konsultan

pendamping, kemudian semua itu dikemas menjadi satu lalu di promosikan melalui kemenparekraf sesuai dengan fatwa DSN-MUI No 108 DSN-MUI (X) 2016, tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Tabel perbandingan wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah:

Tabel 2.1 Komparasi Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata Syariah

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1	Objek	Semuanya	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritulitas	Meningkatkan spritualitas dengan cara menghibur
3	Target	Semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi tentang objek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membangkitkan spirit religi dan menjelaskan peran syariah dalam batin dalam kehidupan manusia
5	Fasilitas Ibadah	Sekadar pelengkap	Sekadar pelengkap	Menyatu dengan objek pariwisata, dan ritual ibadah menjadi bagian dari wisata
6	Kuliner	Umum	Halal	Halal
7	Relasi dengan Masyarakat di Lingkungan Objek Wisata	Komplementer	Komplementer	Integrated pada prinsip-prinsip syariah.
8	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu ibadah	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu ibadah

Sumber: Hamzah &Yudiana (2015)

Produk wisata syariah yang bisa ditawarkan sangatlah luas. Layanan pariwisata secara tradisional juga dapat melayani wisata syariah. Hal ini meliputi wisata alam, budaya, maupun kuliner. Pada dasarnya wisata syariah tidak berbeda

dengan wisata konvensional, hanya saja beberapa tambahan akomodasi dan fasilitas diberikan membuat umat Muslim menjadi nyaman dalam mengunjungi tempat-tempat wisata dan akomodasinya, bahkan ketika bepergian ke manca negara. Menurut Chookaew (2015), ada beberapa faktor dalam mengukur kesiapan pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya, yaitu:

1. Pelayanan kepada wisatawan haruslah cocok dengan prinsip syariah secara keseluruhan.
2. Pemandu dan staf harus disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam.
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi.
7. Menyediakan tempat untuk wisatawan Muslim dalam melakukan kegiatan keagamaan.
8. Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Menurut Chookaew (2015), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata syariah.

1. Lokasi
2. Transportasi
3. Konsumsi
4. Hotel

Berdasarkan uraian di atas, wisata syariah merupakan semua hal yang berhubungan dengan halal dan haram pada Islam. Halal dapat dipandang dari dua

perspektif yaitu agama dan industri. Perspektif agama sebagai hukum makanan apa saja yang diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh konsumen Muslim sesuai keyakinan. Dari segi perspektif industri, halal merupakan sebuah peluang di industri pangan yang menargetkan konsumen muslim yang membutuhkan adanya jaminan halal dari produk yang akan dikonsumsi. Misalnya produk pangan yang kemasan tercantum label halal akan lebih menarik bagi konsumen Muslim dibandingkan dengan yang tidak ada lebel halalnya (Hamzah & Yudiana, 2015).

2.2 Potensi Wisata Syariah

Potensi perkembangan wisata syariah kedepannya dinilai menjanjikan. Wisatawan setuju dengan konsep pariwisata syariah, masyarakat menilai bahwa potensi pariwisata syariah memiliki urgensi yang tinggi dalam pengembangannya selain itu mayoritas penduduk Indonesia juga beragama Islam maka dari itu masyarakat pun setuju untuk di kembangkan sebagai pariwisata syariah dengan nilai-nilai agama serta ketetapan peraturan yang sudah ada. Kondisi tersebut menjadikan pariwisata syariah memiliki potensi besar untuk dikembangkan melihat permintaan pasar yang ada saat ini (Priyadi, 2016).

Perkembangan wisata syariah, dalam pengenalan pasar pariwisata sangat penting untuk menarik para pelaku bisnis wisata bergabung ke industri pariwisata syariah. Pariwisata syariah ke depannya dinilai akan menjadi bisnis yang banyak dilihat oleh para pelaku bisnis wisata. Masyarakat setuju bahwa pariwisata syariah sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia. Hal tersebut, dinilai sesuai dengan kebutuhan wisatawan yaitu berharapan atas kenyamanan dan ketenangan pada saat berwisata tanpa menghilangkan nilai-nilai keislaman. Dengan didukung

bertambahnya masyarakat *middle class moslem* yang memiliki kesadaran tinggi dalam kehalalan suatu produk (Priyadi, 2016j).

Potensi wisata menurut Mariotti dalam Yoeti (1983) adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Pengembangan kawasan wisata merupakan alternative yang diharapkan mampu mendorong baik potensi ekonomi maupun upaya pelestarian. Pengembangan kawasan wisata dilakukan dengan menata kembali berbagai potensi dan kekayaan alam dan hayati secara terpadu. Potensi diartikan sebagai perubahan bentuk permukaan bumi yang ditimbulkan oleh proses alam seperti tenaga endogen, misalnya terbentuknya pegunungan, danau, sungai dan lainnya. Potensi pada suatu objek wisata dapat terjadi karena suatu proses yang disebabkan oleh budaya masyarakat.

Karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan oleh Djakfar (2017), ada lima aspek yang harus diperhatikan untuk menunjang potensi pariwisata syariah.

1. Objek Wisata : Destinasi (Sasaran Kunjungan)
2. Perhotelan : Infrastruktur Akomodasi
3. Restoran : Infrastruktur Kebutuhan Konsumsi
4. Travel : Infrastruktur Biro Perjalanan dan Transportasi
5. Sumber Daya Manusia (*Human Resources*)

2.3 Pengembangan Wisata Syariah

Pembangunan di bidang pariwisata merupakan upaya untuk mengembangkan dan mengelola objek dan daya tarik wisata yang telah dimiliki oleh suatu daerah agar lebih baik lagi. Karena di setiap daerah pastinya memiliki

kekayaan alam yang indah dan keragaman tradisi seni budaya serta peninggalan yang berbeda-beda. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah merupakan instansi yang berwenang untuk mengelola dan mengembangkan objek wisata yang ada di daerah terebut. Tetapi dalam hal tersebut pemerintah masih belum bisa mengembangkan secara maksimal. Untuk itu, diperlukannya strategi pengembangan agar objek wisata dapat berkembang dengan baik dan sesuai dengan tujuan awal pengembangan objek wisata yang berpotensi (Yoeti, 2008).

Dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan kegiatan pembangunan, pemeliharaan dan pelestarian alam, sarana dan prasarana maupun fasilitas layanan. Dalam kegiatan pengembangan wisata masyarakat dan wilayah yang memiliki peran untuk memajukan kesejahteraan masyarakat serta melestarikan lingkungan yang ada, kemudian meningkatkan pendapatan masyarakat dan pendistribusian merata kepada masyarakat sekitar agar masyarakat lebih sejahtera. Pengembangan pariwisata suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat sekitar. Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga bermanfaat baik bagi masyarakat, baik juga dari segi ekonomi, sosial dan budaya (Yoeti, 2008).

Pengembangan wisata syariah dapat tercapai melalui inisiatif dari diri sendiri, juga dapat melalui berbagai ide produk wisata, investasi melalui infastruktur ekonomi dan sosial dapat memberi keuntungan bagi masyarakat dan mereka yang terlibat didalamnya. Tiga prinsip pengembangan wisata berbasis syariah (Priyadi, 2016):

1. Pengembangan fasilitas wisata syariah perlu memperhatikan aspek pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
2. Pengembangan pada fasilitas dan pelayanan syariah dapat dilakukan dengan mengadakan kerjasama antara pengelola destinasi wisata dengan masyarakat sekitar.
3. Pengembangan wisata berbasis syariah sangat terkait dengan karakteristik budaya tradisional dan budaya religius serta kondisi lingkuangan dalam memberikan hiburan yang menarik bagi konsumen.

Strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan wisata dapat menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT bertujuan untuk menciptakan atau merumuskan strategi pengembangan wisata. Analisis SWOT dilakukan dengan membandingkan faktor internal yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dengan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Dengan demikian wisata berbasis syariah didalamnya dapat menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi penduduk sekitar dan memberikan kontribusi lebih baik bagi sektor wisata. Tidak hanya itu, pengembangan wisata syariah memperlihatkan pertumbuhan pariwisata dan ekonomi serta meningkatkan pengalaman rohani pengunjung dan meningkatkan tata kelola pemerintahan menjadi lebih baik. Oleh karena itu, wisata syariah mempunyai keuntungan berupa jalan keluar pengurangan kemiskinan dan pengangguran, mengurangi populasi dan migrasi, meningkatkan pendapatan dan menyediakan lapangan pekerjaan, serta mendorong perbaikan produk-produk dan infrastruktur secara syariah.

2.4 Hubungan Aspek Potensi Terhadap Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung.

Ada empat faktor yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Penawaran faktor-faktor mempengaruhi pariwisata tersebut adalah sebagai berikut (Yoeti, 1996):

2.4.1 Aspek Atraksi terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah.

Atraksi (objek dan daya tarik) merupakan kompenen sangat penting, karena atraksi merupakan faktor utama seorang wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Pengembangan daya tarik wisata yang merupakan penggerak utama sektor kepariwisataan ini membutuhkan kerjasama yang terdiri dari masyarakat dan pemerintah, kerjasama langsung dari kalangan usaha maupun dari pihak swasta. Sesuai dengan tugas dan kewenangannya, pemerintah merupakan pihak fasilitator yang memiliki peran dan fungsinya dalam pembuatan dan penentu seluruh kebijakan terkait pengembangan destinasi wisata. Keberadaan daya tarik wisata merupakan mata rantai terpenting dalam suatu kegiatan wisata, hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya tarik.

Objek dari wisata syariah sendiri tidak harus tempat-tempat atau budaya Islam, tetapi terdapat apa saja yang menarik sepanjang tidak melanggar ketentuan syariah serta dapat dinikmati juga oleh wisatawan non muslim. Pantai, gunung, gua, mainan, bahkan budaya lokal dapat saja menjadi destinasi wisata ini. Objek dalam wisata syariah sendiri dapat berupa: wisata alam, wisata budaya, wisata

buatan yang dibingkai dalam nilai-nilai islam. adanya nilai-nilai islam yang melekat tersebut dapat menjadikan para wisatawan dalam melakukan kagiatan wisata disamping memperoleh kesenangan yang bersifat duniawi, juga mendapatkan kesenangan yang sejalan dengan nilai-nilai agama.

2.4.2 Aspek Amenitas terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah.

Amenitas adalah fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, transportasi, rekreasi dan lain-lain (Yoeti, 2002). Sedangkan menurut Dirjen Pariwisata Indonesia *Amenities* (fasilitas) merupakan tersedianya fasilitas yaitu tempat penginapan, restoran, transportasi lokal yang memungkinkan wisatawan berpergian, alat-alat komunikasi. Disamping daya tarik wisata, wisatawan juga dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan dan memberikan berbagai kemudahan bagi wisatawan yang datang dalam rangka meningkatkan pengalaman rekreasi mereka. Selain faktor atraksi, amenitas juga mempunyai peranan yang sangat besar bagi wisatawan yang akan mengunjungi suatu destinasi. Semakin lengkapnya suatu destinasi mempunyai amenitas atau fasilitas yang lengkap maka akan semakin banyak pula wisatawan yang akan mengunjungi destinasi tersebut.

Fasilitas pariwisata tidak terpisah dengan akomodasi perhotelan karena pariwisata tidak pernah berkembang tanpa penginapan. Fasilitas dalam wisata syariah lebih mementingkan ke halalannya seperti hotel yang sesuai dengan ketetapan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah,

memaparkan bahwa usaha Hotel adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan Syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sedangkan restoran, bar tidak menjual makanan atau minuman yang tidak halal semua yang disediakan bersifat halal. Untuk fasilitas lainnya seperti tempat ibadah, kolam renang, spa yang memisahkan konsumen perempuan dan laki-laki.

2.4.3 Aspek Aksesibilitas terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah.

Menurut James J. Spillane (1997) menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan kemampuan untuk mencapai tujuan wisata tertentu, menjadi lebih mudah atau sulit untuk menjangkaunya. Aksesibilitas dapat dilihat dengan beberapa acuan meliputi kondisi jalan, kemiringan jalan, jaringan transportasi, waktu tempuh, jarak tempuh, tingkat kemudahan lokasi objek, biaya yang dikeluarkan dan kesenangan yang didapat. Obyek wisata dengan tingkat aksesibilitas yang tinggi akan memberikan kemudahan dalam transportasi, komunikasi dan informasi yang mendukung bagi perkembangan suatu obyek wisata. Ketiga unsur tersebut tidak dapat dipisahkan dari peran lalu lintas baik darat, laut maupun udara. jika kondisi lalu lintas baik maka akan mempermudah komunikasi dan informasi mengenai objek wisata. Dengan tingkat keterjangkauan yang sangat tinggi dan mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal tersebut

dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, ini sangat berpengaruh dalam strategi pengembangan wisata syariah.

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa tingkat aksesibilitas atau tingkat keterjangkauan merupakan hal yang mendukung potensi wisata dalam kemampuan dan kemudahan bagi mencapai suatu tujuan. Selain itu, biaya perjalanan yang dikeluarkan untuk menuju tempat wisata akan lebih sedikit dan waktu tempuh yang relatif singkat juga dapat mempengaruhi banyaknya wisatawan karena tidak memerlukan waktu yang banyak untuk berwisata, serta kondisi jalan yang baik akan menjadi pertimbangan wisatawan. Dengan begitu wisatawan lebih memilih objek wisata yang kondisi jalannya bagus dan ongkos perjalanannya murah.

2.4.4 Aspek *Ancillary*terhadap Potensi Pengembangan Wisata Syariah.

Adanya lembaga pariwisata wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW karena merasakan keamanan, (*protection of tourism*) dan terlindungi (Yoeti, 1996). Peran lembaga disini sangat penting untuk memajukan destinasi wisata yang ada karena pada dasarnya pariwisata tidak akan berkembang jika tidak ada campur tanagan dari lembaga ataupun pemerintah yang saling terkait. Seperti halnya dengan pariwisata syariah sendiri memerlukan lembaga untuk mendukung sertifikasi halal di destinasi wisata agar tempat wisata lebih meyakinkan wisatawan yang berkunjung. Lembaga atau pemerintah juga dapat mengawasi dan mempromosikan wisata syariah yang berpotensi maupun sudah menjadi wisata syariah hal tersebut akan membawa keuntungan baik untuk dari destinasi wisata atau kemajuan daerah destinasi wisata. Dengan adanya lembaga

dapat memberdayakan masyarkat untuk bekerja di destinasi wisata, dengan begitu akan menambah pendapatan atau perekonomian masyarakat sekitar dan dapat memajukan pembangunan infrastruktur.

2.5 Penelitian Terdahulu

Setiap daerah mempunyai pariwisata yang dapat dikembangakan menjadi tempat destinasi wisata yang menjadi daya tarik daerah itu sendiri. Pariwiata sendiri dalam perkembangannya mempunyai dampak positif baik dalam perekonomian maupun kesejahteraan masyarakat sekitar, dengan begitu untuk mengembangkan sebuah pariwisata yang berpotensi di perlukan strategi pengembangan secara matang antara pihak terkait dengan faktor-faktor yang mendukung wisata.

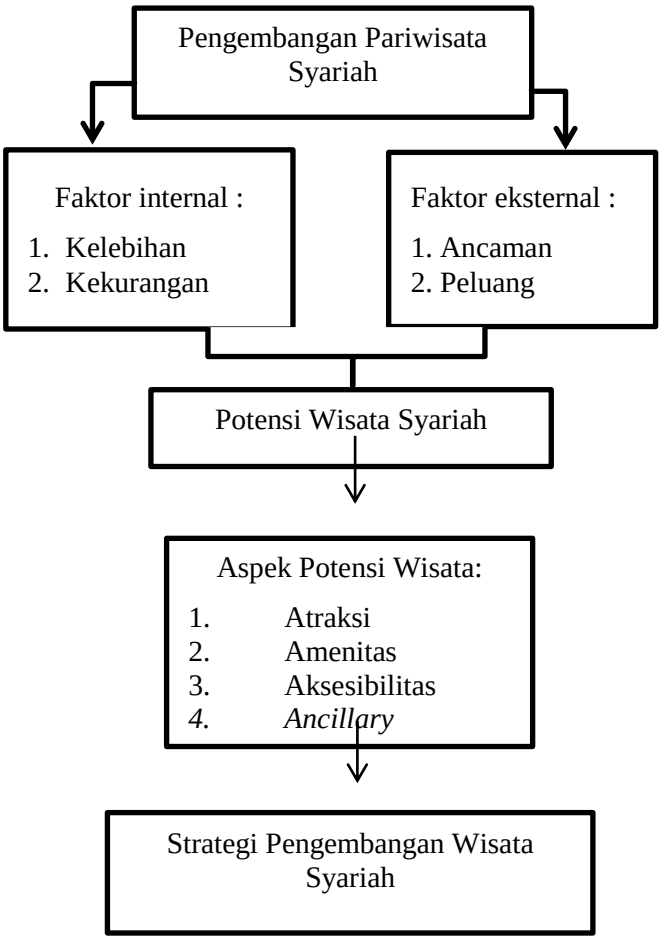
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hadi & Ari (2017)	Metode kualitatif Deskriptif.	Pantai pulau santen memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi wisata syariah, diantara potensi tersebut berasal dari kekuatan alam yang ditimbulkan yang dapat menarik wisatawan.
2	Lisma, Yonaldi & Zulbahri (2016)	Metode kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling.	Kepuasan berpengaruh dan promosi tidak berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan pada objek wisata syariah Sumatera Barat.
3	Khaerani, Pamungkas & Aeni (2017)	Metode kualitatif.	Aspek aksesibilitas kurang baik, aspek amenitas baik. Aspek jasa pendukung pariwisata sangat baik. Aspek pengembangan daya tarik wisata berbasis wisata halal dalam kondisi yang baik dan setuju.
4	Marpaung, Purwoko & Sri Hartini (2014)	Metode analisis SWOT.	Taman Eden 100 memiliki potensi dan layak untuk dikembangkan mnjadi tempat wisata dengan analisis SWOT.
5	Rahardi, Naufal (2016)	Metode analisis regresi logistik dan analisis deskriptif.	Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap hotel syariah adalah pengetahuan, citra hotel, layanan pelanggan, lokasi, proses, fasilitas, dan religiusitas.
6	Priyadi, Atmadji & Yasid (2015)	Metode analisis analisis SWOT dan analisis kluster.	Potensi wisata syariah di kabupaten Sleman cukup besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata syariah. Beberapa kendala yaitu kurangnya masyarakat yang masih belum memahami desa wisata syariah, kurangnya promosi dan layanan yang belum berstandard serta terbatasnya kreatifitas kerajinan dan kesenian.
7	Naraya dan Pranggono (2016)	Metode analisis menggunakan analisis SWOT.	Kunjungan wisatawan Muslim meningkat namun masalah yang menghambat pengembangan wisata syari'ah ialah masih terdapat banyak diskotik dan club malam tepat di lokasi pantai.
8	Rizka R (2016)	Metode analisis regresi linear berganda	Persepsi nilai dan persepsi merek berpengaruh, harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung konsumen.
9	Rostiyati (2013)	Metode analisis analisis SWOT.	Provinsi Lampung memiliki potensi wisata cukup besar, karena mempunyai daya tarik wisata yang lengkap yakni objek wisata alam, sejarah, dan wisata budaya.
10	Jaelani (2017)	Metode analisis deskriptif	Wisata halal menekankan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya.
11	Kementrian Pariwisata (2015)	Analisis deskriptif kuantitatif dan data kualitatif.	Masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang wisata syariah, pengembangan wisata syariah kedepannya dinilai sangat baik.

Tabel diatas telah menunjukan beberapa penelitian yang berhubungan dengan strategi pengembangan wisata syariah. Hadi dan Ari (2017) telah

melakukan kajian potensi dan strategi pengembangan wisata pantai syariah, yang terletak di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi sehingga pada daerah tersebut dapat dijadikan sebagai wisata syariah. Selanjutnya penelitian oleh Khaerani, Pamungkas & Aeni (2017), meneliti tentang pengembangan daya tarik wisata Daarus Sunnah menjadi wisata halal. Jaelani (2017) meneliti industri wisata halal di indonesia: potensi dan prospek. Sedangkan untuk penelitian wisata di daerah Lampung telah dilakukan oleh Rizka R (2016) meneliti tentang penilaian dan minat pengunjung terhadap wisata syariah dan Rostiyati (2013) dengan kajian tentang potensi dan pengembangan wisata di Lampung.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2012). Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitia yang selalu menggunakan data-data berupa angka dan kemudian akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik. Penggunaan metode penelitian tersebut dilalukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengetahui kondisi pengembangan wisata syariah di Wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung.

3.1 Definisi Operasional

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjabarkan mengenai variabel yang diteliti, indikator dan skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian.

1. Menurut Kementrian Pariwisata (2015), kesiapan destinasi wisata syariah, dapat dilihat melalui komponen variabel sebagai berikut:
   a. Atraksi

      Atraksi yang terdiri dari alam, budaya dan buatan sedangkan untuk indikator yang terdapat pada atraksi yaitu:

      1) Pertunjukan Seni dan Budaya serta atraksi yang tidak bertentangan dengan kriteria umum Pariwisata Syariah.

2) Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan
3) Terdapat tempat ibadah yang layak dan suci untuk wisatawan muslim di objek wisata.
4) Tersedia sarana bersuci yang layak (kebersihan dan ketersediaan air untuk bersuci) di objek wisata.
5) Tersedia makanan dan minuman halal.

b. Amenitas

1) Perhotelan dengan indikator sebagai berikut:
   a) Tersedia fasilitas yang layak untuk bersuci.
   b) Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah.
   c) Tersedia makanan dan minuman yang halal.
   d) Fasilitas dan suasana yang aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan bisnis.
   e) Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan.
2) Restauran dengan indikator sebagai berikut:
   a) Terjamin kehalalan makanan dan minuman dengan sertifikasi halal MUI
   b) Ada jaminan halal dari MUI setempat, tokoh Muslim atau pihak terpercaya, dengan memenuhi ketentuan yang akan ditetapkan selanjutnya.
   c) Terjaga lingkungan yang sehat dan bersih.
3) Biro perjalanan wisata dengan indikator sebagai berikut:

a) Menyediakan paket perjalananatau wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata syariah.
b) Memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata syariah.
c) Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman.

4) Pramuwisata dengan indikator sebagai berikut:
a) Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas.
b) Komunikatif, ramah, jujur dan bertanggung jawab.
c) Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai etika islam.
d) Memiliki kompetensi kerja sesuai dengan standar profesi yang berlaku.

c. Aksesibilitas

1) Informasi dengan indikator sebagai berikut:
Kemudahan akses informasi tentang wisata syariah.
2) Keterjangkauan dengan indikator sebagai berikut:
a) Objek wisata mudah dijangkau.
b) Transportasi didapatkan (darat. Laut, udara).
c) Biaya transportasi sesuai dengan yang standard ditentukan.

d. *Ancillary*

1) Kelembagaan dengan indikator sebagai berikut:
a) Terdapat sistem yang mendukung sertifikasi halal di destinasi wisata.

b) Terdapat kelembagaan yang mendukung sertifikasi halal di destinasi wisata.

c) Terdapat sistem yang mendukung sertifikasi halal di destinasi wisata.

2) Pemberdayaan masyarakat dengan indikator:

a) Penyerapan tenaga kerja dari masyarakat lokal.

b) Sikap masyarakat atau tanggapan masyarakat menegnai wisata syariah.

3) Pemasaran dengan indikator:

a) Promosi.

b) Branding yang tepat.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah instrumen perencanaan strategi yang klasik dengan mengunkakan kerangka kerja kekutan dan kelemahan, pelung dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan suatu strategi (Freddy, 2014).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Husain (2005) adalah tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Dari pengertian ini maka objek penelitian ini adalah pengunjung wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung.

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Sekaran (2011) data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang akan diteliti. Lokasi penelitian ini

mengambil lokasi di daerah kota Bandar Lampung tepatnya di objek wisata Puncak Mas Sukadanaham. Lokasi tersebut dipilih karena keterbatasan waktu, biaya dan jauhnya jarak yang di tempuh oleh peneliti.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan obyek penelitian apabila seseorang akan meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 2010). Sedangkan menurut Bungin (2013) populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, peristiwa, sikap hidup, dansebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu pengunjung objek wisata Puncak Mas Sukadanaham yang rata-rata berjumlah 750 orang setiap bulannya.

Adapun teknik sampling yang digunakan adalah Teknik sampling yang digunakan adalah Teknik sampling yang digunakan adalah *covenience* atau *oppurtunity sampling*, yang sampelnya tidak sengaja ditemui oleh peneliti (Coolican, 2014). Sedangkan penentuan besarnya sampel menurut Suharsimi Arikunto (2006) yaitu diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih, dengan alasan seperti:

1. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, curahan waktu dan dana
2. Kecil luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal menyangkut banyak sedikitnya dana.
3. Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk penelitian besar tentu saja jumlah sampel yang besar lebih baik.

Ukuran sampel dapat pula ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (1960):

$$n = \frac{N}{(N.e^2)+1} \qquad (3.1)$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan yang masih bisa ditolelir 10%.

$$n = \frac{750}{(750\ (10\%)^2) + 1}$$

$$n = 88{,}23 \text{ atau } 88\ orang$$

Berdasarkan pertimbangan di atas, mengingat jumlah populasi pada penelitian rata-rata 750-1.000 pengunjung setiap hari, maka penyusun mengambil 88 orang sebagai sampel.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan sampel yang telah ditentukan. Data primer diperoleh dari penelitian lapangan yaitu berupa data yang berasal dari responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Pengambilan data melalui penelitian lapangan dengan menggunakan kuesioner yang berjumlah 42 pernyataan, yang akan diklasifikasikan berdasarkan variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary* yang menggunakan *Likert Scale* dalam proses pengumpulan datanya. *Likert Scale* pada penelitian ini akan menggunakan skor 1 s/d 5 seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.1Skoring dan Kategori

Pernyataan	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

3.5 Validitas dan Uji Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS (Ghozali, 2016) dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini akan menggunakan metode analisis deskriptif dengan empat pengukuran variabel, yaitu (1) Atraksi (2) Amenitas (3) aksesibilitas, dan (4) *ancillary* dari setiap variabel ditentukan sub variabel dan indikator untuk masing-masing sub variabel. Penilaian terhadap indikator menggunakan interval dengan Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Alat analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini akan menggunakan alat bantu software SPSS.

Selain menggunakan analisis SPSS, penelitian ini juga menggunakan hasil wawancara yang akan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Analisis data dengan dua analisis diharapkan dapat mencapai hasil yang maksimal. Analisis SWOT adalah instrumen penyusun strategi yang klasik dengan mengunkakan kerangka kerja kekutan dan kelemahan, pelung dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik melaksanakan suatu strategi (Freddy, 2014).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kondisi Umum Wisata Puncak Mas

Lampung menurut Kemenparekraf tahun 2015 masuk dalam catatan salah satu dari 13 provinsi yang sudah siap sebagai destinasi wisata syariah di Indonesia. Salah satu wisata yang berpotensi dijadikan wisata syariah di Lampung yaitu wisata Puncak Mas . Wisata Puncak Mas merupakan wisata yang tergolong baru di kota Bandar Lampung, wisata yang dibuka pada awal tahun 2017, dengan jarak 9,7 km atau 20 menit dari pusat kota dapat melalui tiga jalur pendakian. Tempat wisata yang letaknya di perbukitan dengan ketinggian 403 Mdpl dari permukaan laut menjadikan wisata Puncak Mas menjadi satu-satunya wisata tertinggi di kota Bandar Lampung.



Sumber: Dinas Pariwisata Lampung.

Gambar 4.1 Peta wisata Puncak Mas Bandar Lampung

Tempat yang beradaan dilereng gunung, Puncak Mas menyajikan

pemandangan yang dapat memanjakan mata pengunjung seperti pemandangan pegunungan, perkotaan dan pantai saat berwisata. letak dari pantai berjarak 11.5 km, pusat kota berjarak 3.7 km, dan perbukitan berjarak 2 km. Terkenalnya tempat wisata tersebut sangat memanfaatkan tren "instagramabel" yang disukai wisatawan dari segala usia khususnya kaum melenial dan wisatawan yang hobi fotografi. Waktu untuk melihat pemandangan tersebut saat sore menjelang malam, dimana wisatawan dapat menikmati keindahan kota Bandar Lampung dengan cahaya lampu-lampu. Pemandangan disiang hari juga tidak kalah menarik. Tidak hanya pemandangan yang indah tetapi juga terdapat beberapa daya tarik wisata yang cukup unik seperti rumah pohon yang posisinya terbalik yang menjadi incaran para wisatawan untuk berfoto.

Puncak Mas Sukadanaham Lampung merupakan spot wisata terbaru di Bandar Lampung yang membawa konsep wisata alam serta wisata buatan. Selain daya tarik wisata, wisata Puncak Mas mempunyai hal yang menarik lain yaitu dua mushola yang letaknya di atas pohon, musholla tersebut diperuntukan untuk pria dan wanita secara terpisah. Dengan adanya musholla di atas pohon menambah kenyamanan dan ketenangan saat beribadah, hal tersebut menjadikan wisata Puncak Mas menjadi wisata yang berkonsep religi. Dengan adanya konsep religi membuat wisata ini menjadi halal tidak bertentangan dengan syariat Islam baik dari segi pelayanan maupun fasilitas yang disediakan. Wisatawan yang berkunjung disini tidak hanya dapat menikmati daya tarik wisata tetapi dapat juga berwisata tanpa menghilangkan kehalalan saat berwisata. Tempat wisata ini juga menyediakan sarana fasilitas yang cukup lengkap seperti cafe atau foodcourt,

toilet, musholla (rumah pohon), 6 buah rumah pohon, gazeebo, jembatan cinta, taman, arena bermain anak, penginapan, tempat parkir dan tentunya bermacam spot untuk berfoto atau selfie.

Tercatat pada periode desember 2017 sampai dengan januari 2018 disebut sebagai periode liburan, dimana wisata Puncak Mas bisa meraup keuntungan sampai dengan 1.2 miliar rupiah perbulan. Dengan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 5000 orang di akhir pekan dan 700-1000 orang di hari kerja. Berdasarkan informasi yang didapat dari pengelola bahwa perekonomian yang terjadi di Puncak Mas naik dan stabil, hal tersebut dapat menunjang perekonomian dan dapat menambah devisa negara dari sektor pariwisata daerah. Namun pemerintah sendiri kurang maksimal dalam memberikan *effort* dan dukungan lain terhadap Puncak Mas, bahkan ada oknum pemerintah yang memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pengelola untuk kepentingan pribadinya, seperti mengadakan gathering yang muatannya bersifat sponsorship, sebagai wadah pertemuan atau rekreasi yang digunakan secara tidak baik atau semaunya.

Puncak Mas menilai memanfaatkan fasilitas dan layanan oleh pemerintah yang seharusnya bisa berkontribusi dengan baik dan memberikan dampak postitif terhadap tempat wisata tersebut berubah menjadi kerugian dan tidak koperatifnya pemerintah dalam mendukung kerjasama antara kedua belah pihak serta terjadinya degradasi kepercayaan dari pengelola bahkan masyarakat tentang bagaimana pemerintah bisa ikut andil dalam memajukan sector pariwisata di Bandar lampung. Hal ini tidak hanya terjadi di Puncak Mas saja tetapi terjadi juga di

tempat wisata yang lain yang memicu kesenjangan terhadap kemajuan tempat wisata di lampung.

4.2 Hasil Penelitian Wisata Puncak Mas

4.2.1 Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas ditunjukan dengan korelasi yang signifikan antara skor item dengan skor total, dimana skor total adalah penjumlahan keseluruhan nilai item yang disebut dengan korelasi *Product Moment Pearson* untuk menentukan suatu validitas adalah dengan mengkonsultasikan nilai signifikansi product moment berdasarkan taraf signifikasi 5% dengan N= 100, df=N-2, atau dalam kasus ini df=100-2 = 98 dan p = 0,05 maka didapat r tabel = 0.196 (Singih, 2001). Keputusan pengujian validitas dimana item pernyataan dikatakan valid apabila r hitung > r tabel dan item pernyataan dikatakan tidak valid apabila r hitung < r tabel. Hasil yang diperoleh dari uji validitas dalam penelitian ini menggunakan spss 17,0 adalah sebgai berikut:

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Atraksi

Item	N	r tabel	r sig	Item	N	r tabel	r sig
1	100	0.196	0.429*	7	100	0.196	0.553*
2	100	0.196	0.456*	8	100	0.196	0.539*
3	100	0.196	0.64*	9	100	0.196	0.723*
4	100	0.196	0.417*	10	100	0.196	0.588*
5	100	0.196	0.526*	11	100	0.196	0.569*
6	100	0.196	0.591*				

*Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Pada tabel 4.1 di atas terdapat pernyataan yang ada pada variabel amenitas. Besarnya koefisien korelasi dari 11 pernyataan menunjukan nilai

yang lebih tinggi dari r tabel sehingga dapat dinyatakan seluruh pernyataan valid.

Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Amenitas

Item	N	r tabel	r sig	Item	N	r tabel	r sig
1	100	0.196	0.516*	10	100	0.196	0.641*
2	100	0.196	0.604*	11	100	0.196	0.704*
3	100	0.196	0.639*	12	100	0.196	0.604*
4	100	0.196	0.564*	13	100	0.196	0.734*
5	100	0.196	0.598*	14	100	0.196	0.771*
6	100	0.196	0.636*	15	100	0.196	0.717*
7	100	0.196	0.546*	16	100	0.196	0.741*
8	100	0.196	0.676*	17	100	0.196	0.659*
9	100	0.196	0.770*				

*Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Pada tabel 4.2 tersebut terdapat pernyataan yang ada pada variabel amenitas. Besarnya koefisien korelasi dari 17 pernyataan menunjukan nilai yang lebih tinggi dari r tabel sehingga dapat dinyatakan seluruh pernyataan valid.

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Aksesibilitas

Item	N	r tabel	r sig
1	100	0.196	0.961*
2	100	0.196	0.976*
3	100	0.196	0.974*
4	100	0.196	0.959*
5	100	0.196	0.977*
6	100	0.196	0.969*
7	100	0.196	0.967*
8	100	0.196	0.958*

*Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Pada tabel 4.3 tersebut terdapat pernyataan yang ada pada variabel aksesibilitas. Besarnya koefisien korelasi dari 8 pernyataan menunjukan nilai yang lebih tinggi dari r tabel sehingga dapat dinyatakan seluruh pernyataan valid.

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Ancillary

Item	N	r tabel	r sig
1	100	0.196	0.424*
2	100	0.196	0.538*
3	100	0.196	0.619*
4	100	0.196	0.397*

*Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Pada tabel 4.4 tersebut terdapat pernyataan yang ada pada variabel ancillary. Besarnya koefisien korelasi dari 4 pernyataan menunjukan nilai yang lebih tinggi dari r tabel sehingga dapat dinyatakan seluruh pernyataan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Item	N	Nilai Alpha	Ketentuan Nilai Alpha
Atraksi	100	855^{+}	0,60
Amenitas	100	934^{+}	0,60
Aksesibilitas	100	992^{+}	0,60
Ancillary	100	651^{+}	0,60

$^{+}$Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat Uji Reliabilitas bahwa besarnya nilai alpha dari seluruh variabel lebih besar dari ketentuan nilai

Cronbach Alpha > 0,60. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan untuk setiap variabel dinyatakan reliabel, yang artinya intrumen tersebut dugunakan beberapa kali untuk mengukur 100 responden akan menghasilkan data yang sama.

4.2.2 Profil Demografi Responden

Profil responden dapat dilihat meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, agama, kendaraan menuju tempat wisata, domisili, jumlah kunjungan dan informasi tempat wisata. Berikut hasil yang didapat melalui pembagian kuesioner terhadap 100 responden wisatawan Puncak Mas :

1. Usia.

   Berdasarkan sebaran angket, di ketahui usia responden mulai dari 15-20 tahun sebanyak 13 orang atau 13.0%, usia 21-25 tahun sebanyak 67 orang atau 67.0%, usia 26-30 tahun 14 orang atau 14.0% dan usia > 30 tahun sebanyak 6 orang atau 6.0%.

2. Jenis Kelamin.

   Adapun karakteristik responden pada jenis kelamin diketahui jumlah pria sebesar 34 orang atau 34.0% sedangkan jumlah wanita sebesar 66 orang atau 66.0%.

3. Pendidikan.

   Berdasarkan pendidikan yang ditempuh oleh responden menunjukan bahwa yang mendominasi tingkat pendidikan yaitu D3 sebanyak 8 orang atau sebanyak 8.0%, S1 sebanyak 66 orang atau 66.0%, S2 sebanyak 1 orang atau 1.0%, dan tingkat SMA/SMK sebanyak 24 orang atau 24.0%.

4. Agama

   Menurut agama yang dianut oleh responden diketahui bahwa terdapat responden yang beragama Islam sebanyak 93 orang atau 93.0%, agama katholik sebanyak 4 orang atau 4.0%, dan selanjutnya agama kristen sebanyak 3 orang atau 3.0%,.

5. Kendaraan yang dipakai menuju tempat wisata.

   Berdasarkan jumlah kendaraan digunkan responden menuju tempat wisata, diketahui bahwa jumlah kendaraan roda dua seperti motor sebanyak 20 kendaraan atau 20.0%, kendaraan roda empat seperti mobil sebanyak 77 kendaraan atau 77.0%, selanjutnya menggunakan kendaraan umum sebanyak 3 reponden atau 3.0%.

6. Domisili.

   Berdasarkan domisili pengunjung, diketahui bahwa jumlah asal Lampung sebanyak 95 orang atau 95.0%, luar Lampung sebanyak 5 orang atau 5.0%.

7. Jumlah Kunjungan

   Berdasarkan jumlah kunjungan kedatangan responden ketempat wisata didapat jumlah kunjungan satu kali sebanyak 45 orang atau 45.0%, dua kali sebanyak 33 orang atau 33.0%, sedangkan lebih dari dua kali sebanyak 22 orang atau 22.0%.

8. Informasi Tempat Wisata.

Berdasarkan informasi yang didapat tentang wisata melalui media sosial sebanyak 60 orang atau 60%, teman/kerabat sebanyak 40 orang atau 40%.

4.2.3 Presepsi Wisatawan Terhadap Potensi Destinasi Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung.

Dalam menentukan kesiapan destinasi wisata menjadi wisata syariah dapat dilihat melalui empat indikator yang bisa dijadikan sebagai pengembangan daya tarik wiata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung menuju wisata syariah.

1. Atraksi

Terdapat pernyataan untuk melihat kesiapan daya tarik wisata Puncak Mas menjadi destinasi wisata syariah dari presepsi wisatawan yang berkunjung. Adapun pernyataan sebagai berikut:

a. Atraksi Wisata Yang Tersedia Tidak Bertentangan Dengan Kaidah Syariah.

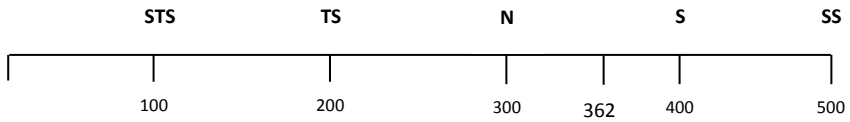
Untuk pernyataan terkait dengan atraksi tidak bertentangan dengan syariat Islam, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Presepsi Responden Mengenai Atraksi Wisata

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	3	3
2	Tidak Setuju	2	5	10
3	Netral	3	35	105
4	Setuju	4	41	164
5	Sangat Setuju	5	16	80
Total			100	362

Sumber: Hasil penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 3%, tidak setuju 5%, netral 35%, setuju 41% dan sisanya 16% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 362 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2 Skoring Presepsi Responden Mengenai Atraksi Wisata

b. Meliputi Wisata Alam, Wisata Budaya dan Wisata Buatan.

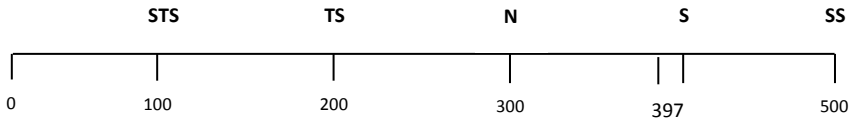
Untuk pernyataan mengenai wisata alam, budaya dan buatan frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Presepsi Responden Mengenai Wisata

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	27	81
4	Setuju	4	40	160
5	Sangat Setuju	5	30	150
Total			100	397

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 27%, setuju 40% dan sisanya 30% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 397 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.3 Skoring Presepsi Mengenai Wisata.

c. Wahana Atraksi Sudah Memenuhi Standar Keamanan dan Nyaman.

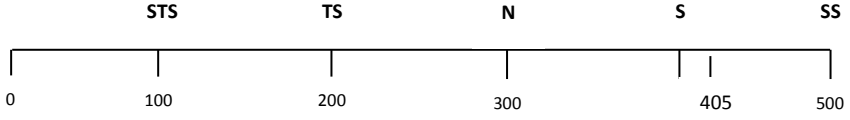
Untuk pernyataan terkait dengan standar keamanan dan kenyamanan wahana atraksi frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Presepsi Responden Mengenai Wahana Atraksi

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	4	8
3	Netral	3	25	75
4	Setuju	4	33	132
5	Sangat Setuju	5	38	190
Total			100	405

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 4%, netral 25% , setuju 33% dan sisanya 38% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 405 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.4 Skoring Presepsi Mengenai Wahana

d. Infomasi Bagi Pengunjung Sudah Jelas (brosur informasi, peta lokasi atraksi dll).

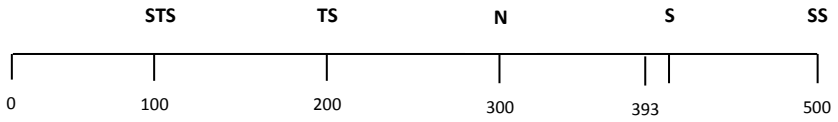
Untuk pernyataan berkaitan dengan informasi frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Presepsi Responden Mengenai Infomasi

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
2	Tidak Setuju	2	6	12
3	Netral	3	24	72
4	Setuju	4	37	148
5	Sangat Setuju	5	32	160
Total			100	393

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 6%, netral 24%, setuju 37% dan sisanya 32% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 397 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.5 Skoring Presepsi Responden Mengenai Infomasi

e. Pemandangan Bawah Puncak Meningkatkan Estetika Objek Wisata.

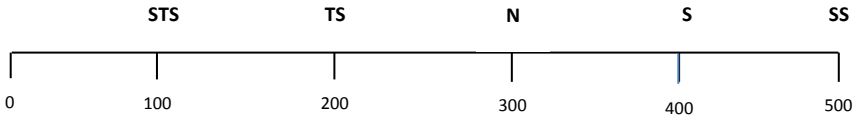
Untuk pernyataan terkait dengan pemandangan di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Presepsi Responden Mengenai Pemandangan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	4	8
3	Netral	3	26	78
4	Setuju	4	36	144
5	Sangat Setuju	5	34	170
Total			100	400

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 4%, netral 26% , setuju 36% dan sisanya 34% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 400 dengan demikian pernyataan berada pada kategori sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.6 Skoring Presepsi Responden Mengenai Pemandangan

f. Makanan dan Minuman Halal Mudah diperoleh dari Tempat Wisata.

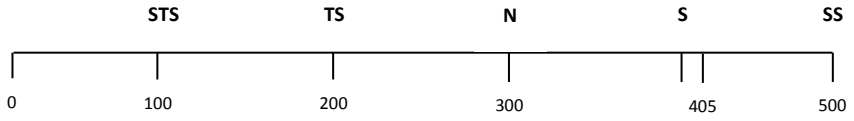
Untuk pernyataan terkait dengan makanan dan minuman halal di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11 Presepsi Responden Mengenai Makanan dan Minuman

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	5	10
3	Netral	3	16	48
4	Setuju	4	48	192
5	Sangat Setuju	5	31	155
Total			100	405

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 5%, netral 16%, setuju 48% dan sisanya 31% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 405 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.7 Skoring Presepsi Responden Mengenai Makanan Dan Minuman.

g. Menyediakan Tempat Ibadah dan Fasilitas Layak Secara Terpisah Sesuai Kaidah Syariah dari Tempat Wisata.

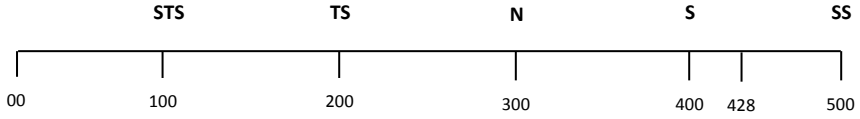
Untuk pernyataan terkait dengan tempat ibadah di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12 Presepsi Responden Mengenai Tempat Ibadah

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
2	Tidak Setuju	2	1	2
3	Netral	3	12	36
4	Setuju	4	41	164
5	Sangat Setuju	5	45	225
Total			100	428

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 1%, netral 12% , setuju 41% dan sisanya 45% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 428 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.8 Skoring Presepsi Responden Mengenai Tempat Ibadah

h. Menyediakan Toilet yang Layak dan Nyaman Secara Terpisah Di tempat Wisata.

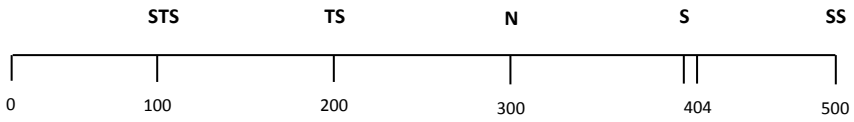
Untuk pernyataan terkait dengan toilet di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.13 sebgai berikut:

Tabel 4.13 Presepsi Responden Mengenai Toilet

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	2	2
2	Tidak Setuju	2	4	8
3	Netral	3	17	51
4	Setuju	4	42	168
5	Sangat Setuju	5	35	175
Total			100	404

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 2%, tidak setuju 4%, netral 17%, setuju 42% dan sisanya 35% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 404 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.9 Skoring Presepsi Responden Mengenai Toilet

i. Sanitasi dan Kebersihan Lingkungan Di tempat Wisata Terjaga dengan Baik.

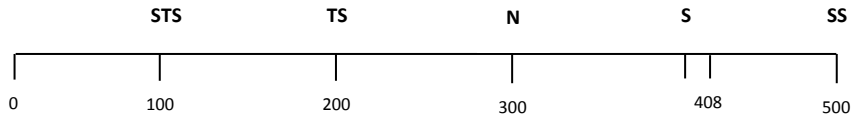
Untuk pernyataan terkait dengan sanitasi dan kebersihan lingkungan di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14 Presepsi Responden Mengenai Sanitasi dan Kebesihan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	2	4
3	Netral	3	20	60
4	Setuju	4	46	184
5	Sangat Setuju	5	32	160
Total			100	408

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 20% , setuju 46% dan sisanya 32% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai 408 dengan demikian pernyataan berada pada kategori sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.10 Skoring Presepsi Responden Mengenai Sanitasi dan Kebesihan

j. Tempat Wisata Cocok Untuk Segala Usia.

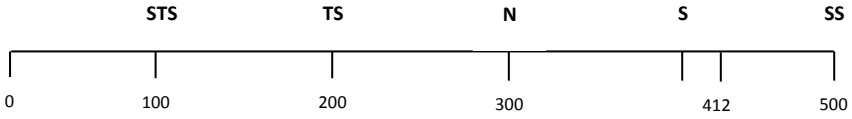
Untuk pernyataan terkait dengan tempat wisata untuk segala usia, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.15 Presepsi Responden Mengenai Wisata Segala Usia

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	19	57
4	Setuju	4	37	148
5	Sangat Setuju	5	40	200
Total			100	412

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 3%, netral 19%, setuju 37% dan sisanya 40% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 412 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.11 Skoring Presepsi Responden Mengenai Wisata Segala Usia

k. Secara Umum, Tempat Wisata Menarik Untuk Dikunjungi.

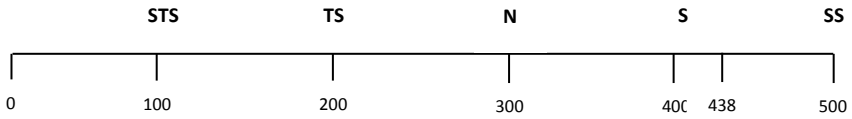
Untuk pernyataan terkait dengan menarik tidaknya di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16 Presepsi Responden Mengenai Wisata yang Menarik

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	1	2
3	Netral	3	7	21
4	Setuju	4	45	180
5	Sangat Setuju	5	47	235
Total			100	438

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 1%, netral 7% , setuju 45% dan sisanya 47% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 439 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.12 Skoring Presepsi Responden Mengenai Wisata Yang Menarik

Hasil skoring dengan menggunakan skala likert untuk pernyataan berkaitan dengan atraksi wisat Puncak Mas menghasilkan nilai rata-rata **405**, atau berada pada kategori sangat setuju atau sangat setuju atau sangat baik. Adapun hasil skoring jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 4.13 Skoring Presepsi Responden Mengenai Atraksi

Hasil rata-rata skoring dalam pernyataan yang terkait dengan atraksi wisata menuju syariah di Puncak Mas, menunjukan bahwa atraksi yang dimiliki tempat wisata berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata syariah di Lampung. Potensi tersebut dapat dilihat dari beberapa pernyataan yang ada pada atraksi terkait dengan indikator dalam melihat kesiapan atraksi yang ada di wisata Puncak Mas. Oleh karena itu, pihak pengusaha sebagai pengelola dapat mengembangkan dan menerapkan wisata berbasis syariah kedepannya dengan lebih baik lagi serta tetap menjaga atraksi yang sudah ada dengan melakukan pembaruan atau tetap menjaga yang sudah ada.



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 14 Atraksi Wisata Puncak Mas

2. Amenitas

a. Akomodasi

Terdapat pernyataan untuk menguji kesiapan akomodasi di wisata Puncak Mas menjadi destinasi wisata syariah menurut presepsi wisatawan yang berkunjung. Adapun pernyataan sebagai berikut:

1) Tersedia Tempat Ibadah dan Sarana Bersuci Yang Layak di Hotel.

Untuk pernyataan terkait dengan tempat ibadah dan sarana bersuci di hotel, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.17 sebagai berikut:

Tabel 4.17 Presepsi Responden Mengenai Tersedia Tempat Ibadah

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
2	Tidak Setuju	2	5	10
3	Netral	3	36	108
4	Setuju	4	38	152
5	Sangat Setuju	5	20	100
Total			100	371

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 5%, netral 36%, setuju 38% dan sisanya 20% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 371 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.15 Skoring Presepsi Responden Mengenai Tersedia Tempat Ibadah

2) Tersersedia Arah Kiblat Dikamar Hotel.

Untuk pernyataan terkait dengan arah kiblat di hotel, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18 Presepsi Responden Mengenai Arah Kiblat Dikamar Hotel

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	2	4
3	Netral	3	31	93
4	Setuju	4	39	156
5	Sangat Setuju	5	28	140
Total			100	393

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 2%, netral 31%, setuju 39% dan sisanya 28% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 393 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.16 Skoring Presepsi Responden Mengenai Arah Kiblat Dikamar Hotel

3) Terdengar Suara Adzan Di Waktu Sholat.

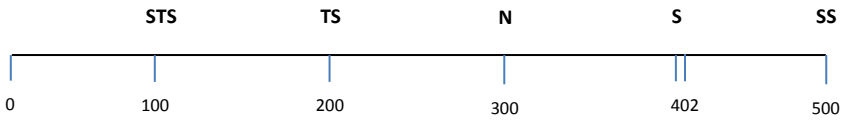
Untuk pernyataan terkait dengan suara adzan diwaktu sholat di hotel, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.17 sebagai berikut:

Tabel 4.19 Presepsi Responden Mengenai Suara Adzan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	32	96
4	Setuju	4	21	84
5	Sangat Setuju	5	43	215
Total			100	402

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 3%, netral 32%, setuju 21% dan sisanya 43% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 402 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.17 Skoring Presepsi Responden Mengenai Suara Adzan

4) Tersedia Makanan dan Minuman Yang Halal di Hotel.

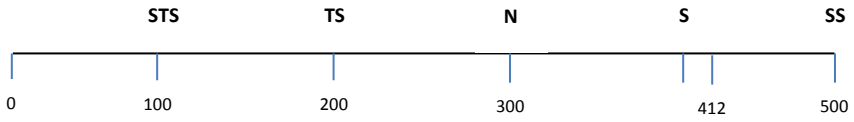
Untuk pernyataan terkait dengan makanan dan minuman halal di hotel, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4.20 Presepsi Responden Mengenai Makanan dan Minuman

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	1	2
3	Netral	3	27	81
4	Setuju	4	31	124
5	Sangat Setuju	5	41	205
Total			100	412

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 1%, netral 27% , setuju 31% dan sisanya 41% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 412 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.18 Skoring Presepsi Responden Mengenai Makanan Dan Minuman

5) Suasana Hotel Aman, Nyaman dan Kondusif Untuk Keluarga dan Keperluan Bisnis.

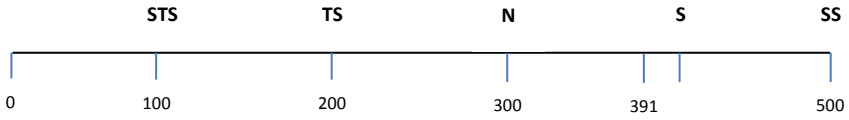
Untuk pernyataan terkait dengan keamanan dan kenyamanan di hotel, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.21 sebagai berikut:

Tabel 4.21 Presepsi Responden Mengenai Hotel

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	2	4
3	Netral	3	34	102
4	Setuju	4	35	140
5	Sangat Setuju	5	29	145
Total			100	391

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 2%, netral 34%, setuju 55% dan sisanya 29% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 391 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.19 Skoring Presepsi Responden Mengenai Hotel

6) Sanitasi dan Kebersihan Lingkungan Hotel Terjaga Dengan Baik.

Untuk pernyataan terkait dengan arah kiblat di hotel, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.22 sebagai berikut:

Tabel 4.22 Presepsi Responden Mengenai Sanitasi Hotel

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	26	78
4	Setuju	4	42	168
5	Sangat Setuju	5	29	145
Total			100	397

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 26%, setuju 42% dan sisanya 29% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 397 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.20 Skoring Presepsi Responden Mengenai Sanitasi Hotel

7) Hanya Memperbolehkan Pasangan Yang Sah dan Keluarga Untuk Menginap.

Untuk pernyataan terkait dengan boleh tidaknya pasangan yang menginap hanya pasangan sah di hotel, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.23 sebagai berikut:

Tabel 4.23 Presepsi Responden Mengenai Persyaratan Hotel

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	14	42
4	Setuju	4	37	148
5	Sangat Setuju	5	46	230
Total			100	426

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

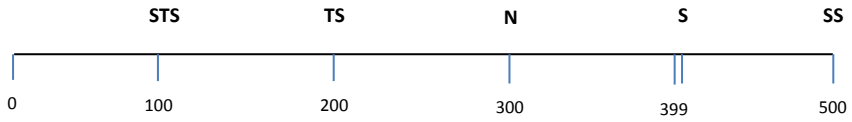
Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 14%, setuju 37% dan sisanya 46% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban

pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 426 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.21 Skoring Presepsi Responden Mengenai Persyaratan Hotel

Jumlah skoring dengan menggunakan skala likert untuk pernyataan yang berkaitan dengan akomodasi yang terdapat di wisata Puncak Mas menghasilkan nilai rata-rata **399**, atau berada pada kategori setuju atau baik. Hasil skoring jawaban responden tersebut seperti pada gambar berikut:



Gambar 4.22 Skoring Presepsi Responden Mengenai Akomodasi

Hasil rata-rata skor pada pernyataan mengenai akomodasi wisata syariah, menurut prespektif responden menunjukan bahwa akomodasi di wisata Puncak Mas pada penginapan siap dalam menunjang tempat wisata yang berpotensi sebagai destinasi wisata syariah. Secara umum, ketersediaan akomodasi pada beberapa hotel atau tempat menginap yang berada di Lampung sudah menerapkan konsep syariah baik dari segi produk, pelayanan, dan pengelolaannya. Dalam produk yang di berikan mengedepankan produk halal, sedangkan dari pelayanan lebih melakukan

seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, dan tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornografi atau asusila, dll. Serta dari pengelolaannya, seluruh karyawan dan karyawati memakai pakaian sopan, dan karyawati menggunakan jilbab. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya kesiapan akomodasi yang dapat menunjang keberadaan dan eksistensi wisata Puncak Mas sehingga dapat semaking berkembang dari waktu ke waktu.



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 23 Fasilitas Akomodasi Wisata

b. Restoran

Terdapat pernyataan untuk menguji kesiapan restoran di wisata Puncak Mas menjadi destinasi wisata syariah melalui presepsi wisatawan yang berkunjung. Adapun pernyataan sebagai berikut:

1) Terdapat Restoran Yang Menyediakan Makanan dan Minuman Yang Terjamin Kehalalannya dan Bersertifikat MUI.

Untuk pernyataan terkait dengan makanan dan minuman halal mudah didapat di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.24 sebagai berikut:

Tabel 4.24 Presepsi Responden Mengenai Restoran Halal

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	0	0	0
3	Netral	3	19	57
4	Setuju	4	41	164
5	Sangat Setuju	5	40	200
Total			100	421

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab netral 19%, setuju 41% dan sisanya 40% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 421 dengan demikian pernyataan berada pada kategori stuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.24 Skoring Presepsi Responden Mengenai Restoran Halal

2) Sanitasi dan Kebersihan Lingkungan Restoran Serta Penyedia Jasa Makanan dan Minuman Terjaga dengan Baik.

Untuk pernyataan terkait dengan sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.25 sebagai berikut:

Tabel 4.25 Presepsi Responden Mengenai Sanitasi dan Kebersihan Restoran

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	1	2
3	Netral	3	25	75
4	Setuju	4	41	164
5	Sangat Setuju	5	33	165
Total			100	406

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 1%, netral 25%, setuju 41% dan sisanya 33% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 406 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju megarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.25 Skoring Presepsi Responden Mengenai Mengenai Sanitasi dan Kebersihan Restoran

3) Tersedia Harga Makanan dan Minuman.

Untuk pernyataan terkait dengan tersedia harga makanan dan minuman di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.26 sebagai berikut:

Tabel 4.26 Presepsi Responden Mengenai Harga Makanan dan Minuman

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	23	69
4	Setuju	4	40	160
5	Sangat Setuju	5	33	165
Total			100	401

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 3%, netral 23%, setuju 40% dan sisanya 33% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 401 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju merangarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.26 Skoring Presepsi Responden Mengenai Harga Makanan Dan Minuman

4) Memiliki Daftar Makanan dan Minuman Halal Sesuai dengan Panduan Umum Usaha Penyedia Makanan dan Minuman.

Untuk pernyataan terkait dengan tersedia daftar makanan dan minuman halal di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.27 sebagai berikut:

Tabel 4.27 Presepsi Responden Mengenai Daftar Makanan Halal

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	0	0	0
3	Netral	3	21	63
4	Setuju	4	46	184
5	Sangat Setuju	5	33	165
Total			100	412

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab netral 21%, setuju 46% dan sisanya 33% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 412 dengan demikian pernyataan berada pada kategori sangat netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.27 Presepsi Responden Mengenai Daftar Halal

Secara umum, hasil skoring menggunakan skala likert untuk pertanyaan yang berkaitan dengan restoran atau *foodcourt* yang berada di tempat wisata Puncak Mas menghasilkan nilai **410**, atau berada pada kategori sangat setuju atau sangat setuju atau sangat baik. Hasil skoring jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 4.28 Skoring Presepsi Responden Mengenai Restoran

Menurut presepsi responden untuk pernyataan yang berkaitan dengan restoran ataupun *foodcourt* yang berada di tempat wisata menunjukkan bahwa ketersediaan makanan dan minuman serta kebersihan pada wisata Puncak Mas membuktikan kesiapannya untuk menjadi tujuan wisata syariah. Secara umum, penyedia jasa makanan dan minuman yang berada di Lampung dalam pengolahan dan penyajiannya sudah menerapkan prinsip halal. Namun, hal tersebut belum diperkuat dengan adanya sertifikat halal dari MUI untuk tempat wisata Puncak Mas sendiri. Oleh karena itu, pihak pengelola secepatnya mengurus sertifikat halal dari MUI. Dengan demikian, kehalalan dalam produk makanan dan minuman menjadi nilai penting yang harus diusahakan oleh pengelola Puncak Mas untuk memperoleh *image* yang positif dari wisatawan sebagai wisata syariah di Lampung.



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 29 *Foodcourt* Puncak Mas

c. Pramuwisata

Terdapat pernyataan untuk menguji kesiapan pramuwisata di wisata Puncak Mas menjadi destinasi wisata syariah dari presepsi wisatawan yang berkunjung. Adapun pernyataan sebagai berikut:

1) Karyawan Dapat Memahami dan Melaksanakan Nilai-Nilai Syariah dalam Menjalankan Tugas.

Untuk pernyataan terkait dengan karyawan dapat memahami tugas dengan nilai-nilai syariah di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.28 sebagai berikut:

Tabel 4.28 Presepsi Responden Mengenai Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	4	8
3	Netral	3	36	108
4	Setuju	4	38	152
5	Sangat Setuju	5	22	110
Total			100	378

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 4%, netral 36% , setuju 38% dan sisanya 22% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 378 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.30 Skoring Presepsi Responden Mengenai Karyawan

2) Karyawan Komunikatif, Ramah, Jujur dan Bertanggung Jawab.

Untuk pernyataan terkait dengan karyawan jujur, sopan dan ramah kepada pengunjung di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.29 sebagai berikut:

Tabel 4.29 Presepsi Responden Mengenai Sikap Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	38	114
4	Setuju	4	29	116
5	Sangat Setuju	5	30	150
Total			100	386

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 38%, setuju 29% dan sisanya 30% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 386 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.31 Skoring Presepsi Responden Mengenai Sikap Karyawan

3) Karyawan Berpenampilan Sopan dan Menarik Sesuai dengan Nilai Etika Islam.

Untuk pernyataan terkait dengan karyawan berpenampilan sopan dan menarik di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.30 sebagai berikut:

Tabel 4.30 Presepsi Responden Mengenai Penampilan Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	34	102
4	Setuju	4	34	136
5	Sangat Setuju	5	29	145
Total			100	389

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 34%, setuju 34% dan sisanya 29% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 389 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.32 Skoring Presepsi Responden Mengenai Penampilan

4) Karyawan Memiliki Kompetensi Kerja Sesuai dengan Standar Profesi Yang Berlaku.

Untuk pernyataan terkait dengan karyawan bekerja sesuai dengan setandar kerja yang berlaku di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.31 sebagai berikut:

Tabel 4.31 Presepsi Responden Mengenai Kompetensi Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	0	0	0
3	Netral	3	29	87
4	Setuju	4	38	152
5	Sangat Setuju	5	33	165
Total			100	404

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab netral 29%, setuju 38%, dan sisanya 33% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 404 dengan demikian pernyataan berada pada kategori setuju mengarah ke sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.33 Skoring Presepsi Responden Kompetensi Karyawan

5) Pelanggan Merasa Aman dan Nyaman dalam Berinteraksi dengan Karyawan.

Untuk pernyataan terkait dengan pelanggan aman dan nyaman dalam berinteraksi dengan karywan di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.32 sebagai berikut:

Tabel 4.32 Presepsi Responden Mengenai Interaksi dengan Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	2	4
3	Netral	3	28	84
4	Setuju	4	41	164
5	Sangat Setuju	5	29	145
Total			100	397

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 2%, netral 28%, setuju 41%, dan sisanya 29% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 397 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.34 Skoring Presepsi Responden Mengenai Interaksi dengan Karyawan

6) Karyawan Cepat Tanggap Terhadap Pengunjung.

Untuk pernyataan terkait dengan karyawan dapat cepat tanggap kepada pengunjung di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.33 sebagai berikut:

Tabel 4.33 Presepsi Responden Mengenai Kecekatan Karyawan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	0	0	0
3	Netral	3	38	114
4	Setuju	4	32	128
5	Sangat Setuju	5	30	150
Total			100	392

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab netral 38%, setuju 32%, dan sisanya 30% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 392 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.35 Skoring Presepsi Responden Mengenai Kecekatan Karyawan

Secara umum rata-rata jumlah skoring menggunakan skala likert untuk pernyataan berkaitan dengan kesiapan pramuwisata di wisata Puncak Mas menghasilkan nilai **391**, berada pada kategori setuju atau Baik. Hasil skoring jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 4.36 Skoring Presepsi Responden Mengenai Pramuwisata

Berdasarkan hasil survei, menurut presepsi responden menyatakan bahwa mayoritas pramuwisata yang berada di wisata Puncak Mas beragama muslim. Untuk itu, wisata Puncak Mas sendiri mempunyai potensi menjadi wisata syariah. Secara umum, pramuwisata berpenampilan sopan dan menarik sesuai ketentuan etika yang berlaku dalam standar profesi. Pramuwisata juga mudah berinteraksi kepada wisatawan yang berkunjung. Namun, terkait dengan akhlak dan kesesuain prilaku dengan nilai syariah masih sangat tergantung dengan individu pramuwisata masing-masing.

3. Aksesibilitas

Terdapat pernyataan yang dapat menguji kesiapan aksesibilitas menuju wisata Puncak Mas menjadi destinasi wisata syariah dari presepsi wisatawan yang berkunjung. Adapun pernyataan sebagai berikut:

a. Akses Jalan Yang Mudah.

Untuk pernyataan terkait dengan akses jalan yang mudah ke tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.34 sebagai beikut:

Tabel 4.34 Presepsi Responden Mengenai Akses Jalan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	13	26
3	Netral	3	33	99
4	Setuju	4	32	128
5	Sangat Setuju	5	22	110
Total			100	363

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 13%, netral 33%, setuju 32%, dan sisanya 22% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban

pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 363 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.37 Skoring Presepsi Responden Mengenai Akses Jalan

b. Kemudahan Akses Informasi Wisata.

Untuk pernyataan terkait dengan kemudahan akses informasi jalan maupun wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.35 sebagai berikut:

Tabel 4.35 Presepsi Responden Mengenai Akses Informasi Wisata

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	35	105
4	Setuju	4	41	164
5	Sangat Setuju	5	21	105
Total			100	380

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 35%, setuju 41%, dan sisanya 21% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 380 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.38 Skoring Presepsi Responden Mengenai Akses Informasi Wisata

c. Objek Wisata Mudah Dijangkau.

Untuk pernyataan terkait dengan kemudahan menjangkau tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.36 sebagai berikut:

Tabel 4.36 Presepsi Responden Mengenai Jarak Objek Wisata

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	6	12
3	Netral	3	24	72
4	Setuju	4	40	160
5	Sangat Setuju	5	30	150
Total			100	394

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 6%, netral 24%, setuju 40%, dan sisanya 30% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 394 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.39 Skoring Presepsi Responden Mengenai Jarak Objek Wisata

d. Transportasi Mudah Dijangkau (darat, laut, udara).

Untuk pernyataan terkait dengan kemudahan akses tranportasi umum wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.34 sebagai berikut:

Tabel 4.37 Presepsi Responden Mengenai Transportasi

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	10	20
3	Netral	3	36	108
4	Setuju	4	36	144
5	Sangat Setuju	5	18	90
Total			100	362

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 10%, netral 36%, setuju 36%, dan sisanya 18% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 362 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.40 Skoring Presepsi Responden Mengenai Transportasi

e. Biaya Transportasi Sesuai Standar.

Untuk pernyataan terkait dengan biaya menuju tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.38 sebagai berikut:

Tabel 4.38 Presepsi Responden Mengenai Biaya Transportasi

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	10	20
3	Netral	3	30	90
4	Setuju	4	37	148
5	Sangat Setuju	5	23	115
Total			100	373

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 10%, netral 30%, setuju 37%, dan sisanya 23% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 373 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.41 Skoring Presepsi Responden Mengenai Biaya Transportasi

f. Kondisi Jalan Baik Menuju Tempat Wisata.

Untuk pernyataan terkait dengan kondisi jalan menuju tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.39 sebagai berikut:

Tabel 4.39 Presepsi Responden Mengenai Kondisi Jalan

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	1	2	2
2	Tidak Setuju	2	12	24
3	Netral	3	34	102
4	Setuju	4	35	140
5	Sangat Setuju	5	17	85
Total			100	353

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab sangat tidak setuju 2%, tidak setuju 12%, netral 34%, setuju 35%, dan sisanya 17% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 353 dengan demikian pernyataan berada pada

kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.42 Skoring Presepsi Responden Mengenai Kondisi Jalan

g. Tempat Wisata Dekat dengan Rumah Sakit an Kantor Polisi.

Untuk pernyataan terkait dengan keberadaan rumah sakit dan kantor polisi dekat dengan tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.40 sebagai berikut:

Tabel 4.40 Presepsi Responden Mengenai Keberadaan Rumah Sakit

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	15	30
3	Netral	3	33	99
4	Setuju	4	34	136
5	Sangat Setuju	5	18	90
Total			100	355

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 15%, netral 33%, setuju 34%, dan sisanya 18% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 355 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.43 Skoring Presepsi Responden Mengenai Keberadaan Rumah Sakit

h. Terdapat Penunjuk Jalan Ke Lokasi Wisata.

Untuk pernyataan terkait dengan penunjuk jalan menuju lokasi wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.41 sebagai berikut:

Tabel 4.41 Presepsi Responden Mengenai Penunjuk Jalan Lokasi Wisata

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	3	6
3	Netral	3	31	93
4	Setuju	4	42	168
5	Sangat Setuju	5	24	120
Total			100	387

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 3%, netral 31%, setuju 42%, dan sisanya 24% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 387 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.44 Skoring Presepsi Responden Penunjuk Jalan Lokasi Wisata

Secara kumulatif rata-rata skoring menggunakan skala likert untuk pernyataan yang berkaitan dengan aksesibilitas menuju tempat wisata

Puncak Mas menghasilkan nilai **370**, berada pada kategori setuju atau baik. Hasil skoring jawaban responden seperti pada gambar berikut:



Gambar 4.45 Skoring Presepsi Responden Mengenai Aksesibilitas

Hasil skoring rata-rata menunjukan bahwa aksesibilitas terhadap kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang wisata Puncak Mas dimana daerah wisata mudah dijangkau dengan transportasi darat, laut, maupun udara, serta biaya transportasi bagi wisatawan sangat terjangkau berada pada kategori setuju.

Ketersediaan informasi dapat diperoleh melalui media internet maupun non internet yang disediakan oleh pelaku usaha wisata maupun masyarakat sekitar. Sedangkan ketersediaan infrastruktur dan jalan juga sudah cukup baik namun masih ada beberapa jalan yang berlubang. kemudian aksesibilitas tempat wisata yang jauh dari pusat kota sedikit menjadi kendala bagi wisatawan. Kendala lainnya yaitu masih minimnya angkutan umum untuk menuju tempat wisata tetapi dengan adanya kendaraan online akan memudahkan wisatawan yang ingin berkunjung ke wisata Puncak Mas. Beberapa kendala tersebut tidak menghambat wisatawan untuk tetap berkunjung ke wisata Puncak Mas karena pada dasarnya wisata tersebut mempunyai daya tarik sendiri untuk di kunjungi.

Dengan demikian dari aspek aksesbilitas lebih menekankan pada penyediaan akses transportasi baik kendaraan umum maupun pribadi

dimana jalan-jalan di sekitar tempat wisata perlu dibangun dan diperbaiki sehingga dapat mengurangi waktu tempuh serta mudah dilalui oleh wisatawan khususnya yang berasal dari luar daerah Lampung.

4. *Ancillary*

a. Pemasaran

Terdapat beberapa pernyataan untuk menguji kesiapan *ancillary* di wisata Puncak Mas menjadi destinasi wisata syariah menurut presepsi wisatawan yang berkunjung. Adapun pernyataan sebagai berikut:

1) Melakukan Promosi Melalui Media Sosial Baik Online Ataupun Offline.

Untuk pernyataan terkait dengan mengetahui informasi wisata baik online maupun onlone, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.42 sebagai berikut:

Tabel 4.42 Presepsi Responden Mengenai Promosi

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	1	2
3	Netral	3	25	75
4	Setuju	4	41	164
5	Sangat Setuju	5	33	165
Total			100	406

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 1%, netral 25%, setuju 41%, dan sisanya 33% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai 406 dengan

demikian pernyataan berada pada kategori sangat setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.46 Skoring Presepsi Responden Promosi

2) Terdapat Paket Wisata (Voucher, Penginapan).

Untuk pernyataan terkait dengan ada tidaknya paket wisata seperti penginapanaa ataupun voucher di tempat wisata, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.43 sebagai berikut:

Tabel 4.43 Presepsi Responden Mengenai Paket Wisata

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	10	20
3	Netral	3	38	114
4	Setuju	4	33	132
5	Sangat Setuju	5	19	95
Total			100	361

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 10%, netral 38%, setuju 33%, dan sisanya 19% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 361 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.47 Skoring Presepsi Responden Mengenai Paket Wisata

3) Terdapat promosi khusus dari pemerintah maupun lembaga lainnya tentang wisata syariah.

Untuk pernyataan terkait dengan ada promosi dari pemerintah ataupun lembaga mengenai wisata syariah, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.44 sebagai berikut:

Tabel 4.44 Presepsi Responden Mengenai Promosi

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	11	22
3	Netral	3	42	126
4	Setuju	4	34	136
5	Sangat Setuju	5	13	65
Total			100	349

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 11%, netral 42%, setuju 34%, dan sisanya 13% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 349 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.48 Skoring Presepsi Responden Mengenai Promosi

4) Terdapat Sosialisasi dari Pemerintah Terkait Wisata Syariah.

Untuk pernyataan terkait dengan sosialisasi mengenai wisata syariah dari pemerintah, frekuensi jawaban responden seperti pada tabel 4.45 sebagai berikut:

Tabel 4.45 Presepsi Responden Mengenai Sosialisasi Pemerintah

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Tidak Setuju	0	0	0
2	Tidak Setuju	2	14	28
3	Netral	3	51	153
4	Setuju	4	20	80
5	Sangat Setuju	5	15	75
Total			100	336

Sumber: Hasil Penelitian, 2018.

Sebagian besar responden menjawab tidak setuju 14%, netral 51%, setuju 20%, dan sisanya 15% sangat setuju. Berdasarkan skoring jawaban pengunjung menggunakan skala likert menghasilkan nilai rata-rata 336 dengan demikian pernyataan berada pada kategori netral mengarah ke setuju. Nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.49 Skoring Presepsi Responden Mengenai Sosialisasi Pemerintah

Secara kumulatif rata-rata jumlah skoring menggunakan skala likert untuk pernyataan yang berkaitan dengan *ancillary* wisata Puncak Mas menunjukan nilai **361**, berada pada kategori setuju atau baik. Hasil skor jawaban responden pada gambar berikut:



Gambar 4.50 Skoring Prsepsi Responden Mengenai *Ancillary*

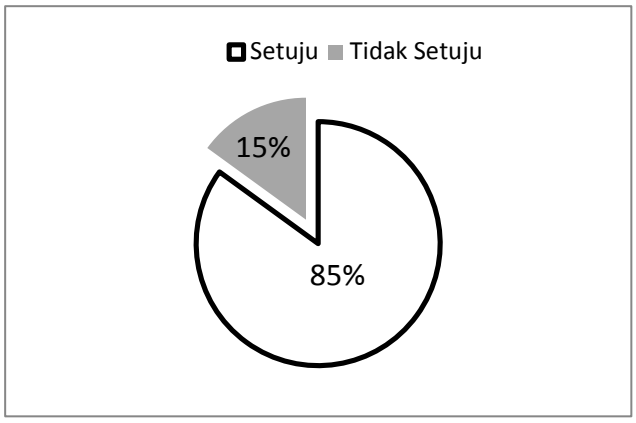
Berdasarkan hasil survei bahwa *ancillary* pada wisata Puncak Mas menurut wisatawan dalam kondisi cukup baik. Hal tersebut didukung dengan adanya promosi dari pihak pengelola wisata menggunakan media *online* maupun *offline*. Promosi tersebut sangat penting untuk mengenalkan dan memasarkan tempat wisata.

Adanya promosi akan berdampak positif bagi pengusaha wisata serta membuat tempat wisata semakin berkembang dan banyak dikenal oleh wisatawan baik secara nasional maupun internasional. Untuk meningkatkan pengembangan wisata pengelola dapat menggunakan paket wisata seperti voucher, paket penginapan dll. Tetapi menurut presepsi responden masih ada kendala dalam mengenalkan wisata berbasis syariah karena kurangnya perhatian dan tidak adanya sosialisasi tentang wisata syariah di Lampung membuat kesulitan pengelola untuk mengenalkan wisata di Puncak Mas apalagi tempat wisata ini berpotensi sebagai wisata berbasis syariah.

Pada dasarnya pengembangan wisata harus ada campur tangan dari pemerintah, lembaga ataupun masyarakat sekitar terkait untuk memajukan destinasi wisata khususnya wisata daerah. Kerjasama tersebut bisa dilakukan dengan sosialisasi atau pengenalan tempat wisata yang berbasis wisata syariah.

5. Pernyataan Terbuka

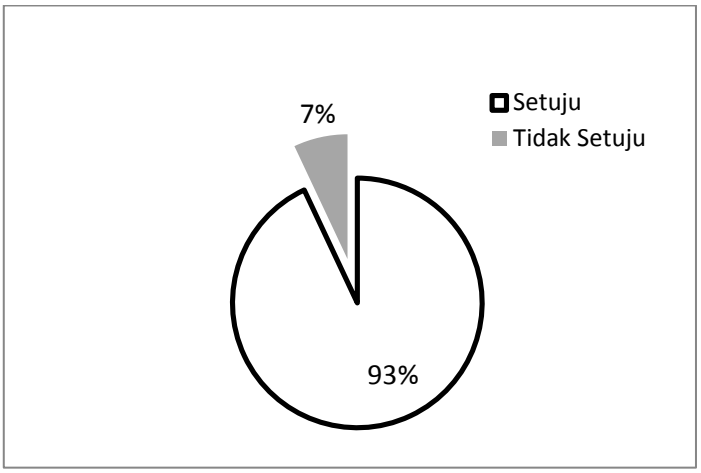
a. Apakah Wisata Puncak Mas Berpotensi Menjadi Wisata Syariah



Gambar 4.51 Skoring Presepsi Responden Mengenai Potensi Wisata

Berdarakan gambar di atas, menunjukan bahwa sebesar 85% responden menyatakan bahwa wisata Puncak Mas berpotensi menjadi wisata syariah. Sisanya 15% yang tidak menyatakan berpotensi menjadi wisata syariah. Potensi wisata syariah dapat dilihat dengan aspek pendukung destinasi wisata syariah seperti atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* yang ada pada tempat wisata dengan adanya dukungan tersebut akan membuat destinasi wisata lebih berkembang dan dapat dikelola lebih baik lagi kedepannya.

b. Apakah Anda Mengutamakan Halal dalam Melakukan Perjalanan Wisata.



Gambar 4.52 Skoring Presepsi Responden Mengenai Keutamaan Halal

Berdasarkan gambar di atas, presepsi responden menunjukan bahwa 93% responden menyatakan mengutamakan halal dalam melakukan perjalanan wisata. Sedangkan 7% yang tidak mengutamakan halal dalam melakukan perjalanan wisata. Sebagian besar responden mengutamakan halal dalam perjalanan wisata karena halal menjadi keutamaan umat muslim, apalagi dengan mayoritas penduduk Lampung adalah Muslim, halal berarti bersih, aman dan nyaman. Sedangkan alasan yang tidak mengutamakan halal dalam perjalanan berwisata yaitu karena bukan beragama muslim.

4.2.4 Penilaian dan ulasan wisatawan melalui aplikasi Tripadvisor.

Penilaian adalah hal yang mutlak untuk mencari perbandingan kualitas didalam sebuah perencanaan pariwisata. Tripadvisor sebagai aplikasi perbandingan nilai dan perencanaan pariwisata terbesar di dunia menjawab kekhawatiran wisatawan dalam melakukan kunjungan tempat wisata sehingga layak untuk dijadikan sebagai dasar perencanaan pariwisata. Berdasarkan

penilaian mengenai tempat wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung, yang diambil melalui tripadvisor terdapat 23 ulasan yang dipost dari masing-masing wisatawan yang telah berkunjung di tempat wisata bahwa keseluruhan penilaian yang didapat mengenai wisata Puncak Mas yaitu sangat bagus menurut respon wisatawan. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Kelebihan.
    a) Memiliki gardu pandang yang menjadi daya tarik tempat wisata untuk melihat pemandangan tiga perspektif yang sangat indah dan romantic baik siang maupun malam.
    b) Destinasi wisata yang instagramable dengan spot-spot foto yang kekinian.
    c) Fasilitas yang sangat lengkap (penginapan, toilet, tempat makan, tempat ibadah dan parkir yang luas).
    d) Terdapat acara live music.
    e) Biaya masuk yang murah (20rb/*weekdays*, 30rb/*weekend*).
    f) Memiliki keunikan musholla di atas pohon, rumah terbalik, dan spot foto yang memanjakan pecinta fotografi.
B. Kekurangan.
    a) Terlalu ramai apalagi di akhir pekan sehingga ada beberapa wahana yang harus antri saat digunakan.
    b) Makanan yang disediakan foodcourt kurang variatif dan biasa saja.
    c) Masih sering ada perombakan dan hal itu membuat beberapa pengunjung terganggu.

Dari hasil analisis di atas dikemukakan bahwa wisatawan merespon dengan nilai 4,0 yang berarti “sangat bagus” dari hasil kunjungan wisata Puncak Mas. Hal ini menimbulkan image positif ketika wisatawan mencari informasi tetang penilaian yang dapat baik dari aplikasi tripadvisor ataupun responsi yang lain.



Gambar 4. 53 Penilaian Tripadvisor

4.3 Pembahasan

4.3.1 Potensi Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung

Wisata Puncak Mas merupakan wisata yang tergolong baru di kota Bandar Lampung, wisata yang dibuka pada awal tahun 2017, yang mempunyai 9,7 km atau 20 menit dari kota Bandar Lampung. Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan potensi wisata yang dimiliki oleh Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung, dapat disimpulan bahwa destinasi Wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung mempunyai potensi yang cukup besar untuk menjadi wisata syariah. Hal ini dapat diketahui dari empat faktor yang telah

dikemukakan oleh Kementrian Pariwisata (2015) yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary*.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa faktor atraksi yang dimiliki tempat wisata berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata syariah di Lampung. Seperti gardu pandang yang menjadi daya tarik utama wisata di Puncak Mas dapat dilihat dari beberapa gambar berikut:



Sumber: Dinas Pariwisata Lampung.

Gambar 4. 54 Daya Tarik Wisata Puncak Mas

Selain memiliki jenis atraksi hiburan wahana, Puncak Mas juga menyajikan hiburan pemandangan wisata yang sangat indah.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 4. 55 Wahana Rumah Terbalik

55



Sumber: Dokumentasi Pergidulu.com

Gambar 4. 56 Pemandangan Alam Puncak Mas

Terdapat toilet yang memisahkan antara laki-laki dan perempuan di tempat wisata dengan kondisi sanitasi yang bersih dan nyaman.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 4. 57 Toilet Puncak Mas

Musholla yang letaknya di atas pohon menjadi daya tarik tersendiri di tempat wisata, dimana wisatawan yang beribadah dapat dengan khusyuk dan nyaman menjalankan ibadah serta setelah beribadah wisatawan juga dapat menikmati pemandangan yang disajikan.



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 58 Musholla Puncak Mas

Potensi tersebut dapat dilihat juga dari beberapa pernyataan yang ada pada atraksi terkait dengan indikator dalam melihat kesiapan atraksi yang ada di wisata Puncak Mas. Oleh karena itu, pihak pengusaha sebagai pengelola dapat mengembangkan dan menerapkan wisata berbasis syariah kedepannya dengan lebih baik lagi serta tetap menjaga atraksi yang sudah ada dengan melakukan pembaruan dan inovasi.

Faktor kedua yaitu amenitas seperti akomodasi, usaha pengolahan makanan, transportasi, dan rekreasi; juga menunjukan adanya potensi Puncak Mas untuk menjadi destinasi wisata syariah. Ketersediaan akomodasi di Lampung cukup mudah ditemui baik yang berupa perhotelan maupun penginapan-penginapan yang lebih sederhana seperti *homestay*. Hal tersebut sesuai dengan data dari BPS (2015) dimana terdapat hotel sebanyak 75 bagunan di Bandar Lampung yang merupakan wilayah wisata Puncak Mas .



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 59 Cottage Puncak Mas

Dengan adanya ketersediaan fasilitas akomodasi di area tempat wisata akan memudahkan wisatawan yang berasal dari luar daerah Lampung dapat menginap di penginapan yang disediakan. Dimana Puncak Mas menyediakan penginapan untuk wisatawan yang ingin menikmati rekreasi puncak sekaligus beristirahat. Pengelola menyediakan 3 jenis penginapan yang bisa dipilih oleh wisatawan sesuai kebutuhan dan budget sebagai berikut:

1. Wisma terdapat 15 unit dengan harga per malam Rp 350rb (weekday) dan Rp 450rb (weekend).
2. Cottage terdapat 6 unit dengan harga per malam Rp 550rb (weekday) dan Rp 650rb (weekend).
3. Hostel terdapat 4 unit dengan harga per malam Rp 750rb (weekday), Rp 850rb (weekend).

Fasilitas dipenginapan yang disediakan cukup memadai memanjakan pengunjung yang beristirahat. Tetapi menurut pengelola, wisatawan yang datang untuk beristirahat jumlahnya sedikit kecuali pada saat malam tahun baru atau event-event yang diadakan oleh pengunjung secara massal (pertemuan, pernikahan atau ulang tahun). Untuk menginap di tempat wisata tersebut mempertimbangkan penawaran untuk menginap karena kebanyakan wisatawan hanya datang ke Puncak Mas sekedar untuk berfoto ria ataupun menikmati pemandangan alam yang sejuk dengan tiga perspektif. Menurut pengelola, durasi waktu yang dihabiskan oleh wisatawan berkisar 1-2 jam sehingga mereka tidak membutuhkan jasa penginapan yang didukung durasi waktu operasi tempat wisata

yang cukup lama dari pukul 8 pagi hingga jam 10 malam. Selain itu, wisatawan lebih memilih untuk menginap di Bukit Mas yang jaraknya hanya 5 menit dari Puncak Mas dengan fasilitas layaknya hotel bintang 4. Dimana Bukit Mas menawarkan fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan Puncak Mas seperti kolam renang atapun restoran dengan harga yang tidak jauh beda dengan harga penginapan di Puncak Mas.

Tidak hanya dari SDM, kualitas pelayanan tetapi juga produk hotel yang mematuhi nilai-nilai keislaman. Dalam hal penyediaan jasa kuliner di area wisata Puncak Mas sudah terdapat foodcourt yang mudah dijumpai wisatawan. Sebagai wisata yang mengangkat konsep syariah tentunya dalam pengelolaannya lebih diutamakan pada kehalalan produk kuliner. Wisatawan yang berkunjung mayoritas adalah muslim dan tentunya mengharapkan jaminan halal. Setiap pengelola foodcourt sudah memiliki ijin BPOM.



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 60 Foodcourt Puncak Mas

Faktor ketiga yaitu aksesibilitas terhadap kemudahan memperoleh informasi wisata Puncak Mas mudah diperoleh dan tempat wisata mudah

dijangkau baik melalui transportasi darat, laut maupun udara. Ketersediaan aksesibilitas informasi dapat diperoleh melalui media internet maupun non internet yang disediakan oleh pelaku usaha wisata mudah didapatkan.



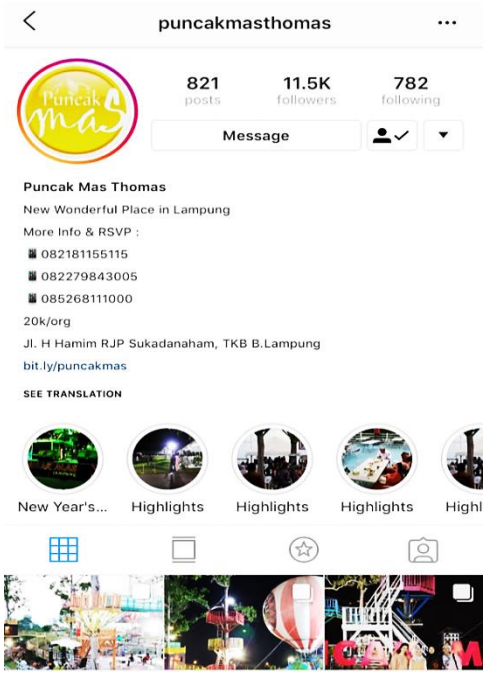
Gambar 4. 61 Aksesibilitas Menuju Wisata Puncak Mas

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari pengelola bahwa salah satu kendala wisatawan dalam berkunjung ke Puncak Mas adalah tidak adanya akses dan armada angkutan umum yang disediakan baik oleh pengelola dan pemerintah. Semenjak dibukanya tempat wisata Puncak Mas pada tahun 2017 hingga sekarang pengelola tidak didukung oleh pemerintah untuk membuka akses jalan untuk transportasi umum menuju tempat wisata. Sehingga wisatawan interlokal dan international menjadikan hal ini sebagai salah satu ketidaknyamanan dalam berwisata ke Puncak Mas.

Akan tetapi terdapat alternatif menuju ke wisata Puncak Mas menggunakan kendaraan jasa online yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sehingga dapat menjadi solusi bagi mereka yang ingin berkunjung ke wisata

Puncak Mas. Peneliti berharap ada konsolidasi antara pengelola dan pemerintah untuk menyediakan angkutan umum dan aksesnya demi kemudahan para wisatawan dalam mengunjungi tempat wisata Puncak Mas.

Faktor terakhir yaitu *ancillary* pada wisata Puncak Mas dimana dalam strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata Puncak Mas sebagai wisata syariah sudah cukup baik karena mereka memperkenalkan wisata Puncak Mas melalui media online seperti media sosial, website, youtube maupun media offline yang meliputi brosur, baliho, koran dan bentuk media lainnya. Salah satu media sosial yang digunakan adalah instagram dimana dari data terakhir diketahui bahwa intagram dengan nama akunt @puncakmasthomas yang memiliki followers sebanyak 11.500 dengan postingan sebanyak 821.



Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 62 Promosi Online Berupa Instagram



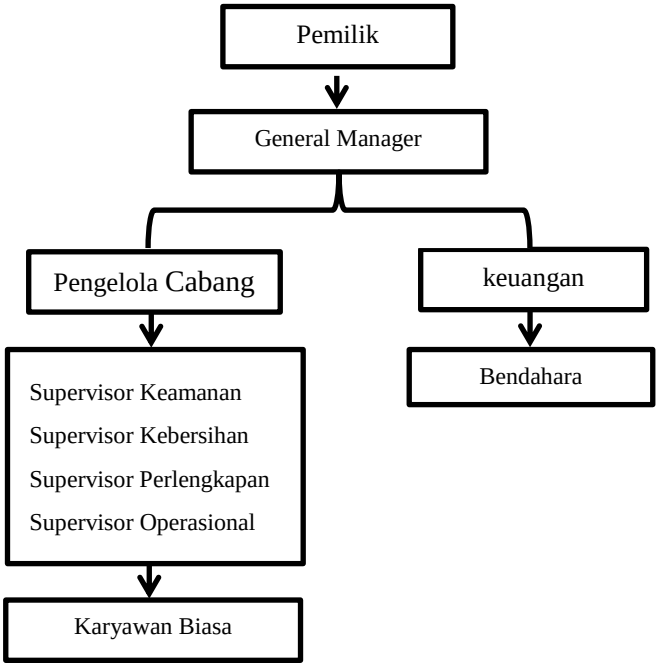
Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Gambar 4. 63 Brosur Puncak Mas

Dengan adanya berbagai strategi dalam memasarkan wisata syariah Puncak Mas di Lampung diharapkan dapat semakin memperkenalkan wisata syariah dimana salah satunya adalah Puncak Mas yang berpotensi menjadi pelopor wisata syariah di Lampung. Meskipun demikian, dalam penilaian aspek ancillary menunjukan masih terdapat kendala belum adanya kesadaran dan pemahaman masyarakat Lampung akan kebutuhan wisata syariah sehingga diperlukan upaya sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat umum agar wisata syariah Puncak Mas dapat diterima oleh masyarakat lokal maupun interlokal.

Selanjutnya struktur organisasi lembaga yang dimiliki wisata Puncak Mas, berdasarkan informasi yang diberikan oleh pengelola adalah lembaga yang

bersifat keluarga yang didasari wisata milik pribadi sehingga struktur lembaga hanya sebagai formalitas. Secara keseluruhan tidak terdapat masalah yang terjadi dilembaga Puncak Mas karena didukung etos kerja yang baik. Untuk struktur lembaga sederhananya sebagai berukut:



Gambar 4. 64 Struktur Kelembagaan Pucak Mas

Lembaga keluarga memiliki kekurangan dan kelebihan. Kelebihannya adalah budaya yang digunakan lembaga tersebut sangat kondusif dn memiliki tingkat toleransi yang tinggi serta penyelesaian masalah terhitung cepat untuk diselesaikan. Sedangkan kekurangannya adalah lembaga tersebut akan berjalan stagnan dalam arti berjalan ditempat (tidak berkembang) karena sistem kekeluargaan mengubah proses pemberdayaan dan regenerasi sumber daya manuasia menjadi lambat dan terkesan terhambat. Dengan begitu potensi yang dimiliki karyawan tidak maksimal karena tidak ada dorongan dari lembaga dan membuat karyawan menjadi nyaman. Hal tersebut akan memunculkan sedikit

ruang bagi karyawan karena memunculkan toleransi baik dari owner, general manager, branch manajer dan petinggi lainnya dalam lembaga tersebut dalam menyikapi suatu kondisi.

Sumberdaya manusia yang dibentuk oleh lembaga Puncak Mas telah mempekerjakan 50% SDM yang berasal dari warga sekitar dan 50% berasal dari luar warga Sukadanaham. Pihak lembaga sendiri tidak mempermasalahkan standarisasi SDM untuk karyawan. Sebagai contoh ada tiga karyawan tunarungu yang dipekerjakan sebagai karyawan biasa dimana mempekerjakan difabel merupakan kelebihan karena mereka memiliki ketelitian yang lebih dalam bekerja. Sesuai dengan informasi yang diperoleh oleh pengelola ada 47 total keseluruhan SDM yang dipekerjakan di Puncak Mas dimana terdiri dari karyawan S1 untuk level management dan SMA serta tanpa pendidikan. Hal tersebut membuktikan bahwa lembaga Puncak Mas sangat terbuka dalam memanfaatkan SDM. Rasa kekeluargaan dan giat dalam bekerja menjadi landasan paling dasar dalam memenuhi SDM di Puncak Mas. Jenjang karir yang ditawarkan pun sangat dinamis dan kesempatan sangat transparansi bagi seluruh karyawan di Puncak Mas.

Dengan demikian, sebagai wisata syariah Puncak Mas memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata syariah unggulan di Lampung. Potensi tersebut dilihat dari beberapa kelebihan yang dimiliki oleh Puncak Mas sebagai wisata syariah pertama di Lampung meskipun masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu dihilangkan dan diperbaiki ke depannya.

4.3.2 Strategi Pengembangan dan Pengelolaan Tempat Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung

Destinasi Wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata syariah. Potensi yang dimiliki oleh Puncak Mas Sukadanaham harus dikembangankan secera efektif agar Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung dapat dikenal masyarakat dan dapat bersaing dengan lokasi destinasi wisata lain yang ada di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan dan pengelolaan tempat wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung, dapat disimpulkan beberapa strategi pengembangan dan pengelolaan tempat Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung pada maktriks SWOT berikut:

Tabel 4. 46 Strategi Berdasarkan Analisis SWOT

Faktor Internal **Faktor Eksternal**	***Strength:*** 1. Atraksi yang memadai (gardu pandang, sepeda gantung dan musholla di atas pohon) untuk mendalami spiritual agama Islam tanpa meninggalkan keunikan daya tarik sosial budaya di Puncak Mas. 2. Tersedia sarana wisata dengan fasilitas pendukung yang memadai (cottage, mushola umum, toilet, *foodcourt, wifi* dll). 3. Informasi yang lengkap dan mudah diperoleh dari tempat wisata dan pemandu wisata yang ramah. 4. Terdapat penanda waktu sholat (suara adzan) untuk mengingatkan kewajiban pungunjung muslim. 5. Terdapat acara live musik dan event-event secara rutin. 6. Lingkungan yang bersih dan penerapan nilai-nilai islam menjadi ikon tempat wisata. 7. Tempat wisata yang letaknya tertinggi di Bandar Lampung.	***Weakness:*** 1. Tempat wisata belum mencatumkan label halal yang bersertifikasi dari MUI terkait makanan. 2. Belum tersedianya akses transportasi yang memudahkan wisatawan memasuki area wisata. 3. Belum optimalnya kerjasama antara pengelola dan pemerintah daerah untuk menjalankan prinsip prinsip islam. 4. Belum ada edukasi yang dilakukan baik dari pemerintah atau pengelola tempat wisata tentang wisata syariah. 5. Belum optimalnya data pengelolaan wisatawan baik muslim maupun non muslim. 6. Belum tersedianya ATM Center disekitar tempat wisata.
Opportunity: 1. Berpeluang menjadi salah satu wisata syariah yang paling diminati di Lampung. 2. Menambah pendapatan daerah dan devisa negara. 3. Membuka peluang investor untuk berinvestasi sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. 4. Peningkatan perekonomian masyarakat sekitar tempat wisata. 5. Kebutuhan muslim	**Strategi SO** 1. Membuat dan menambah wahana rekreasi yang menambah perjalanan spiritual wisatawan dan juga menambah wahana yang lain yang universal. 2. Memberdayakan SDM lokal untuk mengoptimalkan ketersedian akses dan fasilitas yang tetap melestarikan sosial budaya di tempat wisata. 3. Menerapkan waktu waktu rekreasi tertentu yang mengutamakan pembelajaran syariat	**Strategi WO** 1. Pengelola menjalin kerjasama antara pemerintah untuk mendapatkan: - Logo halal. - Promosi dan pemasaran - Fasilitas pendukung publik. 2. Membuat sebuah program yang mengikutsertakan warga Sukadanaham dalam pengembangan tempat wisata. 3. Membuka akses jalan yang mudah dilalui

terhadap wisata syariah. 6. Membuka peluang sebagai tempat wisata syariah baik interlokal maupun internasional dengan memanfaatkan media sosial. 7. Semakin menjamurnya penyedia jasa biro perjalanan wisata.	Islam yang mengutamakan rekreasi tanpa unsur kemusyirikan, pornografi, tindakan asusila ataupun maksiat. Contoh: jumat berkah Puncak Mas. 4. Membuat media promosi dengan konsep digital (aplikasi, youtube, web dan media sosial). 5. Menerapkan nuansa keislaman dan menjaga sanitasi di area tempat wisata (hiasan kaligrafi, pemutaran musik religi). 6. Berkerja sama dengan pihak biro perjalanan wisata syariah untuk menarik dan menjaring wisatawan yang ingin berwisata syariah.	kendaraan baik pribadi maupun umum.
Threats: 1. Banyak persaingan antar tempat wisata. 2. Jauh dari fasilitas kesehatan dan kantor polisi 3. Adanya berita dan isu negatif dari dari pihak media tentang tentang wisata Puncak Mas, salah satunya yaitu penunggakan pajak. 4. Wisatawan kebanyakan belum mengetahui konsep wisata syariah. 5. Ancaman bencana alam (longsor, angin kencang).	**Strategi ST** 1. Menjalin kerjasama dengan tempat wisata sekitar lampung untuk meningkatakan daya saing dan kunjungan wisatawan. 2. Membangun klinik kecil di area wisata. 3. Membuat penghijauan dengan memanfaatkan lahan kosong disekitar tempat wisata. 4. Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang wisata syariah.	**Strategi WT** 1. Memaksimalkan sistem manajemen dari pengelola (SDM, keuangan) 2. Menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat dan pemerintah daerah agar terhindar dari isu negatif. 3. Mengajak komunitas wisata untuk melakuakan aktifitas sosial serta edukasi di tempat wisata. 4. Meningkatkan inovasi dari waktu ke waktu agar tidak monoton dan tidak kalah bersaing. 5. Penyisihan dana CSR untuk perlindungan lingkungan alam.

Sumber: Hasil Analisis, 2018.

1. Pembahasan Indikator SWOT

a. Faktor Internal:

1) Kekuatan

a) Atraksi yang memadai (gardu pandang, sepeda gantung dan musholla di atas pohon) untuk mendalami spiritual agama islam tanpa meninggalkan keunikan daya Tarik sosial budaya di Puncak Mas.

Puncak Mas Sukadanaham menarik wisatawan muslim dengan menyajikan tempat suci (musholla) yang terletak di atas pohon dengan penanda adzan yang jelas sehingga pengunjung dapat dengan mudah melaksanakan sholat ataupun menikmati keindahan musholla tersebut. Ditambah dengan atraksi utama yaitu gardu pandang untuk melihat pemandangan tiga perspektif yang unik (kota, gunung, laut) dan spot foto yang bertemakan puncak dan ketinggian, menjadikan Puncak Mas layak untuk dikunjungi oleh siapapun.

b) Tersedia sarana wisata dengan fasilitas pendukung yang memadai (*cottage*, mushola umum, toilet, *foodcourt*, wifi dll).

Sebagai wisata syariah, fasilitas pendukung yang utama yaitu mushola sebagai tempat untuk menunaikan ibadah. Di Puncak Mas Sukadanaham, tidak hanya tersedia mushola tetapi fasilitas lain yaitu *cottage*, toilet, *foodcourt*, wifi, dll. Ketersediaan fasilitas tersebut memberikan kemudahan bagi wisatawan baik untuk menikmati kuliner, bersantai di cottage maupun mengakses internet.

Diharapkan dengan adanya berbagai fasilitas tersebut mampu memberikan kepuasan bagi wisatawan yang berkunjung dan ke depannya dapat memberi dampak positif bagi keberadaan wisata syariah di Lampung.

c) Informasi yang lengkap dan mudah diperoleh dari tempat wisata dan pemandu wisata yang jujur dan terintegritas.

Semakin mudah dan cepat akses informasi akan mendorong keingintahuan masyarakat tentang wisata Puncak Mas sehingga mereka memutuskan untuk berkunjung. Dengan pelayanan penyedia informasi yang handal dan dan jujur serta integritas membuat penyampaian informasi lebih akurat dan tidak dimanipulasi.

d) Terdapat penanda waktu sholat (suara adzan) untuk mengingatkan kewajiban pengunjung muslim.

Dengan adanya penanda waktu sholat akan mengingatkan pengunjung untuk beribadah tepat waktu sehingga pengunjung lebih menikmati ketenangan, penyegaran dan penenangan.

e) Merupakan tempat wisata yang menyediakan wahana wisata yang unik (rumah pohon, mushola di atas pohon, sepeda gantung).

Wahana wisata yang disediakan seperti rumah pohon akan menambah estetika untuk melihat pemandangan alam yang indah dan dapat dinikmati para wisatawan.

f) Terdapat acara live musik dan event-event secara rutin.

Program live musik dan event yang diadakan di tempat wisata merupakan sebuah hiburan yang tidak disediakan di tempat lain. Dengan demikian masyarakat akan lebih memimilik untuk berkunjung ke wisata Puncak Mas .

g) Lingkungan yang bersih dan penerapan nilai-nilai islam menjadi icon tempat wisata.

Lingkungan yang bersih dan penerapan nilai-nilai islam akan membuat nyaman dan asri serta memikat hati wisatawan yang berkunjung sehingga wisatwan merasa puas dan ingin berkunjung kembali.

h) Tempat wisata tertinggi di Bandar Lampung.

Sebagai tempat wisata yang berada di tempat tertinggi di Bandar Lampung menjadi keunikan tersendiri dan daya tarik wisatawan yang berkunjung.

2) Kelemahan

a) Tempat wisata belum mencatumkan label halal yang bersertifikasi dari MUI terkait makanan.

Tetapi Puncak Mas belum menyediakan logo “Halal” sesuai yang diharapkan para wisatawan di foodcourt.

b) Belum tersedianya akses transportasi yang memudahkan wisatawan memasuki area wisata.

Akses transportasi merupakan hal utama untuk menuju tempat wisata, akses yang mudah akan mumdahkan wisatawan untuk berkunjung ke wisata Puncak Mas.

c) Belum optimalnya kerjasama antara pengelola dan pemerintah daerah untuk menjalankan prinsip-prinsip Islam.

Kerjasama antar pihak untuk pengembangan suatu destinasi wisata sangat diperlukan agar tempat wisata dapat berkembang dengan baik sehingga berdampak positif pada jumlah wistawan yang berkunjung tidak hanya wisatawan lokal maupun interlokal serta dengan menanamkan prinsip-prinsip islam sesuai dengan fatwa MUI tentang wisata syariah akan mengundang wisatawan muslim dan juga non muslim untuk berkunjung.

d) Belum ada edukasi yang dilakukan baik dari pemerintah atau pengelola tempat wisata tentang wisata syariah.

Ketidaktahuan masyarakat mengenai wisata syariah yang diakibatkan belum adanya edukasi menjadikan wisata syariah belum banyak diminati bahkan cenderung diragukan

e) Belum optimalnya data pengelolaan wisatawan baik wisatawan muslim dan non muslim.

Pendataan jumlah wisatawan yang berkunjung belum dikelola secara optimal sehingga sulit untuk menghitung rata-rata kunjungan wisatawan dan pencapaian target yang tidak jelas.

f) Belum tersedianya ATM Center disekitar tempat wisata.

Tidak semua wisatawan membawa uang tunai yang memadai, sebagaian dari mereka lebih memilih untuk menggunakan ATM. Ketidaktersediaan ATM center akan menyulitkan para wisatawan dan menimbulkan ketidakpuasan atas pelayanan tempat tempat wisata.

b. Faktor Eksternal

1) Peluang

a) Berpeluang menjadi salah satu wisata syariah yang paling diminati di Lampung.

Sehubungan belum banyaknya tempat wisata syariah membuat wista Puncak Mas berpeluang sebagai salah satu wisata syariah yang paling diminati di Lampung.

b) Menambah pendapatan daerah dan devisa negara.

Semakin berkembangnya wisata Puncak Mas sebagai wisata syariah yang menyerap banyak tenaga kerja lokal dan kunjungan wisatawan akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan daerah dan devisa Negara yang diperoleh dari biaya retribusi dan pajak.

c) Membuka peluang investor untuk berinvestasi sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Semakin besar keuntungan yang diperoleh dari pengelolaan wisata Puncak Mas tentunya akan menjadi pertimbangan para investor untuk ikut andil dalam permodalan wisata syariah di Lampung.

d) Peningkatan perekonomian masyarakat sekitar tempat wisata.

Dengan adanya lapangan pekerjaan di area wisata Puncak Mas berdampak pada pengurangan pengangguran masyarakat sekitar dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

e) Kebutuhan muslim terhadap wisata syariah.

Mayoritas masyarakat muslim menginginkan kehalalan dalam berwisata sehingga terhindar dari ancaman kemaksiatan. Hadirnya

Puncak Mas sebagai wisata syariah menjadi jawaban atas kebutuhan muslim terhadap wisata syariah.

f) Membuka peluang sebagai tempat wisata syariah baik interlokal maupun internasional dengan memanfaatkan media sosial.

Sebagai trobosan baru di dunia pariwisata membuat Puncak Mas berpeluang sebagai tempat wisata syariah yang mendominasi pariwisata domestik maupun internasional. Di era digital sekarang, memanfaatkan media sosial sebagai jembatan untuk memberikan informasi baik domestic maupun mancanegara menjadi kunci untuk mengembangkan Puncak Mas sebagai wisata syariah di mata dunia.

2) Ancaman

a) Banyak persaingan antar tempat wisata.

Keragaman tempat wisata yang memiliki kekhasan tersendiri menjadikan persaingan antar tempat wisata cukup ketat. Puncak Mas harus siap menghadapi banyak persaingan dengan tempat wisata lain.

b) Jauh dari fasilitas kesehatan dan kantor polisi.

Kesehatan dan keamanan sangat penting bagi wisatawan dimana mereka tentunya mengharapkan tempat wisata yang jauh dari tindakan kriminal dan kejahatan serta akses kecepatan layanan kesehatan apabila terjadi kecalakan dalam berwisata. Puncak Mas masih belum bisa memenuhi kebutuhan tersebut.

c) Adanya berita negatif dari dari pihak media tentang tentang wisata Puncak Mas, salah satunya yaitu penunggakan pajak.

Media masa menjadi salah satu cara promosi yang bagus tetapi dapat juga berdampak buruk apabila memuat isu-isu yang negatif mengenai tempat wisata. Puncak Mas sempat diguncang isu negatif terkait pajak sehingga mengancam nama baiknya.

d) Ancaman bencana alam (longsor, angin kencang).

Kondisi alam yang tidak bisa diprediksi akan menjadi sebuah ancaman bagi keberadaan tempat wisata Puncak Mas yaitu seperti tanah longsor. Anacaman tersebut akan mempengaruhi keputusan wisatawan akan berkunjung.

2. Pembahasan Strategi SWOT

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Dengan adanya kekuatan yang dimiliki oleh Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung memberikan keterbukaan peluang bagi pengembangan wisata syariah di Lampung.

Adapun strategi yang dapat diterapkan yaitu :

1) Membuat dan menambah wahana rekreasi yang menambah perjalanan spiritual wisatawan dan juga menambah wahana yang lain yang universal.

Dengan kemampuan menciptakan kreativitas, wisata Puncak Mas dapat melakukan perbaikan pada setiap aspek baik dari segi fasilatas maupun pelayanan sehingga wisatawan tidak akan merasa bosan untuk berkunjung karena akan selalu ada hal baru yang ditemui. Hal itu sejajar dengan pengembangan wisata syariah di Puncak Mas.

Dengan menambahkan wahana yang bisa mendekatkan wisatawan kepada Allah SWT serta menyegarkan dan pencerahan pikiran akan agama islam seperti: Wahana simulasi perdagangan islam, pacuan kuda dan wahana olahraga panah *etc*. Wahana yang inovatif dan juga bersifat universal tidak lupa untuk ditambah sebagai suatu dinamika sosial budaya Puncak Mas.

2) Memberdayakan SDM lokal untuk mengoptimalkan ketersedian akses dan fasilitas yang melestarikan sosial budaya di tempat wisata.

Ketersediaan SDM yang mudah didapatkan disekitar area tempat wisata Puncak Mas dapat diberdayakan sebagai petugas pengelola tempat wisata. Hal tersebut akan meningkatkan kualitas kerja karena jarak tempuh antara rumah dengan tempat wisata dapat dijangkau dengan mudah dan kemungkinan tingkat loyalitas mereka yang tinggi serta dapat memberdayakan adat budaya yang khas dari daerah setempat yang dapat menarik perhatian wisatawan mancanegara karena merupakan masyarakat asli yang bertempat tinggal disekitar tempat wisata.

3) Menerapkan waktu-waktu rekreasi tertentu yang mengutamakan pembelajaran syariat Islam yang mengutamakan rekreasi tanpa unsur kemusyirikan, pornografi, tindakan asusila ataupun maksiat.

Jumat berkah Puncak Mas menjadi salah satu strategi rekreasi wisata syariah yang memfokuskan tempat wisata menjadi ajang wisatawan meningkatkan ihtiar kepada Allah SWT. Edukasi tentang

keislaman mulai dengan pembacaan Alquran dan dzikir bersama serta mempelajari tauladan rasulullah menjadi ketertarikan wisata syariahyang sangat kuat untuk di nikmati oleh wisatawan yang bersal dari Negara muslim ataupun wisatawan yang hanya sekedar untuk memberi pencerahan rohani tentang agama Islam.

4) Membuat media promosi dengan konsep digital (aplikasi, youtube, web dan media sosial).

Diperlukan upaya promosi dalam bentuk media digital yang nantinya dapat dengan mudah diakses oleh setiap orang dan dapat terkelola dengan efektif seperti website dan youtube). Melihat masyarakat Indonesia yang banyak mengangkses *channel* youtube memberikan kesempatan bagi wisatawan Puncak Mas untuk memanfaatkannya sebagai media promosi.

5) Menerapkan nuansa keislaman dan menjaga sanitasi di area tempat wisata (hiasan kaligrafi, pemutaran musik religi).

Penerapan konsep syariah baik dalam penyediaan fasilitas maupun layanan menjadi sebuah upaya untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan muslim pada khususnya dan wisatawan lain secara umum. Konsep syariah tidak terbatas pada arsitektur dan dekorasi, tetapi juga aspek lain seperti pemutaran lagu religi selama tempat wisata dibuka dan penyelenggaraan kegiatan keislaman atas kerjasama dengan pihak lain. Dengan adanya sanitasi yang bersih di area tempat wisata akan menambah kenyamanan hal tersebut juga

akan menarik wisatawan yang berkunjung untuk tetap menjaga kebersihan karena kebersihan sendiri adalah sebagian dari iman.

6) Berkerja sama dengan pihak biro perjalanan wisata syariah untuk menarik dan menjaring wisatawan yang ingin berwisata syariah.

Bekerja sama dengan biro perjalanan wisata syariah menjadi pilihan wisatawan muslim untuk berwisata syariah tanpa harus kesulitan dengan biaya dan pilihan perjalan yang terkadang merepotkan. Hal ini menjadi solusi untuk menambah kuota pengunjung secara massal dengan harga yang murah dan pelayanan yang maksimal.

b. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Dengan adanya kelemahan yang dimiliki oleh Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung memberikan keterbukaan peluang bagi pengembangan wisata syariah di Lampung.

Adapun strategi yang dapat diterapkan yaitu :

1) Pengelola menjalin kerjasama antara pemerintah untuk mendapatkan:
   - Logo halal.
   - Promosi dan pemasaran.
   - Fasilitas pendukung publik.
2) Membuat sebuah program yang mengikutsertakan warga Sukadanaham dalam pengembangan tempat wisata.

Tempat wisata Puncak Mas dapat memberikan peluang bagi masyarakat sukadanaham untuk berpartisipasi dalam mengembangkan

tempat wisata seperti sovenir yang diproduksi oleh masyarakat sekitar dan masyarakat dapat menyediakan pusat oleh-oleh khas daerah.

3) Bekerjasama dengan masyarakat dan pemerintah daerah dalam penyediaan transportasi umum.

Pihak pengelola wisata Puncak Mas dapat mendorong masyarakat sekitar untuk memberikan jasa transportasi baik offline maupun online yang merangkap sebagai pemandu perjalanan menuju tempat wisata. Selain itu, wisata Puncak Mas juga dapat menyediakan paket wisata dengan transportasi yang sudah disediakan oleh pihak pengelola dan digunakan untuk mengunjungi beberapa tempat wisata yang masih berkaitan dengan Puncak Mas.

c. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Dengan adanya berbagai kekuatan yang melekat pada Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung akan mampu menjadi senjata untuk menghadapi setiap ancaman yang merugikan tempat wisata syariah.

Adapun strategi yang dapat diterapkan yaitu:

1) Menjalin kerjasama dengan tempat wisata lain di sekitar lampung untuk meningkatakan daya saing dan kunjungan wisatawan.

Bentuk kerjasama yang bisa dilakukan yaitu dengan memberikan penawaran paket wisata dimana tempat wisata yang dikunjungi terdiri dari wisata Puncak Mas dan wisata pesaing, saling memberikan support branding (poster, flyer, spanduk) di masing-masing tempat wisata sehingga wisatawan dengan kebutuhan rekreasi

yang sama bisa mengetahui informasi tempat wisata yang diinginkan wisatawan serta pengelola masing-masing tempat wisata memberikan informasi interaktif efektif untuk wisatawan yang bertanya ataupun sekedar melihat brandingan. Hal tersebit secara tidak langsung membuat tempat wisata meningkatkan daya saing masing-masing.

2) Membangun klinik kecil di area wisata.

Pembangunan klinik di perlukan untuk penanganan secara cepat apabila terjadi kecelakaan maupun peristiwa genting lainnya yang berkaitan dengan kesehatan.

3) Membuat penghijauan dengan memanfaatkan lahan kosong disekitar tempat wisata.

Perlu dilakukan penanaman pohon dalam jumlah banyak guna menjaga ketahanan area wisata dari ancaman bencana alam seperti longsor.

4) Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang wisata syariah.

Mengoptimalkan edukasi syariah kepada masyarakat dengan menyertakan peran praktisi wisata syariah, lembaga dan pemerintah dibidang pariwisata syariah.

d. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Beberapa kelemahan yang ada harus diminimalisir dengan berbagai upaya sehingga dapat menjaga eksistensi Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung sebagai tempat wisata syariah dan nantinya dapat bertahan dari segala ancaman.

Adapun strategi yang dapat diterapkan yaitu:

1) Memaksimalkan sistem manajemen dari pengelola (SDM, keuangan).

   Peningkatan kualitas managemen dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada SDM di tempat wisata sehingga kedepannya meminimalisir terjadinya *human error*.

2) Menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat dan pemerintah daerah agar terhindar dari isu negatif.

   Komunikasi dapat terjalin dengan baik jika pihak pengelola tempat wisata mau membuka diri dengan masyarakat dan melakukan pendekatan sehingga terbentuk persamaan presepsi antar keduabelah pihak.

5) Mengajak komunitas wisata untuk melakuakan aktifitas sosial serta edukasi di tempat wisata.

   Dengan adanya kerjasama antara pihak pengelola wisata Puncak Mas dalam penyelenggaraan aktifitas sosial diharapkan mampu meningkatkan sudut pandang positif dari masyarakat umum maupun wisatawan. Sehingga dapat menimbulkan kepedulian dalam mengembangkan tempat wisata.

3) Meningkatkan inovasi dari waktu ke waktu supaya tidak monoton dan tidak kalah bersaing.

   Pihak pengelola sebaiknya menyusun konsep inovasi baru minimal 2 tahun sekali sehingga terjadi pembaharuan dari tahun ke tahun.

4) Penyisihan dana CSR untuk perlindungan lingkungan alam.

Dana CSR yang dikumpulkan oleh pihak pengelola nantinya akan dialokasikan untuk konservasi lingkungan alam sehingga dapat memepertahankan kondisi alam dan terhindar dari ancaman bencana alam.

Dengan berbagai potensi yang dimiliki oleh wisata Puncak Mas tentunya dapat menjadi modal awal untuk mengembangkan wisata syariah di daerah Lampung. Hal tersebut disebabkan belum adanya wisata syariah yang menjadi kebutuhan wisatawan muslim di daerah Lampung maupun yang berasal dari luar daerah Lampung.

Berdasarkan uraian analisis SWOT di atas dapat diketahui bahwa wisata Puncak Mas memiliki ragam kekuatan dan peluang untuk menjadi wisata syariah yang paling diminati di Lampung, selain itu adanya kelemahan dan ancaman yang melekat didalamnya mendorong pihak pengelola untuk mencari cara guna menghindari atau menghadapi berbagai kelemahan dan ancaman tersebut.

Terdapat strategi-strategi yang dapat diaplikasikan dalam pengelolaan wisata Puncak Mas baik untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang maupun dalam menyelesaikan persoalan dalam hal kelemahan dan ancaman. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Goranczewski & Puciato (2010) menemukan bahwa analisis SWOT dapat digunakan sebagai metode yang dapat membantu suatu organisasi dalam mengatur strategi pengembangan wisata. Selanjutnya penelitian oleh Vladi (2014) menemukan bahwa analisis SWOT dapat mengembangkan strategi dan komunikasi pada masyarakat Albania sebagai suatu

destinasi wisata. Dengan demikian, berbagai strategi yang telah dijelaskan di atas menjadi solusi untuk meningkatkan potensi-potensi yang ada pada wisata Puncak Mas.

BAB V

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Wisata Puncak Mas memiliki potensi sebagai wisata syariah unggulan di Lampung berdasarkan penilaian empat aspek (atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary*).
2. Keunggulan yang dimiliki oleh Puncak Mas meliputi atraksi yang memadai dengan kondisi alam yang menyajikan tiga spot pemandangan, sarana dan prasarana penunjang wisatawan, ketersediaan informasi yang mudah diperoleh, serta keunikan yang berkonsep syariah dalam pengeloaan tempat wisata.
3. Masih ada beberapa kelemahan yang perlu diperbaki pada Puncak Mas meliputi belum adanya jaminan kehalalan produk makanan, belum tersedianya tranportasi umum yang memadai untuk menuju tempat wisata, serta belum terjalin kerjasama antara pemerintah dan pengelola secara optimal.
4. Wisata Puncak Mas berpeluang untuk menjadi wisata syariah yang paling dimintai di Lampung dikarenakan belum adanya wisata syariah di daerah Lampung dan memjawab kebutuhan masyarakat muslim akan pariwisata syariah. Selain itu, ekonomi masyarakat sekitar akan meningkat yang berdampak pada pendapatan daerah yang semakin bertambah.

5. Ancaman yang harus dihindari agar wisata Puncak Mas dapat bertahan yaitu kehadiran tempat wisata lain di sekitar tempat wisata Puncak Mas serta penyampaian isu negatif oleh media dan kondisi alam yang tidak dapat diprediksi. Selain itu, kurangnya pemahaman masyarakat tentang wisata syariah menyebabkan wisata syariah dipandang berbeda.

6.2 Implikasi

Dari temuan yang telah dijabarkan diatas maka implikasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menemukan bahwa Wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung memiliki potensi cukup besar untuk menjadi destinasi wisata syariah. Oleh karena itu, pemerintah daerah dan pusat perlu memperhatikan kondisi destinasi wisata tersebut. Hal ini dilakukan agar Indonesia mampu bersaing dengan Negara-negara lain dalam hal penyediaan jasa wisata syariah.
2. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan oleh pengelola Wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung. Oleh karena itu, diharapkan pihak pengelola dapat berupaya memaksimalkan potensi wisata Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung dengan menggunakan strategi-strategi yang telah dibahas sebelumnya.

6.3 Saran

1. Bagi pemerintah berperan penting untuk mendukung pengembangan wisata syariah, khususnya Provinsi Lampung karena terdapat banyak potensi yang bisa dikembangkan sebagai wisata syariah.

2. Bagi pengelola, agar dapat mengaplikasikan strategi berdasarkan analisis SWOT untuk dapat meningkatkan potensi wisata syariah Puncak Mas .
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor-faktor lain selain strategi berdasarkan analisis SWOT juga dapat menggunakan dua objek wisata yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Ab Talib, M. S. & Hamid, A. B. A. (2013). Halal Logistic in Malaysia: A SWOT Analysis. *Journal of Islamic Marketing 5* (2), 22 – 343.

Al-Hamarneh, A. (2011). Islamic tourism: A long term strategy of tourist industries in the Arab world after 9/11. *Centre for Research on the Arab* World. Retrieved from http://www.staff.unimainz.de.

Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta. Jakarta.

Bungin, Burhan. (2013). Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format. Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik. Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran. Jakarta: Kencana.

Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2016). Indikator Strategis. Retrieved from: https://lampung.bps.go.id/quickMap.html

Chookaew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*. 739-741.

Coolican, H. (2014). *Research Methods and Statistics in Psychology* (6th ed.). New York: Taylor & Francis Group.

David, F R. (2002). Manajemen Strategis: Konsep. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung. (2017). Potensi Pariwisata Provinsi Lampung. Retrieved from http://www.investasi.lampungprov.go.id/berita-30-panduan-investasi-untuk-kota-bandar-lampung.html. Di akses 7 maret 2018.

Diyanet I B. (2011). Helal (The Halal). Retrieved from http://www.diyanet.gov.tr/turkish/dy/DiniBilgilerDetay.aspx?ID=1884. Di akses 7 maret 2018.

Djakfar, M. (2017). Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi. Malang: UIN-Maliki Press.

Freddy, R. (2014). Analisis SWOT Teknik Pembeda Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Goranczewski, B & Pucito, D. (2010). *Swot Analysis In The Formulation Of Tourism Development Strategies For Destinations. Journal Tourism*, v10106-010-0008-7.

Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (20*16). Aplikasi Analisis Multivariatedengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.

Gulen, F. (2011). *Helal lokma ve iffetli nesiller (Halal bite and virtuous generations)*. Retrieved from http://www.herkul.org/kiriktesti/index.php?view=article&article_id=4597. Di akses 8 oktober 2018.

Hamzah, M. M., & Yudiana, Yudi. (2015). Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional. Retrieved from http://catatanek18.blogspot.co.id/2015/02/analisis-komparatif-potensiindustri.html. Di akses 12 maret 2018.

Hadi, F. & Ari, M. K. H. 2017. Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Patai Syar'ah. Jurnal Membangun Profesionalisme Manajemen Dakwah 3 (1). Di akses 12 maret 2018.

Henderson, J.C. (2010). Sharia-compliant hotel. Tourism and Hospitality Research 10 (3), 246-254. DOI: http://dx.doi.org/10.1057/thr.2010.3. Di akses 13 maret 2018.

Husein, U. (2005). Metode Penelitian. Jakarta : Salemba Empat.

Jackson, I. (1989). An Introduction to Tourism. Melbourne : Hospitality Press.

Jaelani, A., Setyawan, E., & Hasyim, N. (2016). Religious Heritage Tourism and Creative Economy in Cirebon: The Diversity of Religious, Cultures and Culinary. *Journal of Social and Administrative Sciences*, 3(1), 63-76. Available at MPRA Paper 75181. Retrieved from: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/75181/. Di akses 13 maret 2018.

Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry In Indonesia: Potential And Prospects. Jurnal Munich Personal RePEc Archive MPRA Paper 76237. Retrieved from https://mpra.ub.uni-muenchen.de/76237/ di akses 13 maret 2018.

Khaerani, R., Pamungkas, P. & Aeni, S. N. (2017). Pengembangan Daya Tarik Wisata Daarus Sunnah Menjadi Wisata Halal. *Tourism Scientific Journal 3* (1).

Kementrian Pariwisata. (2012). Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia. Retrieved from:

http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042 di akses 17 maret 2018.

Kementrian Ekonomi dan Pariwisata Republik Indonesia. (2013). *Undang-undang No 10 Tahun 2009*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementrian Pariwisata. (2013). *Indonesia Miliki Potensi Besar Untuk Kembangkan Wisata Syariah*. Retrieved from: http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2466 di akses 17 maret 2018.

Kementrian Pariwisata. (2015). Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah. Jakarta: Kemenpar RI

Kementrian Pariwisata. (2017). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2017. Jakarta: Kemenpar RI

Lisma, N., Yonaldi, S dan Zulbahri, L. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Syariah di Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 8* (1). Di akses 12 maret 2018.

Leiper, P. (1990). *Tourism Management*. RMIT, Collingwood, Victoria.

Marpaung, R., Purwoko, A dan Sri Hartini, K. (2014). Analisis Potensi Dan Pengembangan Kawasan Wisata Taman Eden 100 Kecamatan Lumban Julu Kabupaten Toba Samosir, Sumatera Utara. Universitas Sumatera Utara.

Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kontoudaki, A. (2012). The Management of Tourist's Alimentary Needs by the Tourism Industry. *International Journal of Culture and Tourism Research, 5* (1), 129-140.

Naraya, A. G. dan Pranggono, B. (2016). Strategi Pengembangan Wisata Syariah Jalur Wisata Pantai Senggigi, Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota 2* (2).

Priyadi, U. (2016). Pariwisata Syariah (prospek dan perkembangan). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Priyadi, U., Atmadji, E. dan Yasid. (2015). Model Desa Wisata Berbasis Syariah di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Economic Journal Of Emergering Markets *7*(1).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. Journal of Retailing Marketing Science Institute, *1*(64), 12-40.

Pitana, I G., Surya D, & I Ketut. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta. Andi

Rahardi, N. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen terhadap Hotel Syariah. *Jurnal Syarikah 2* (1), 180-192.

Rostiyati, A. (2013). Potensi Wisata Di Lampung dan Pengembangan. Balai Pelestarian Nilai Budaya Bandung.

Rizka. (2016). Persepsi Konsumen Tentang Wisata Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung. Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Sahida, W., Rahman, S. A., Awang, K., & Man, Y. C. (2011). The Implementation of Shariah Compliance Concept Hotel: De Palma. 2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences.17, pp. 138-142. Singapore: IACSIT Press.

Sekaran, U. (2011). Metode Pemelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Siagian, P S. (2000). Manajemen Strategik. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Spillane, J J. (1987). Ekonomi Pariwisata. Yogyakarta: Kanisius.

Slovin, M J. (1960), Sampling, Simon and Schuster Inc., New York.

Sofyan, R. (2012). Prospek bisnis pariwisata syariah. Jakarta: Republika

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta.

Susanti, N I .(2018). Respon Masyarakat Terhadap Pantai Syariah Pulau Santen di Kelurahan Karangrejo Banyuwangi. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis 4*(1), 18-31. Di akses 20 september 2018.

Valdi, E. (2014). Tourism Development Strategies, SWOT analysis and improvement of Albania's image. *European Journal of Sustainable Development 3* (1), 167-178. Di akses 20 oktober 2018.

Wall, G. & Collins-Kreiner, N. (2007). Evaluating Tourism Potential: A SWOT Analysis of The Western Negev, Israel. *Tourism 55* (1), 51-63

Widarjono, A. (2013). Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Yoeti, O A. (1983). Pengantar ilmu pariwisata. Bandung : Angkasa.

Yoeti, O A. (1996). Pemasaran Pariwisata Terpadu. Bandung: Angkasa.

Yoeti, O A. (2002). Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Jakarta : Pradnya Paramita.

Yoeti, O A. (2008). Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi. Penerbit Kompas. Jakarta.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

Hasil Uji Validitas dan Uji Realiabilitas

1. Aspek Atraksi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	40.9000	30.636	.429	.852
VAR00002	40.5500	30.917	.456	.849
VAR00003	40.4700	28.918	.640	.834
VAR00004	40.5900	30.588	.417	.853
VAR00005	40.5200	30.030	.526	.844
VAR00006	40.4700	29.868	.591	.839
VAR00007	40.2400	30.386	.553	.842
VAR00008	40.4800	29.525	.539	.843
VAR00009	40.4400	29.198	.723	.830
VAR00010	40.4000	29.374	.588	.839
VAR00011	40.1400	31.192	.569	.842

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	11

2. Aspek Amenitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	64.0000	90.182	.516	.934
VAR00002	63.7800	89.547	.604	.932
VAR00003	63.6900	86.883	.639	.931
VAR00004	63.5900	89.840	.564	.933
VAR00005	63.8000	89.354	.598	.932
VAR00006	63.7400	89.043	.636	.931
VAR00007	63.4500	90.492	.546	.933
VAR00008	63.5000	89.525	.676	.930
VAR00009	63.6500	87.583	.770	.928
VAR00010	63.7000	88.192	.641	.931
VAR00011	63.6100	88.927	.704	.929
VAR00012	63.9300	89.338	.604	.932
VAR00013	63.8500	86.654	.734	.929
VAR00014	63.8200	86.452	.771	.928
VAR00015	63.6700	88.304	.717	.929
VAR00016	63.7400	87.689	.741	.929
VAR00017	63.8400	87.732	.659	.930

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	17

3. Aspek Aksesibilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	28.0000	436.360	.961	.991
VAR00002	27.8218	433.888	.976	.990
VAR00003	27.6733	429.762	.974	.990
VAR00004	28.0198	425.320	.959	.991
VAR00005	27.8911	419.798	.977	.990
VAR00006	28.0495	416.148	.969	.991
VAR00007	27.9406	413.076	.967	.991
VAR00008	27.7723	411.858	.958	.991

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.992	8

4. Aspek Ancillary

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	10.7400	4.942	.424	.680
VAR00002	11.1900	4.216	.538	.612
VAR00003	11.0400	3.756	.619	.553
VAR00004	11.4300	4.510	.397	.702

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	4

LAMPIRAN II

Pedoman Wawancara

Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Sukadanaham Bandar Lampung

A. WISATAWAN

Identitas Informan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Alamat :

No Pertanyaan Jawaban

1. Apakah Anda mengetahui wisata syariah?
2. Bagaimana pendapat Anda tentang wisata syariah?
3. Apakah Anda mempertimbangkan aspek halal/haram saat berwisata?
4. Seberapa besar potensi wisata Puncak Mas dapat dikembangkan sebagai tujuan wisata syariah?
5. Apakah di tempat wisata Puncak Mas tersedia fasilitas ibadah?
6. Apakah makanan dan minuman halal mudah didapat ?
7. Pernah ada sosialisasi dari pemerintah terkait wisata syariah?
8. Apakah ada promosi khusus tentang wisata syariah?

B. PELAKU INDUSTRI

Identitas Informan
1 Nama :
2 Umur :
3 Jenis Kelamin :
4 Pendidikan Terakhir :
5 Jabatan/Pekerjaan :
6 Lama Kerja :
7 No telepon :
8 Email :
9 Alamat :

No Pertanyaan Jawaban

1. Apakah Anda mengetahui wisata syariah?
2. Bagaimana pendapat Anda tentang wisata syariah?
3. Bagaimana kesadaran pengelola wisata Puncak Mas akan produk halal?
4. Apakah wisata Puncak Mas ini berpotensi menjadi salah satu wisata syariah di Lampung?
5. Berapa banyak wisatawan yang berkunjung ketempat wisata ini?
6. Apakah terdapat penginapan di wisata Puncak Mas ?
7. Apakah makanan dan minuman yang disediakan halal?
8. Apakah restoran dan hotel yang sudah memiliki sertifikat halal?
9. Siapa target wisatawan syariah?
10. Apakah kedepannya pihak pengusaha ingin menjalankan bisnis dengan menerapkan prinsip syariah?
11. Bila sudah diterapkan, apakah terdapat kendala dalam penerapannya?

LAMPIRAN III

Pernyataan Kuesioner

No. Kuesioner	
Tanggal	

Nama saya Mentari Rendayani. Saya adalah mahasiswa Magister Ekonomi dan Keuangan Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang menyusun tesis dibawah bimbingan bapak Dr. Unggul Priyadi, M. Si.

Bersama ini, saya memohon kesediaan Ibu/Bpk, Sdr/i untuk mengisis kuesioner dalam rangka penelitian saya yang berjudul: "**Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar lampung".** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kesiapan wisata Puncak Mas menjadi salah satu wisata berbasis syariah di lampung.

a.n. Mentari Rendayani, S.E.
Universitas Islam Indonesia

A. PROFIL WISATAWAN
(Berilah tanda **"X"** pada jawaban yang anda pilih)

1	Nama	:	
2	Usia	:	1) 15-20 2) 21-25 3) 26-30 4) >30
3	Jenis Kelamin	:	1) Laki-laki 2) Perempuan
4	Pendidikan	:	1) SD 2) SMP 3) SMA/SMK 4) D3 5) S1 6) S2
5	Agama	:	1) Islam 2) Katholik 3) Kristen 4) Hindu 5) Budha
6	Kendaraan yang Dipakai Menuju Tempat Wisata	:	1) Roda Dua 3) Roda Empat 2) Kendaraan Umum 4) Kendaraan Pariwisata 5) Kendaraan Online
7	Domisili	:	1) Lampung 2) Luar Lampung
8	Jumlah Kunjungan	:	1) Satu 2) Dua 3) > 2
9	Informasi Tempat Wisata	:	1) Media Sosial 2) Surat Kabar 3) Teman/Kerabat

B. KESIAPAN SEBAGAI DESTINASI WISATA SYARIAH dI PUNCAK MAS

Berikan tanda cek (√) pada kolom jawaban atas pertanyaan yang ada, sesuai dengan kenyataan yang Sdr/i alami ketika berkunjung di wisata Puncak Mas . Pilihan jawaban terdiri dari:

1 = Jika Sangat Tidak Setuju
2 = Jika Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Jika Setuju
5= Jika Sangat Setuju

Telitilah dalam menjawab, sehingga tidak ada pernyataan yang terlewatkan. Selamat mengerjakan!

1) Aspek Atraksi

No	Pernyataan	Jawaban				
I	**Daya Tarik Wisata**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
10	Atraksi wisata yang tersedia tidak bertentangan dengan kaidah syariah					
11	Meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan					
12	Wahana sudah memenuhi standar keamanan dan nyaman					
13	Infomasi bagi pengunjung sudah jelas (terdapat brosur informasi, peta lokasi atraksi dll)					
14	Pemandangan bawah puncak meningkatkan estetika objek wisata					
15	Makanan dan minuman halal mudah diperoleh di tempat wisata					
16	Menyediakan tempat ibadah dan fasilitas layak untuk bersuci secara terpisah sesuai kaidah syariah di tempat wisata					
17	Menyediakan toilet yang layak dan nyaman secara terpisah di tempat wisata					
18	Sanitasi dan kebersihan lingkungan di tepat wisata terjaga dengan baik					
19	Tempat wisata cocok untuk segala usia					
20	Secara umum, wisata ini menarik untuk dikunjungi					

2) Aspek Amenitas

No	Pernyataan	Jawaban				
II	**Akomodasi**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
21	Tersedia tempat ibadah dan sarana bersuci yang layak di hotel					
22	Tersersedia arah kiblat di kamar hotel					
23	Terdengar suara adzan di waktu sholat					
24	Tersedia makanan dan minuman yang halal di hotel					
25	Suasana hotel aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan keperluan bisnis					
26	Sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik					
27	Hanya memperbolehkan pasangan yang sah dan keluarga untuk menginap					
II	**Restoran**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
28	Terdapat restoran yang menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya dan bersertifikat MUI					
29	Sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran serta penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik					
30	Tersedia harga makanan dan minuman halal di tempat wisata					
31	Memiliki daftar makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata syariah					
IV	**Pramuwisata**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
32	Karyawan memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas					
33	Karyawan komunikatif, ramah, jujur dan bertanggung jawab					
34	Karyawan berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai etika islam					
35	Karyawan memiliki kompetensi kerja sesuai dengan standar profesi kerja yang berlaku					
36	Pelanggan merasa aman dan nyaman dalam berinteraksi dengan karyawan					
37	Karyawan cepat tanggap terhadap pengunjung					

3) Aspek Aksesibilitas

No	**Pernyataan**	**Jawaban**				
V	**Informasi**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
38	Akses jalan yang mudah menuju tempat wisata					
39	Kemudahan akses informasi wisata					
40	Objek wisata mudah dijangkau					
41	Transportasi mudah dijangkau (darat, Laut, udara)					
42	Biaya transportasi sesuai standar					
43	Kondisi jalan baik menuju tempat wisata					
44	Dekat dengan rumah sakit dan kantor polisi					
45	Terdapat penunjuk jalan ke lokasi wisata					

4) Aspek *Ancillary*

No	**Pernyataan**	**Jawaban**				
VI	**Pemasaran**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
46	Melakukan promosi melalui media sosial baik online ataupun offline					
47	Terdapat paket wisata (voucher)					
48	Terdapat promosi khusus dari pemerintah maupun lembaga lainnya tentang wisata syariah					
49	Terdapat sosialisasi dari pemerintah terkait wisata syariah					

50 Apakah wisata Puncak Mas berpotensi untuk menjadi wisata syariah?

Jawaban:
a. Iya b. Tidak
Alasan:
.....
.....

51 Apakah anda mengutamakan halal dalam perjalanan wisata?
Jawaban:
a. Iya b. Tidak
Alasan:
.....
.....

≈TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA≈

LAMPIRAN IV
Foto Kegiatan



Wawancara kepada pihak pengelola tempat wisata



Wawancara kepada pihak pengelola foodcourt



Wawancara serta penyebaran kuesioner kepada wisatawan