

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan jumlah pendapatan di Era Pandemi Covid-19 pada Kelompok Sadar Wisata Gubuk Sawah dan Wisata Nangkula Park Tulungagung, maka peneliti memperoleh beberapa data di lapangan. Pembahasan hasil data didapat dengan cara mencocokkan data temuan di lapangan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan oleh penulis, dengan poin-poin sebagai berikut:

A. Peran dan Dampak Penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19 oleh Pokdarwis

Setiap usaha perlu untuk merumuskan strategi pemasaran dengan lebih teliti dan lebih cermat, agar usaha yang dijalankan dapat terus bersaing di pasaran. Perumusan strategi pemasaran dianggap penting karena strategi merupakan hal yang dapat berpengaruh pada keberlangsungan usaha atau industri tersebut. Islam memperbolehkan umatnya dalam melakukan berbagai macam usaha dan perdagangan, seperti yang diterangkan dalam Al-Qur'an Surat Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “*Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.*” (QS. Al-Mulk: 15).¹

Penafisran dari Surat Al-Mulk ayat 15 diatas adalah bahwasannya Allah SWT telah mengizinkan makhluknya untuk berusaha dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam memenuhi kebutuhannya, setiap makhluk diperbolehkan melakukan berbagai cara dan menggunakan strategi apapun untuk berusaha mendapatkannya. Sehingga berbagai macam jenis usaha dan perdagangan bermunculan. Pada dasarnya muamalah dalam Islam memperbolehkan setiap pelaku usaha untuk melakukan segala sesuatu selama tidak ada dalil yang melarangnya.

Pertumbuhan bisnis yang sangat pesat mendorong setiap perusahaan maupun industri untuk berkompetisi dalam berbagai aktifitas. Strategi diperlukan untuk mempertahankan eksistensi sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan. Perusahaan juga harus selalu waspada terhadap strategi para pesaing yang berusaha merebut pangsa pasar. Setiap perusahaan melakukan berbagai kompetisi, diantaranya: pada aspek harga, pelayanan, dan merek dari suatu produk.

Peneliti melakukan penelitian di Wisata Gubuk Sawah dan Wisata Nangkula Park, sehingga didapatkan beberapa hasil sebagai berikut:

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015), hal 563

1. Wisata Gubuk Sawah

a. Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19

Adapun hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Wisata Gubuk Sawah tidak menerapkan strategi pemasaran syariah, melainkan menerapkan strategi pemasaran secara konvensional dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi pemasaran yang digunakan Wisata Gubuk Sawah adalah strategi pemasaran 4P, yaitu sebagai berikut:

1) *Product* (produk)

Product merupakan segala yang ditawarkan oleh pelaku usaha kepada para konsumen agar dapat digunakan maupun dikonsumsi. Produk yang dikeluarkan memiliki tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Produk dapat berupa apa saja, baik berwujud fisik maupun yang tidak.

Produk digunakan pelaku usaha untuk menarik perhatian konsumen sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Kaitannya dalam menerapkan strategi pemasaran yang baik, produk yang dihasilkan tentunya harus memiliki kualitas dan keunikan tersendiri yang nantinya akan mampu meningkatkan daya saing dipasaran.

Akhir-akhir ini, hobi berswafoto merupakan kebiasaan dari kaum milenial². Hal ini disebabkan karena anak muda lebih tertarik untuk melakukan *travelling* dan berswafoto di objek wisata yang dikunjungi. Hal tersebut tentu menjadi peluang tersendiri bagi Bapak Andik untuk mengembangkan Wisata Gubuk Sawah.

Wisata Gubuk Sawah merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang pariwisata, sehingga produk utama yang ditawarkan adalah spot foto yang *instagrambale* itu. Bapak Andik selaku pemilik Wisata Gubuk Sawah menerapkan strategi pemasaran pada produk dengan mengedepankan sisi kreatifitas, serta tetap memikirkan inovasi-inovasi baru.

Selain itu Wisata Gubuk Sawah juga menyediakan produk lain berupa makanan dan minuman yang dapat dipesan oleh pengunjung. Menu yang disediakan juga memiliki ciri tersendiri, karena Wisata Gubuk Sawah menyediakan makanan jadul. Tidak hanya itu, Wisata Gubuk Sawah juga menyediakan menu lain, seperti: bakso, soto, gado-gado dan masih banyak lagi.

Hal ini sesuai dengan yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, bahwasannya setiap pelaku usaha harus mengutamakan kualitas produk yang ditawarkan dan memberikan yang terbaik

² Generasi milenial lahir sekitar tahun 1980-1995. Pola pikir dan karakter generasi milenial bisa dikatakan sering *out of the box*, penuh kreatifitas, inovatif, dan pastinya tidak pernah gaptek karena cukup cepat dalam beradaptasi pada teknologi baru. www.quipper.go.id, diakses pada 15 April 2021 pukul 09:38

kepada para pelanggannya. Karena Rasulullah SAW mengamalkan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۗ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan jangan kamu mengikuti langkah-langkah setan,” (QS. Al-Baqarah: 168)³

2) Price (harga)

Harga menjadi pertimbangan cukup penting bagi setiap pelaku usaha, karena harga produk bisa dikatakan sebagai laku tidaknya suatu produk. Dalam Islam penetapan harga tidak diperbolehkan mengambil keuntungan secara besar-besaran. Seperti pada Wisata Gubuk Sawah, penetapan harga tiket masuknya disesuaikan dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan. Strategi dalam menetapkan harga tiket masuk yang cukup unik karena harga tiket masuknya seharga Rp 10.000 per-orang dengan *voucher* belanja.

Seperti halnya dalam menetapkan harga tiket masuk, Wisata Gubuk Sawah dalam menentukan harga menu makanan dan minuman juga menyesuaikan dengan biaya produksinya dan kualitas produk tersebut. Wisata Gubuk Sawah menyediakan menu makanan

³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan....*, hal. 587

dengan harga yang terjangkau yaitu seharga Rp 7.000 per-porsinya, sementara untuk aneka minuman yang disediakan di ‘Warung Gubuk Sawah’ dapat dinikmati mulai harga Rp 4.000.

Adapun penetapan harga seperti diatas, sesuai dengan larangan Allah SWT dalam Al-Qur’an Surat Al-Mutaffifin ayat 1-3, yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الْمُطَفِّفِيْنَ ۗ اِذَا كُنْتُمْ عَلٰى النَّاسِ يَسْتَوْفُوْنَ ۗ وَاِذَا كَالُوْهُمْ اَوْ وُزَنُوْهُمْ يُخْسِرُوْنَ ۗ

Artinya: “*Celakalah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*”

(QS. Al-Mutaffifin: 1-3).⁴

3) *Place* (lokasi)

Dalam Islam pemilihan *place* (tempat) untuk saluran pendistribusian barang atau jasa. Tempat atau lokasi ini maksudnya adalah lokasi untuk melakukan proses transaksi atau jual beli barang maupun jasa yang ditawarkan kepada para konsumen. Konsep dari pemilihan lokasi untuk strategi pemasaran juga cukup mempengaruhi keberhasilan dari strategi yang dilakukan. Dimana semakin strategis tempat atau lokasi bisnis maka akan semakin besar keuntungan yang akan diperoleh,

⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan....*, hal. 587

begitu pula sebaliknya. Hal ini disebabkan karena dengan semakin strategis lokasi, calon pelanggan dapat lebih mudah untuk menemukan lokasi bisnis dan mempermudah transaksi.

Lokasi dari Wisata Gubuk Sawah berada di Dusun Krajan, dan tidak terletak di pinggiran jalan raya yang menghubungkan Kabupaten Tulungagung dengan Kabupaten Blitar. Sehingga lokasi dari Wisata Gubuk Sawah bisa dikatakan kurang strategis karena cukup masuk di lingkungan pedesaan, bahkan akses jalannya juga cukup sempit untuk dilalui kendaraan roda empat.

Meskipun lokasi dari Wisata Gubuk Sawah kurang strategis, hal tersebut tidak menyebabkan Wisata Gubuk Sawah sepi dari pengunjung. Karena Bapak Andik memikirkan strategi khusus untuk menarik pengunjung datang. Adapun strategi yang digunakan Bapak Andik untuk membedakan Wisata Gubuk Sawah dengan objek wisata lainnya adalah dengan memadukan kreatifitas dan teknologi.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan pemasaran yang umum dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi atas suatu produk kepada para konsumen agar membeli produk maupun jasa yang ditawarkan. Adapun cara yang dilakukan oleh Wisata Gubuk Sawah dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen, adalah dengan cara dari mulut ke mulut dan menggunakan media

sosial seperti: melalui aplikasi instagram, facebook. Akun instagram milik Wisata Gubuk Sawah adalah @gubuksawah, sedangkan nama akun dari facebook Wisata Gubuk Sawah adalah gubuksawah_.

Promosi yang dilakukan Wisata Gubuk Sawah melalui media sosial merupakan sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi menjurus pada penipuan dan kebohongan. Hal ini juga bisa dibuktikan dengan foto atau video postingan di akun instagram atau facebooknya.

Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ؕ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰى
اَلَّا تَعْدِلُوْا ؕ ...

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil.”* (QS. Al-Maidah: 8).⁵

⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan....*, hal. 108

b. Peran Penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan di Era Pandemi Covid-19

Jumlah Pengunjung pada saat pandemi Covid-19 kian hari kian menurun. Sehingga perlu ada penerapan strategi khusus yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha. Adapun strategi yang dilakukan oleh pengelola Wisata Nangkula Park adalah penerapan dan pengoptimalan strategi pemasaran syariah dengan 4 elemen. Penerapan strategi pemasaran syariah memberikan peran cukup baik dalam meningkatkan jumlah pengunjung Wisata Nangkula Park. Elemen-elemen dalam strategi pemasaran syariah ada 4 elemen meliputi: produk, harga, tempat, promosi.

Penerapan strategi pemasaran syariah dengan menggunakan elemen 4P memberikan dampak baik pada peningkatan jumlah pengunjung. Adanya perpaduan sisi kreatifitas dan teknologi membuat Wisata Gubuk Sawah didatangi banyak pengunjung. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Zulfachri yang berjudul “Faktor-Faktor Penyebab Turunnya Jumlah Pengunjung Objek Wisata Resort Kandi Kota Sawahlunto” yang membahas tentang perlu adanya penerapan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dalam proses pengembangan pariwisata dan peran aktif dari seluruh pihak terkait.⁶

⁶ Muhammad Taufiq Jaenuddin, *Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah melalui Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Mamuju*, Jurnal Ilmu Pemerintahan, Vol. 12, No. 02, diterbitkan pada bulan Juli 2019

c. Dampak Penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ‘dampak’ secara umum adalah sesuatu yang membawa pengaruh kuat sehingga dapat menimbulkan akibat yang positif ataupun negatif.⁷ Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dampak dari penerapan strategi pemasaran syariah melalui pengembangan objek wisata adalah akibat yang akan dirasakan karena program yang dijalankan tersebut, akibat yang dirasakan dapat berupa bentuk positif ataupun negatif.

Strategi pemasaran syariah melalui pengembangan Wisata Gubuk Sawah, secara nyata memberikan dampak bagi masyarakat desa Sumberejo Wetan dan sekitarnya. Adanya pengembangan objek Wisata Gubuk Sawah ini memberikan dampak positif bagi karyawan Wisata Gubuk Sawah dan masyarakat sekitar objek wisata. Seperti yang dijelaskan oleh Dinar Wahyuni, bahwa penggunaan 3 strategi dalam pemberdayaan masyarakat guna mengembangkan desa wisata memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar objek wisata.⁸

Adapun dampak dari adanya penerapan strategi pemasaran syariah pada Wisata Gubuk Sawah adalah sebagai berikut:

⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dampak>, diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pukul 11:40

⁸ Dinar Wahyuni, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran, Kabupaten Gunung Kidul*, Jurnal Masalah-Masalah Sosial, Vol. 9, No. 1, diterbitkan pada bulan Juni 2018

- 1) Meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke Wisata Gubuk Sawah jika dibandingkan pada saat awal Covid-19.
- 2) Menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang yang membutuhkan pekerjaan.
- 3) Meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar objek wisata yang turut serta dalam memberikan pelayanan kepada para pengunjung Wisata Gubuk Sawah yang memerlukan jasanya.
- 4) Mendorong pembangunan sekitar lokasi Wisata Gubuk Sawah yang berada di Dusun Krajan. Pembangunan ini berupa perbaikan sarana dan prasarana serta akses jalan menuju Wisata Gubuk Sawah.

2. Wisata Nangkula Park

a. Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19

Adapun hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Wisata Nangkula Park menerapkan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi pemasaran yang digunakan Wisata Nangkula Park adalah strategi pemasaran syariah dengan elemen 4p, yang meliputi:

1) *Product* (Produk)

Product (produk) merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh para pelaku usaha kepada para konsumen agar produk dapat digunakan maupun dikonsumsi. Adanya pengeluaran produk oleh pelaku usaha memiliki tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan

dan keinginan pasar. Produk dapat berupa apa saja baik berwujud fisik maupun yang tidak berwujud. Kaitannya dalam menerapkan strategi pemasaran yang baik, produk yang dihasilkan tentunya harus memiliki kualitas dan keunikan tersendiri yang nantinya akan mampu meningkatkan daya saing dipasaran.⁹

Akhir-akhir ini, hobi berswafoto merupakan kebiasaan dari kaum milenial¹⁰. Hal ini disebabkan karena anak muda lebih tertarik untuk melakukan *travelling* dan berswafoto di objek wisata yang mereka dikunjungi. Hal tersebut tentu menjadi peluang tersendiri bagi Wisata Nangkula Park yang dikelola oleh BUMDes Larasati desa setempat dan diawasi langsung oleh Kepala Desanya yang bernama Bapak Anang.

Wisata Nangkula Park merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang pariwisata, sehingga produk utama yang ditawarkan adalah wisata itu sendiri. Wisata Nangkula Park menyuguhkan perpaduan wisata seni, fotografi, hingga wisata alam yang memikat itu sendiri. Selain itu, Wisata Nangkula Park juga menyediakan produk lain berupa makanan dan minuman yang dapat dipesan oleh pengunjung.

⁹ M. Yusuf A. Samad dan Otong Karyono, *Enterpreneurship Perpsektif Ilmu Pengetahuan, Empiris dan Agama* (Klaten: Lakeisha, cetakan 1, 2021), hal 92-93

¹⁰ Generasi milenial lahir sekitar tahun 1980-1995. Pola pikir dan karakter generasi milenial bisa dikatakan sering *out of the box*, penuh kreatifitas, inovatif, dan pastinya tidak pernah gptek karena cukup cepat dalam beradaptasi pada teknologi baru. www.quipper.go.id, diakses pada 15 April 2021 pukul 09:38

Makanan dan minuman disediakan di Resto Wisata Nangkula Park dan variannya cukup beragam, mulai dari camilan hingga makanan berat tersedia. Tidak hanya menyediakan makanan dan minuman yang bisa dinikmati ditempat, Wisata Nangkula Park juga menyediakan beragam oleh-oleh. Apalagi oleh-oleh yang disediakan sebagian besar merupakan produk asli buatan dari warga Desa Kendalbulur sendiri.

Hal ini sesuai dengan yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, bahwasannya setiap pelaku usaha harus mengutamakan kualitas produk yang ditawarkan dan memberikan yang terbaik kepada para pelanggannya. Karena Rasulullah SAW mengamalkan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ

Artinya: *“Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan jangan kamu mengikuti langkah-langkah setan,”* (QS. Al-Baqarah: 168)¹¹

2) Price (Harga)

Harga menjadi pertimbangan cukup penting bagi setiap pelaku usaha, karena harga produk bisa dikatakan sebagai laku tidaknya suatu produk. Dalam Islam penetapan harga tidak diperbolehkan

¹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan....*, hal. 587

mengambil keuntungan secara besar-besaran. Seperti pada Wisata Nangkula Park, penetapan harga tiket masuknya disesuaikan dengan kualitas dan fasilitas yang diberikan. Selain itu Wisata Nangkula Park juga menyesuaikan harga makanan dan minuman dengan biaya produksi dan kualitas bahannya.

Adapun penetapan harga seperti diatas, sesuai dengan larangan Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Mutaffifin ayat 1-3, yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “*Celakalah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.*”

(QS. Al-Mutaffifin: 1-3).¹²

3) *Place (Lokasi)*

Dalam Islam pemilihan *place* (tempat) untuk saluran pendistribusian barang atau jasa. Dalam menetapkan tempat usaha. Tempat ini maksudnya adalah lokasi untuk melakukan proses transaksi atau jual beli barang maupun jasa yang ditawarkan kepada para konsumen. Konsep dari pemilihan lokasi untuk strategi pemasaran cukup mempengaruhi keberhasilan dari strategi yang

¹² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan....*, hal. 587

dilakukan. Dimana semakin strategis tempat atau lokasi bisnis maka akan semakin besar keuntungan yang akan diperoleh, begitu pula sebaliknya. Hal ini disebabkan karena dengan semakin strategis lokasi, calon pelanggan dapat lebih mudah untuk menemukan lokasi bisnis dan mempermudah transaksi.

Lokasi dari Wisata Nangkula Park ini cukup strategis dan sangat mudah ditemukan, bahkan akses jalannya cukup mudah dilalui. Lokasi Wisata Nangkula Park yang strategis ini berada di pinggir jalan raya masuk Dusun Rongganan. Sehingga para pengunjung yang ingin datang ke Wisata Nangkula Park, hanya perlu membuka *google maps* di *smartphone*. Selain itu letak Wisata Nangkula Park tidak jauh dari masjid desa tersebut, jika ada pengunjung yang ingin melaksanakan ibadah sholat disana. Meskipun sebenarnya di dalam Wisata Nangkula Park juga sudah disediakan musholla.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan pemasaran yang umum dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi atas suatu produk kepada para konsumen agar mengetahui produk maupun jasa yang ditawarkan. Adapun strategi yang dilakukan oleh Wisata Nangkula Park dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen, adalah dari mulut ke mulut dan menggunakan media sosial seperti: melalui aplikasi instagram, facebook. Akun instagram milik Wisata Nangkula Park

adalah @nangkulapark, sedangkan akun facebook Wisata Nangkula Park adalah *Nangkula Park*.

Promosi yang dilakukan Wisata Nangkula Park melalui media sosial merupakan sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi menjurus pada penipuan dan kebohongan. Hal ini juga dibuktikan dengan foto atau video saat memposting di akun instagram atau facebooknya. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوِّمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَآلٍ تَعْدِلُونَ ۗ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil.”* (QS. Al-Maidah: 8).¹³

b. Peran Penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19

Jumlah Pengunjung pada saat pandemi Covid-19 kian hari kian menurun. Sehingga perlu ada penerapan strategi khusus yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha. Adapun strategi yang dilakukan oleh pengelola Wisata Nangkula Park adalah penerapan dan

¹³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan....*, hal. 108

pengoptimalan strategi pemasaran syariah dengan 4 elemen. Penerapan strategi pemasaran syariah memberikan peran cukup baik dalam meningkatkan jumlah pengunjung Wisata Nangkula Park. Elemen-elemen dalam strategi pemasaran syariah ada 4 elemen meliputi: produk, harga, tempat, promosi.

Proses pengembangan objek wisata Nangkula Park menerapkan strategi pemasaran syariah dengan menggunakan 4 elemen (4p) dapat memberikan sumbangan cukup besar pada peningkatan jumlah pengunjung dan pada pengembangan Wisata Nangkula Park. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Zulfachri yang berjudul “Faktor-Faktor Penyebab Turunnya Jumlah Pengunjung Objek Wisata Resort Kandi Kota Sawahlunto” yang membahas tentang perlu adanya penerapan strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dalam proses pengembangan pariwisata dan peran aktif dari seluruh pihak terkait.¹⁴

c. Dampak Penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata ‘dampak’ secara umum adalah sesuatu yang membawa pengaruh kuat sehingga dapat menimbulkan akibat yang positif ataupun negatif.¹⁵

¹⁴ Muhammad Taufiq Jaenuddin, *Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah melalui Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Mamuju*, Jurnal Ilmu Pemerintahan, Vol. 12, No. 02, diterbitkan pada bulan Juli 2019

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dampak>, diakses pada tanggal 16 Maret 2021 pukul 11:40

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dampak dari penerapan strategi pemasaran syariah melalui pengembangan objek wisata merupakan akibat yang akan dirasakan karena program yang dijalankan tersebut, akibat yang dirasakan dapat berupa bentuk positif ataupun negatif.

Strategi pemasaran syariah melalui pengembangan objek wisata secara nyata juga memberikan dampak bagi masyarakat desa Kendalbulur dan sekitarnya. Adanya pengembangan objek Wisata Nangkula Park ini memberikan dampak positif bagi karyawan Wisata Nangkula Park dan masyarakat sekitar objek wisata. Seperti yang dijelaskan oleh Muhani dalam penelitiannya yang berjudul “Peran Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah”, bahwa adanya peningkatan yang cukup signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) karena adanya hubungan yang kuat dan positif antara retribusi pariwisata dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD).¹⁶

Adapun dampak dari adanya penerapan strategi pemasaran syariah pada Wisata Nangkula Park antara lain:

- 1) Meningkatnya jumlah pengunjung yang datang ke Wisata Nangkula Park jika dibandingkan pada saat awal Covid-19.

¹⁶ Mustafa Muhani dkk, *Peranan Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Palopo*, Jurnal Equilibrium, Vol. 02, No. 01, diterbitkan pada tahun 2012

- 2) Menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang yang membutuhkan pekerjaan. Perekrutan karyawan sekaligus pengelola Wisata Nangkula Park sebagian besar diambil dari warga desa setempat.
- 3) Meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar objek wisata yang turut serta dalam memberikan pelayanan kepada para pengunjung Wisata Nangkula Park yang memerlukan jasanya.
- 4) Mendorong pembangunan sekitar lokasi Wisata Nangkula Park yang berada di Desa Kendalbulur. Pembangunan ini berupa perbaikan sarana dan prasarana yang ada, serta akses jalan menuju Wisata Nangkula Park.

B. Kendala dan Hambatan dari Penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19

Penerapan strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan jumlah pengunjung di era pandemi Covid-19 tentu menemui berbagai kendala yang dihadapi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), 'kendala' adalah halangan, rintangan dalam mencapai sasaran, (hal-hal yang membatasi keleluasaan gerak sebuah benda atau suatu sistem).¹⁷ Dengan kata lain kendala merupakan sesuatu yang dapat menghambat suatu kegiatan dalam mencapai sasaran yang ingin diraih.

¹⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dalam <http://kbbi.web.id/kendala>, diakses pada tanggal 17 April 2021 pukul 06:35

Strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan jumlah pengunjung di era pandemi Covid-19 menemui kendala internal dan eksternal yang perlu dihadapi. Dibawah ini akan dijelaskan mengenai temuan data yang ditemukan peneliti di lapangan berupa kendala yang dihadapi oleh Wisata Gubuk Sawah dan Wisata Nangkula Park. Berikut penjelasan lebih detailnya yaitu sebagai berikut:

1. Wisata Gubuk Sawah

Wisata Gubuk Sawah dalam menerapkan strategi pemasaran syariah guna meningkatkan jumlah pengunjung di era pandemi Covid-19, menemui beberapa kendala yang harus dihadapi. Adapun kendala yang harus dihadapi adalah sebagai berikut:

1) Modal

Adapun kendala internal yang dihadapi oleh Wisata Gubuk Sawah adalah permodalan yang terbatas, hal ini disebabkan karena modal yang digunakan untuk pengembangan Wisata Gubuk Sawah adalah modal pribadi. Sedangkan saat mengembangkan objek wisata membutuhkan dana yang cukup besar. Begitu pula dengan Wisata Gubuk Sawah.

Wisata Gubuk Sawah memerlukan modal yang cukup besar dalam proses pengembangan, perbaikan ornamen maupun pembuatan spot fotonya. Modal pribadi yang sangat terbatas ini cukup menghambat proses pengembangan dari Wisata Gubuk Sawah. Padahal sebenarnya Bapak Andik memiliki banyak ide dan memiliki banyak

inovasi yang ingin diterapkan dalam pengembangan Wisata Gubuk Sawah, namun harus terhenti karena tidak adanya modal tambahan.

2) Lokasi dan Akses Jalan Menuju Wisata Gubuk Sawah

Kendala lain adalah mengenai lokasi dan akses jalan menuju Wisata Gubuk Sawah yang kurang strategis. Letak Wisata Gubuk Sawah memang berada cukup masuk ke area pedesaan di Dusun Krajan, dan lokasinya tidak terletak di pinggiran jalan raya yang menghubungkan Kabupaten Tulungagung dengan Kabupaten Blitar. Hal ini menyebabkan pengunjung lumayan kesulitan untuk mencari lokasi dari Wisata Gubuk Sawah dan akses jalannya juga cukup sempit jika dilalui kendaraan roda empat.

3) Peraturan pemerintah

Adanya peraturan pemerintah dalam upaya penanganan pencegahan virus Covid-19, mengakibatkan Wisata Gubuk Sawah harus menerapkan tutup buka objek wisata. Bahkan pernah harus ditutup untuk sementara waktu. Ketidak konsistenan itulah yang memberikan dampak pada jumlah pengunjung yang datang, jumlah pengunjung yang datang semakin hari semakin menurun. Tidak hanya pada Wisata Gubuk Sawah saja, akan tetapi dampaknya juga pada para karyawan yang ikut mengelola Wisata Gubuk Sawah. Adanya peraturan maupun kebijakan dari pemerintah ini, akan semakin mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung dan melemahkan industri sektor pariwisata.

4) Pesaing

Pesaing merupakan orang atau pihak lain yang mengejar sasaran pasar yang sama dengan menawarkan produk-produk yang sama pula pada konsumen. Saat ini Kabupaten Tulungagung memiliki banyak objek wisata baru yang mulai bermunculan. Hal ini menyebabkan Wisata Gubuk Sawah memiliki banyak pesaing di bidang yang sama. Adapun strategi yang dilakukan oleh Bapak Andik selaku pemilik Wisata Gubuk Sawah yaitu dengan membuat ciri khas pada Wisata Gubuk Sawah agar memiliki perbedaan dengan objek wisata lain dan selalu memberi inovasi baru.

Kendala dan hambatan yang dihadapi dalam pengembangan objek wisata yang dilakukan oleh Pokdarwis Wisata Gubuk Sawah ini, sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahadika Tegar. Bahwasannya strategi yang dilakukan dalam proses pengembangan pariwisata untuk meningkatkan PAD di Kabupaten Banjarnegara sudah cukup optimal, meskipun tetap ada kekurangan. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan dana yang dimiliki dalam rangka promosi wisata. Dengan adanya kendala yang dihadapi tersebut, solusi yang harus dilakukan adalah pihak pemerintah meningkatkan kesadaran serta perlu adanya tanggung jawab dari masyarakat agar para investor dapat menanamkan modal atau dana pada objek wisata tersebut.¹⁸

¹⁸ Mahadika Tegar, dkk, *Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Sektor Pariwisata di Kabupaten Banjarnegara*, Jurnal Online Diponegoro Law Review, Vol. 03, No. 02, diterbitkan tahun 2014

2. Wisata Nangkula Park

Wisata Nangkula Park dalam menerapkan strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan jumlah pengunjung di era pandemi Covid-19, menemui beberapa kendala yang harus dihadapi oleh Wisata Nangkula Park. Dibawah ini akan dijelaskan mengenai kendala yang harus dihadapi oleh Wisata Nangkula Park, sebagai berikut:

1) Selera pengunjung

Wisata Nangkula Park menyuguhkan berbagai menu makanan dan minuman disediakan “Resto Nangkula Park”, mulai dari camilan hingga makanan berat. Selera pengunjung yang berbeda-beda menjadi kendala tersendiri bagi Wisata Nangkula Park khususnya untuk pengunjung Resto Nangkula Park. Karena selera pengunjung yang datang ke Resto Nangkula Park berbeda-beda, tidak sedikit pengunjung yang komplain atau memberi masukan kepada pihak pengelola. Akhirnya pihak pengelola menerimanya dengan senang hati dan memperbaiki bila ada kekurangan.

2) Pesaing

Pesaing merupakan orang atau pihak lain yang mengejar sasaran pasar yang sama dengan menawarkan produk produk yang sama pula pada konsumen. Saat ini Kabupaten Tulungagung memiliki banyak objek wisata baru yang mulai bermunculan. Hal ini menyebabkan Wisata Nangkula Park memiliki banyak pesaing baru di bidang yang sama, yaitu di bidang pariwisata. Adapun strategi yang dilakukan oleh

Bapak Anang selaku kepala Desa agar Wisata Nangkula Park tetap dapat bersaing, yaitu dengan cara membuat ciri khas pada Wisata Nangkula Park. Hal ini dimaksudkan agar Wisata Nangkula Park memiliki perbedaan dengan objek wisata lain. Seperti membuat Monumen keris besar yang ikonik, menyediakan wisata edukasi berupa mina padi dan hidroponik, menyuguhkan taman bunga *celosia* warna-warni yang indah.

3) Peraturan pemerintah

Adanya peraturan pemerintah dalam upaya penanganan pencegahan virus Covid-19, mengakibatkan penutupan sementara kegiatan usaha pariwisata. Meskipun penutupannya bersifat sementara, namun dampak yang dirasakan cukup terasa. Hal ini berdampak tidak hanya pada Wisata Nangkula Park saja, akan tetapi juga pada para karyawan yang ikut mengelola Wisata Nangkula Park, serta pada masyarakat sekitar objek wisata. Adanya peraturan maupun kebijakan dari pemerintah ini akan semakin mengakibatkan penurunan pendapatan dan melemahkan industri sektor pariwisata.

Kendala dan hambatan yang dihadapi dalam pengembangan objek wisata yang dilakukan oleh Pokdarwis Wisata Nangkula Park ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Auzan dan Edriana. Mereka yang menemukan hal positif dari peran kuliner dalam meningkatkan citra TN Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Mengenai rasa dari makanan yang disajikan, penggunaan bahan baku yang masih segar, pemandangan alam

yang indah, dan perizinan untuk membuka jasa makanan dan minuman menjadi faktor pendukung untuk menarik minat pengunjung. Dengan adanya kendala yang dihadapi tersebut, solusi yang harus dilakukan adalah memberikan sosialisasi kepada pelaku usaha dibidang kuliner untuk tekun dalam mengolah makanan khas atau makanan asli warga setempat agar menjadi pembeda dengan yang lain.¹⁹

¹⁹ Auzan Tawadlu Akbar dan Edriana Pangestuti, *Peran Kuliner dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 50, No. 1, diterbitkan pada bulan September 2017