

## **BAB V PEMBAHASAN**

Pada bab pembahasan ini peneliti mengolah data dari penyebaran hasil angket secara langsung kepada pengunjung, pegawai dan masyarakat di sekitar tiga tempat objek wisata. Hasil jawaban yang terkumpul dari sampel atau responden dikelola datanya menggunakan SPSS 23.0. Hasilnya sebagai berikut:

### **A. Pengaruh Perencanaan Pengembangan Daerah Terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa Perencanaan Pengembangan Daerah berpengaruh signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung. Hasil penelitian ini didapatkan atau diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang telah disebarakan kepada beberapa responden atau pengunjung, warga sekitar tempat wisata dan staff pengelola di tiga tempat wisata. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam poin sebelumnya atau bab empat mengenai hasil variabel Perencanaan Pengembangan Daerah yang telah di uji. Dari beberapa uji yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Perencanaan Pengembangan Daerah berpengaruh secara signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung. Hasil signifikan tersebut juga diperkuat dengan beberapa teori, penelitian

terdahulu dan beberapa wawancara yang dilakukan peneliti kepada responden.

Dalam kegiatan Perencanaan pengembangan daerah baik itu fisik maupun nonfisik pastinya memerlukan suatu perencanaan. Perlunya suatu perencanaan pengembangan pada dasarnya Supaya apa yang dikerjakan sesuai dengan yang diharapkan jadi kita harus memfikirkan beberapa hal poin penting agar perencanaan pengembangan daerah bisa berjalan dengan lancar, menanamkan rasa Pembinaan, Mempertebal rasa persatuan, mengurangi risiko, mengkoordinasi upaya-upaya, mengetahui tingkat tujuan yang dicapai dan mengetahui tingkat tujuan yang dicapai. karena pada dasarnya jika dari segi perencanaan pengembangan daerah pada objek wisata tersebut bisa berkembang dengan baik maka secara otomatis akan menjadi solusi atau mempengaruhi pemulihan ekonomi dalam pandemi covid-19 ini. dengan demikian perencanaan pengembangan daerah Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung merupakan faktor yang penting dalam menciptakan solusi dalam pemulihan ekonomi dan menciptakan suasana yang harmonis antara pengunjung yang hadir dengan adanya kehadiran objek wisata tersebut. Sehingga konsumen merasa nyaman dan memiliki keinginan berkunjung kembali yang mana akan menambah profit pada objek wisata dan menjadi solusi dalam pemulihan ekonomi pada sektor objek wisata tersebut. Perencanaan pengembangan daerah yang baik akan menciptakan rasa penasaran atau daya tarik untuk melihat lebih jelas

seberapa menarik sebuah objek wisata tersebut. Indikator perencanaan pengembangan daerah di bagi menjadi berikut : (1)Kegiatan pariwisata menimbulkan dampak positif dan negatif, (2) Perencanaan pengembangan daerah pariwisata dalam pergeseran dan perubahan perubahan permintaan pasar wisatawan, (3)Perencanaan pengembangan daerah pariwisata dalam aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan alam, (4)Perencanaan pengembangan daerah pariwisata dalam multi sektor.<sup>176</sup>

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan teori wahab yang tertulis pada buku muhamad ridwan yang menjelaskan jika perencanaan pengembangan daerah terhadap pemulihan ekonomi bahwa perencanaan pengembangan daerah merupakan suatu hal yang sangat penting dan di perlukan sebagai bentuk mencapai keberhasilan dari berbagai pihak baik pengelola maupun pemerintah daerah yang bersangkutan untuk mencapai ke suksesan pada pembangunan pariwisata atau daerah sehingga mampu menaikkan taraf hidup melalui keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut. Dari bukti penjelasan teori yang di kemukakan di atas, peneliti mampu menarik kesimpulan bahwasanya dengan adanya perencanaan pengembangan daerah ini mampu memicu adanya hubungan positif antara pengelola dan pihak pemerintah daerah terkait perkembangan suatu tempat wisata. Hal ini mampu di buktikan dengan kerja sama pemerintah daerah dengan sektor pariwisata sehingga mampu

---

<sup>176</sup> M. Ridwan, Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata, Edisi 1, (Yogyakarta: Deepublish,2019)

menjadi penggerak perekonomian dan mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan devisa negara dan juga pendapatan asli daerah serta pendapatan masyarakat lokal. Maka dari itu perencanaan pengembangan daerah merupakan suatu hal yang sangat mempengaruhi pemulihan ekonomi yang di akibatkan oleh wabah covid-19.

Dari penelitian terdahulu Hidayat.<sup>177</sup> menjelaskan perencanaan pengembangan daerah sangat berpengaruh signifikan terhadap pemulihan ekonomi. Hal ini di karenakan perencanaan pengembangan daerah mampu memberikan efek positif dalam menarik pengunjung. Sehingga perencanaan pengembangan daerah yang baik dan maksimal mampu memberikan rasa daya tarik kepada wisatawan lokal dan wisatawan asing. Dari hasil penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa faktor yang terpenting dalam melakukan perencanaan pengembangan daerah yang baik dalam sektor pariwisata adalah mampu menarik wisatawan hadir mengunjungi objek tempat wisata tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori wahab dan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat serta beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa perencanaan pengembangan daerah berpengaruh positif terhadap wisatawan terlebih dalam pemulihan ekonomi. Hal ini ditunjukkan bahwa para wisatawan menyukai tata letak

---

<sup>177</sup> Marcella Hidayat, Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat), *Tourism And Hospitality Essentials (The) Journal*. Vol. I, No. 1, 2011. Diakses Di <https://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/view/1879> Pada Tanggal 03 Januari 2021 Pukul 20.17

perencanaan pengembangan daerah sektor pariwisata kabupaten tulungagung.

## **B. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung. Hasil penelitian ini didapatkan atau diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang telah disebarakan kepada beberapa responden atau pengunjung, warga sekitar tempat wisata dan staff pengelola di tiga tempat wisata. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam poin sebelumnya atau bab empat mengenai hasil variabel Daya Tarik yang telah di uji. Dari beberapa uji yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Daya Tarik berpengaruh secara signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung. Hasil signifikan tersebut juga diperkuat dengan beberapa teori, penelitian terdahulu dan beberapa wawancara yang dilakukan peneliti kepada responden.

Dalam kegiatan daya tarik menurut undang-undang nomor 10 tahun 2009 menjelaskan bahwa daya tarik pada sebuah tempat wisata adalah segala bentuk tempat yang memiliki berbagai macam keunikan nilai serta keindahan yang beraneka ragam serta mempunyai berbagai macam kekayaan dan keanekaragaman seperti budaya dan beberapa hasil

buatan manusia yang mampu memikat orang lain sehingga menjadi objek tujuan atau sasaran untuk menjadi tempat wisata atau kunjungan tempat wisata. Daya tarik wisata merupakan suatu tempat yang menarik yang menjadi tempat kunjungan wisatawan. Sehingga dari sini dapat kita simpulkan jika daya tarik merupakan faktor terpenting dalam menarik perhatian wisatawan atau pengunjung untuk datang berlibur ke tempat wisata tersebut. Indikator daya tarik di bagi menjadi berikut<sup>178</sup> : (1) Atraksi (attraction),(2) Accessibility, (3) Amenities, (4) Ancillary service.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan teori Yoeti menjelaskan jika Daya tarik wisata merupakan suatu tempat yang menarik yang menjadi tempat kunjungan wisatawan. Tempat tersebut mempunyai sumber daya, baik alamiah maupun buatan, seperti halnya contoh keindahan alam, pegunungan, pantai, flora dan fauna, bangunan kuno bersejarah, monumen-monumen, candi, tarian, atraksi, dan khas kebudayaan lainnya.<sup>179</sup> Berdirinya sebuah object tempat wisata selalu menjadi daya tarik dalam masing masing wilayah. Baik itu secara langsung maupun tak langsung sudah mampu memberikan rasa penasaran dalam berkunjung ke tempat wisata tersebut. Sehingga hal tersebut mampu memberikan kontribusi berupa profit yang mampu meningkatkan penghasil sebuah obejk tempat wisata. Bahkan keadaan saat ini covid-19 belum mereda, daya tarik sangat di perlukan untuk

---

<sup>178</sup> I Ketut Suwena, Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, (Denpasar : Pustaka Larasam, 2017) Hal 101

<sup>179</sup> Yoeti, Oka A, Pemasaran Pariwisata, (Bandung: Angkasa, 2008), Hal.55

mempertahankan eksistensi tempat wisata tersebut agar tetap selalu menjadi daya tarik konsumen atau wisatawan. Sehingga mampu memulihkan perekonomian khususnya sektor pariwisata yang dulu awalnya terkena lockdown tidak bisa beroperasi selama beberapa pekan kini sudah bisa kembali aktif beroperasi dengan gencar gencarnya menggunakan promosi untuk memikat daya tarik agar banyak wisatawan tertarik untuk datang ke tempat wisata tersebut.

Dari penelitian terdahulu Furaji<sup>180</sup> menjelaskan tujuan bahwa daya tarik mampu menarik wisatawan untuk berkunjung kembali. bahkan mampu memberikan impact positive yang berjangka kepanjangan. bahwa daya tarik yang baik dapat memicu wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata dan menjadikan tempat destinasi wisata tersebut lebih banyak di kunjungi konsumen atau pengunjung. Sehingga dari penjelasan penelitian terdahulu dapat di ambil kesimpulan bahwa daya tarik mampu memberikan dampak yang positif sehingga wisatawan akan tertarik dalam mengunjungi objek wisata tersebut guna untuk memulihkan ekonomi sektor wisata akibat dari lockdown berkepanjangan dari covid-19.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Yoeti dan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Furaji serta beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh positif

---

<sup>180</sup> Fatimah Furaji Dkk, Study On The Influence Of Advertising Attractiveness On The Purcase Decisions Of Women And Men, Journal Of International University Of Basrah Iraq; Vol. 6, No.2, 2013, Di Akses Di <https://www.researchgate.net/publication/264788312> Pada Tanggal 03 Januari 2021

terhadap wisatawan terlebih dalam pemulihan ekonomi. Hal ini ditunjukkan bahwa para wisatawan akan tertarik dalam mengunjungi sektor pariwisata serta mampu memberikan profit pada tempat wisata tersebut dalam proses pemulihan ekonomi sektor wisata di kabupaten tulungagung.

### **C. Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Syariah berpengaruh signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung. Hasil penelitian ini didapatkan atau diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner yang telah disebarakan kepada beberapa responden atau pengunjung, warga sekitar tempat wisata dan staff pengelola di tiga tempat wisata. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam poin sebelumnya atau bab empat mengenai hasil variabel Strategi Pemasaran Syariah yang telah di uji. Dari beberapa uji yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung. Hasil signifikan tersebut juga diperkuat dengan beberapa teori, penelitian terdahulu dan beberapa wawancara yang dilakukan peneliti kepada responden.



Strategi merupakan suatu susunan atau perencanaan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi suatu usaha dalam jangka waktu tertentu. Bahkan strategi pemasaran sendiri menjadi titik balik maju tidaknya sebuah usaha dalam berbagai sektor. Mengingat sekarang negeri ini dalam keadaan yang tidak sehat sehingga banyak sekali problem problem yang dialami masyarakat. khususnya sektor perokonomian menjadi faktor terpenting dalam kelangsungan bertahan hidup masyarakat. banyak strategi atau rencana rencana dalam mensukseskan usaha masing masing tanpa melihat kaidah islam. jadi bisa kita simpulkan jika strategi pemasaran syariah merupakan paduan kinerja wirausaha dengan hasil pengujian dan penelitian pasar sebelumnya dalam mengembangkan keberhasilan strategi pemasaran dalam basis syariah. Dalam startegi pemasaran syariah terdapat beberapa indikator yang manunjang, diantaranya sebagai berikut <sup>181</sup> : (1)Segmenting, (2)Targetting, (3) Positioning.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan teori Kottler menjelaskan Strategi pemasaran merupakan suatu proses antara satu individu dengan individu atau kelompok lain yang bersifat sosial dengan harapan terjalin hubungan baik dan mampu memenuhi hasrat yang di inginkan dengan melakukan aktivitas penawaran, penciptaan, pertukaran secara bebas. <sup>182</sup> Dan jika kita melihat dari kajian syariah pemasaran

---

<sup>181</sup> Thorik Gunara Dan Utus Hardiono Sudiby, Marketing Muhammad: Strategi Andalan Dan Jitu Praktis Bisnis Nabi Muhammad Saw (Bandung: Madania Prima,2013), Hal 11-23.

<sup>182</sup> Phillip Kottler, Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol, (Jakarta : Prehallindo, 2002 ), Hal.45

syariah sendiri abdullah menjelaskan jika strategi pemasaran syariah merupakan proses Penyerahan kuasa yang bisa disamakan dengan kegiatan perusahaan dengan menyerahkan kegiatan pemasarannya untuk para pemasar atau menyerahkan kegiatan pemasarannya kepada kantor perwakilan pemasarannya. Secara syar'i dalil-dalil tentang pemasaran dan seluruh ruang lingkup yang ada di dalamnya dapat ditemukan dalam dalil-dalil syar'i tentang wakalah.<sup>183</sup> Dari ke dua teori di atas bisa kita simpulkan jika strategi pemasaran syariah adalah sebuah upaya yang paling tepat menjalankan dan mengembangkan sebuah usaha bisnis khususnya sektor pariwisata. Karena jika strategi pemasaran yang salah sedikit saja akan merugikan baik itu diri sendiri maupun orang lain di sekitar kita.

Dari penelitian terdahulu kemala<sup>184</sup> menjelaskan tujuan bahwa strategi pemasaran syariah sangat berpengaruh terhadap pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Hal ini bisa di lihat dalam tingkat perkembangan masyarakat yang ada, sehingga segala bentuk komponen yang pada sekitar sektor wisata harus di maksimalkan. Tidak boleh hanya di lihat sebelah mata, bahkan untuk masyarakat sekitar yang tinggal di kawasan sektor wisata jika menggunakan strategi pemasaran syariah yang pasti akan di maksimalkan karena mengedepan unsur dalam berbagai bentuk sudut pandang kaca mata islam. Di tambah strategi

---

<sup>183</sup> Abdullah Amrin, Strategi Pemasaran Asuransi Syariah (Jakarta: Grasindo, 2007), Hal 44

<sup>184</sup> Sinta Kemala Asih, Marketing Strategy Implementation In Developing Sharia Tourism In Indonesia, International Proceedings Of Management And Economy, Ipedr Vol. 84, Iacsit Press, Singapore, 2015, Di Akses Di [Http://www.Ipedr.Com/Vol84/016-S018](http://www.ipedr.com/Vol84/016-S018) Pada Tanggal 29 November 2020

pemasaran syariah merupakan salah satu alternatif dalam mengembangkan industri sektor pariwisata. dengan di gadang gadangnya program strategy pemasaran syariah dari pemerintah, Banyak sekali pihak yang mendukung secara penuh dengan akan di adakannya strategy pemasaran syariah sebagai acuan utama dalam mengembangkan usaha di berbagai sektor di negeri ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Yoeti dan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh kemala serta beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah berpengaruh positif terhadap wisatawan terlebih dalam pemulihan ekonomi sektor pariwisata. Hal ini ditunjukkan dengan strategi pemasaran di 3 tempat yang di teliti oleh peneliti tetap bisa bertahan dan masih banyak di kunjungi oleh wisatawan. Dari situ bisa kita ambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran syariah pada 3 tempat sektor pariwisata mampu memberikan profit pada tempat wisata tersebut dalam proses pemulihan ekonomi sektor wisata di kabupaten tulungagung.

#### **D. Strategi Pemasaran Syariah Memoderisasi Hubungan Antara Daya Tarik Terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung**

Hasil penelitian bahwa variabel Daya Tarik dengan Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi sektor pariwisata di kabupaten tulungagung. Hasil variabel Daya Tarik, melalui

Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi. Kesimpulan bahwa menolak H0 dan menerima H1 yang berarti variabel Daya Tarik, melalui Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi.

Hasil kuesioner deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin di tiga sektor pariwisata kabupaten tulungagung diketahui bahwa dari seluruh responden, sebagian besar berjenis kelamin perempuan. Hasil menunjukkan bahwa jenis kelamin yang didominasi oleh perempuan, karena dalam tempat wisata tersebut hampir semua yang ingin berlibur di dominasi oleh keinginan perempuan dan kehadiran wisatawan yang mendominasi ini menjadi solusi alternatif dalam memulihkan perekonomian sektor pariwisata.

Dalam kegiatan daya tarik menurut undang-undang nomor 10 tahun 2009 menjelaskan bahwa daya tarik pada sebuah tempat wisata adalah segala bentuk tempat yang memiliki berbagai macam keunikan nilai serta keindahan yang beraneka ragam serta mempunyai berbagai macam kekayaan dan keanekaragaman seperti budaya dan beberapa hasil buatan manusia yang mampu memikat orang lain sehingga menjadi objek tujuan atau sasaran untuk menjadi tempat wisata atau kunjungan tempat wisata. Daya tarik wisata merupakan suatu tempat yang menarik yang menjadi tempat kunjungan wisatawan. Sehingga dari sini dapat kita

simpulkan jika daya tarik merupakan faktor terpenting dalam menarik perhatian wisatawan atau pengunjung untuk datang berlibur ke tempat wisata tersebut. Indikator daya tarik di bagi menjadi berikut<sup>185</sup> : (1) Atraksi (attraction),(2) Accessibility, (3) Amenities, (4) Ancillary service.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan teori Yoeti menjelaskan jika Daya tarik wisata merupakan suatu tempat yang menarik yang menjadi tempat kunjungan wisatawan. Tempat tersebut mempunyai sumber daya, baik alamiah maupun buatan, seperti halnya contoh keindahan alam, pegunungan, pantai, flora dan fauna, bangunan kuno bersejarah, monumen-monumen, candi, tarian, atraksi, dan khas kebudayaan lainnya.<sup>186</sup> Berdirinya sebuah object tempat wisata selalu menjadi daya tarik dalam masing masing wilayah. Baik itu secara langsung maupun tak langsung sudah mampu memberikan rasa penasaran dalam berkunjung ke tempat wisata tersebut. Sehingga hal tersebut mampu memberikan kontribusi berupa profit yang mampu meningkatkan penghasil sebuah obojkt tempat wisata. Bahkan keadaan saat ini covid-19 belum mereda, daya tarik sangat di perlukan untuk mempertahankan eksistensi tempat wisata tersebut agar tetap selalu menjadi daya tarik konsumen arau wisatawan. Sehingga mampu memulihkan perekonomian khususnya sktor pariwisata yang dulu awalnya terkena lockdown tidak bisa beroperasi selama beberapa pekan

---

<sup>185</sup> I Ketut Suwena, Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, (Denpasar : Pustaka Larasam, 2017) Hal 101

<sup>186</sup> Yoeti, Oka A, Pemasaran Pariwisata, (Bandung: Angkasa, 2008), Hal.55

kini sudah bisa kembali aktif beroperasi dengan gencar gencarnya menggunakan promosi untuk memikat daya tarik agar banyak wisatawan tertarik untuk datang ke tempat wisata tersebut.

Dari penelitian terdahulu Furaji<sup>187</sup> menjelaskan tujuan bahwa daya tarik mampu menarik wisatawan untuk berkunjung kembali. bahkan mampu memberikan impact positive yang berjangka kepanjangan. bahwa daya tarik yang baik dapat memicu wisatawa untuk mengunjungi tempat wisata dan menjadikan tempat destinasi wisata tersebut lebih banyak di kunjungi konsumen atau pengunjung. Sehingga dari penjelasan penelitian terdahulu dapat di ambil kesimpulan bahwa daya tarik mampu memberikan dampak yang positif sehingga wisatawan akan tertarik dalam mengunjungi objek wisata tersebut guna untuk memulihkan ekonomi sektor wisata akibat dari lockdown berkepanjangan dari covid-19.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Yoeti dan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Furaji serta beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukan bahwa variabel Daya Tarik dengan Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi. Hal ini ditunjukan bahwa para wisatawan akan tertarik dalam mengunjungi sektor pariwisata serta mampu memberikan profit melalui strategi

---

<sup>187</sup> Fatimah Furaji Dkk, Study On The Influence Of Advertising Attractiveness On The Purcuse Decisions Of Women And Men, Journal Of International University Of Basrah Iraq; Vol. 6, No.2, 2013, Di Akses Di <https://www.researchgate.net/publication/264788312> Pada Tanggal 03 Januari 2021

pemasaran syariah pada tempat wisata tersebut dalam proses pemulihan ekonomi sektor wisata di kabupaten tulungagung.

**E. Strategi Pemasaran Syariah Memoderisasi Perencanaan Pengembangan Daerah Terhadap Pemulihan Ekonomi Pandemi Covid-19 Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung**

Hasil penelitian bahwa variabel Perencanaan Pengembangan Daerah dengan Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi sektor pariwisata di kabupaten tulungagung. Hasil variabel Perencanaan Pengembangan Daerah, melalui Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi. Kesimpulan bahwa menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  yang berarti variabel Perencanaan Pengembangan Daerah, melalui Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi.

Dalam kegiatan Perencanaan pengembangan daerah baik itu fisik maupun nonfisik pastinya memerlukan suatu perencanaan. Perlunya suatu perencanaan pengembangan pada dasarnya Supaya apa yang dikerjakan sesuai dengan yang diharapkan jadi kita harus memikirkan beberapa hal poin penting agar perencanaan pengembangan daerah bisa berjalan dengan lancar, menanamkan rasa Pembinaan, Mempertebal rasa persatuan, mengurangi risiko, mengkoordinasi upaya-upaya, mengetahui tingkat tujuan yang dicapai dan mengetahui tingkat tujuan yang dicapai.

karena pada dasarnya jika dari segi perencanaan pengembangan daerah pada objek wisata tersebut bisa berkembang dengan baik maka secara otomatis akan menjadi solusi atau mempengaruhi pemulihan ekonomi dalam pandemi covid-19 ini. dengan demikian perencanaan pengembangan daerah Sektor Pariwisata Di Kabupaten Tulungagung merupakan faktor yang penting dalam menciptakan solusi dalam pemulihan ekonomi dan menciptakan suasana yang harmonis antara pengunjung yang hadir dengan adanya kehadiran objek wisata tersebut. Sehingga konsumen merasa nyaman dan memiliki keinginan berkunjung kembali yang mana akan menambah profit pada objek wisata dan menjadi solusi dalam pemulihan ekonomi pada sektor objek wisata tersebut. Perencanaan pengembangan daerah yang baik akan menciptakan rasa penasaran atau daya tarik untuk melihat lebih jelas seberapa menarik sebuah objek wisata tersebut. Indikator perencanaan pengembangan daerah di bagi menjadi berikut : (1)Kegiatan pariwisata menimbulkan dampak positif dan negatif, (2) Perencanaan pengembangan daerah pariwisata dalam pergeseran dan perubahan perubahan permintaan pasar wisatawan, (3)Perencanaan pengembangan daerah pariwisata dalam aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan alam, (4)Perencanaan pengembangan daerah pariwisata dalam multi sektor.<sup>188</sup>

---

<sup>188</sup> M. Ridwan, Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata, Edisi 1, (Yogyakarta: Deepublish,2019)



Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan teori wahab yang tertulis pada buku muhamad ridwan yang menjelaskan jika perencanaan pengembangan daerah terhadap pemulihan ekonomi bahwa perencanaan pengembangan daerah merupakan suatu hal yang sangat penting dan di perlukan sebagai bentuk mencapai keberhasilan dari berbagai pihak baik pengelola maupun pemerintah daerah yang bersangkutan untuk mencapai ke suksesan pada pembangunan pariwisata atau daerah sehingga mampu menaikkan taraf hidup melalui keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut. Dari bukti penjelasan teori yang di kemukakan di atas, peneliti mampu menarik kesimpulan bahwasanya dengan adanya perencanaan pengembangan daerah ini mampu memicu adanya hubungan positif antara pengelola dan pihak pemerintah daerah terkait perkembangan suatu tempat wisata. Hal ini mampu di buktikan dengan kerja sama pemerintah daerah dengan sektor pariwisata sehingga mampu menjadi penggerak perekonomian dan mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan devisa negara dan juga pendapatan asli daerah serta pendapatan masyarakat lokal. Maka dari itu perencanaan pengembangan daerah merupakan suatu hal yang sangat mempengaruhi pemulihan ekonomi yang di akibatkan oleh wabah covid-19.

Dari penelitian terdahulu Hidayat.<sup>189</sup> menjelaskan perencanaan pengembangan daerah sangat berpengaruh signifikan terhadap pemulihan

---

<sup>189</sup> Marcella Hidayat, Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat), *Tourism And Hospitality Essentials (The) Journal*. Vol. I, No. 1, 2011. Diakses Di <https://Ejournal.Upi.Edu/Index.Php/Thejournal/Article/View/1879> Pada Tanggal 03 Januari 2021 Pukul 20.17

ekonomi. Hal ini di karenakan perencanaan pengembangan daerah mampu memberikan efek positif dalam menarik pengunjung. Sehingga perencanaan pengembangan daerah yang baik dan maksimal mampu memberikan rasa daya tarik kepada wisatawan lokal dan wisatawan asing. Dari hasil penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa faktor yang terpenting dalam melakukan perencanaan pengembangan daerah yang baik dalam sektor pariwisata adalah mampu menarik wisatawan hadir mengunjungi obojk tempat wisata tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori wahab dan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat serta beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa variabel perencanaan pengembangan daerah dengan Strategi Pemasaran Syariah sebagai Variabel moderasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi. Hal ini ditunjukkan bahwa para wisatawan menyukai tata letak perencanaan pengembangan daerah di tambah dengan strategi pemasaran syariah yang tepat pada sektor pariwisata kabupaten tulungagung, membuat pengunjung penasaran dan berkunjung mendatangi ke tiga tempat sektor wisata di kabupaten tulungagung tersebut.