

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Objek wisata merupakan suatu kekayaan sumber daya yang dimiliki suatu tempat atau kawasan yang dapat memberikan keuntungan dan manfaat yang besar serta menjanjikan bagi kesejahteraan pemilik, pengelola maupun masyarakat sekitar objek wisata. Hal itu bisa terjadi apabila objek wisata dikelola dan dimanfaatkan dengan baik sehingga bisa menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata, dengan hal itu bisa menguntungkan dan meningkatkan penghasilan pihak terkait. Pengembangan kawasan maupun daerah wisata harus dilakukan dengan tepat dan terencana sehingga wisata ini bisa dimanfaatkan untuk menunjang perekonomian daerah melalui pemanfaatan sektor wisata ini.²

Strategi merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Strategi ini dirancang secara sistematis untuk merumuskan, menjalankan, dan mengevaluasi guna mencari nilai terbaik untuk mencapai tujuan yang telah dirancang sebelumnya.³ Strategi untuk obyek wisata ini harus terus menerus dilakukan hingga mengalami peningkatan dengan proses penentuan rencana yang berfokus pada tujuan

² Edi Suarto, "Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT", *Jurnal Spasial*, hal. 50

³ Fransiskuy Roy dan Vinsenco R. Serano, "Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bambu Mandira Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat", *Jurnal Ilmu Administrasi & Sosial*, Vol. 8, No. 2, 2019, hal. 88

jangka panjang. Dalam pembentukan strategi ini, pengelola tempat atau objek wisata harus menyusun sebuah perencanaan seperti apa konsep wisata tersebut akan dibangun hingga pengembangan apa saja yang akan dilakukan agar objek wisata bisa tetap diminati oleh wisatawan di tengah banyaknya persaingan objek wisata baru.

Sedangkan pengembangan merupakan suatu proses atau usaha yang telah direncanakan dan dilaksanakan untuk memperbaiki semua hal menjadi lebih baik lagi secara bertahap untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan maupun kemampuan untuk mengelola suatu usaha dimasa yang akan datang. Menindaklanjuti hal tersebut dampak positif pengembangan objek wisata dapat dilihat dari pembangunan sarana dan prasarana objek wisata yang menyerap banyak tenaga kerja dan menambah nilai ekonomi serta keuntungan baik bagi pengelola maupun masyarakat sekitarnya. Pengembangan objek wisata harus mempertimbangkan kepentingan nasional, regional, dan lokal mengingat perkembangan pariwisata akan menjadi sektor yang strategis dalam kerangka otonomi daerah.⁴ Pengembangan objek wisata ini dilakukan sebagai upaya untuk mendorong perubahan suatu kawasan wisata sehingga bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan manfaat yang lebih baik. Pengembangan objek wisata dilakukan untuk memanfaatkan sumber daya dan potensi wisata menjadi kegiatan yang dapat diandalkan

⁴ Evi Fitriana, "Strategi Pengembangan Taman Nasional Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi Di Kota Palangkaraya", *Jurnal Pendidikan Geografi: Kajian, Teori, dan Praktik dalam Bidang Pendidikan dan Ilmu Geografi Tahun 23*, Juni 2018, hal. 95

dalam hal ekonomi masyarakat sekitar daerah wisata, pembangunan dan pengembangan daerah, serta memperkenalkan alam dan juga budaya nasional.

Selain itu, perkembangan wisata juga menjadi salah satu hal yang mendorong wisatawan yang berkeinginan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata yang berharap dapat menyaksikan dan melihat keindahan alam maupun segala hal yang ada di dalamnya mulai dari atraksi yang ditampilkan dan disajikan untuk wisatawan, segala sarana prasarana yang dapat menunjang kebutuhan wisatawan, dan juga infrastruktur yang memadai dengan sentuhan inovasi terbaru yang dilakukan oleh pemilik atau pengelola obyek wisata sebagai upaya untuk mengikuti perkembangan zaman pada saat ini. Dalam hal ini suatu kawasan wisata harus mampu menghadirkan, menyajikan, serta membangun beberapa objek dan atraksi wisata sebagai daya tarik bagi wisatawan, sehingga wisatawan selalu berkeinginan untuk berkunjung ke kawasan wisata tersebut. Tidak hanya objek dan atraksi wisata yang menarik, tetapi juga produk-produk baru harus dikembangkan sesuai dengan perencanaan yang akan dilaksanakan. Atraksi wisata disini menjadi faktor yang sangat penting dalam pengembangan suatu daerah tujuan wisata, untuk menunjukkan produk yang dimiliki dan ditampilkan oleh objek wisata yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke lokasi objek wisata.⁵

Strategi pengembangan yang dilakukan untuk objek wisata ini sebagai upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas wisata sehingga

⁵ Vivi Hendrita, "Kebijakan Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tanah Datar", *Jurnal Agrifo*, Vol. 2 , No. 2, November 2017, hal. 77

senantiasa diminati oleh wisatawan dalam jangka panjang. Selain itu strategi pengembangan ini juga dilakukan agar objek wisata bisa menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan munculnya tempat wisata baru maupun tempat wisata yang sudah lama namun telah melakukan pengembangan terlebih dulu. Persaingan bisnis saat ini semakin ketat sehingga mengharuskan para pemilik usaha wajib memiliki keunggulan bersaing daripada pesaingnya, sehingga dibutuhkan strategi yang berbeda-beda sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dalam pembangunan suatu objek wisata diperlukan adanya perencanaan, pengelolaan dan pelayanan yang baik untuk mencapai tujuan pembangunan wisata daerah yang diinginkan, beberapa hal yang membuat menurunnya kunjungan wisatawan terhadap objek wisata antara lain disebabkan karena kurang menariknya atraksi wisata yang disediakan oleh pengelola sehingga penurunan jumlah pengunjung akan berdampak terhadap penghasilan atau keuntungan yang didapat oleh pengelola wisata. Sehingga dalam strategi pengembangan ini dilakukan untuk membentuk suatu rancangan dan perencanaan dalam mengembangkan wisata. Keunikan wisata yang dimiliki setiap daerah harus memiliki kemampuan serta keahlian untuk membentuk sasaran pemasaran yang ingin dicapai sesuai dengan tujuannya. Proses pengembangan suatu wisata yang tidak memiliki perencanaan yang matang dan pengelolaan yang baik pasti akan mengalami stagnasi bahkan kemunduran sehingga membuat wisatawan sudah tidak tertarik lagi mengunjungi objek wisata tersebut. Dengan adanya hal tersebut membuat

pengelola objek wisata harus selalu memikirkan strategi yang tepat dan memberikan inovasi terbaru sesuai dengan perkembangan jaman yang semakin modern dan ditambah dengan persaingan bisnis objek wisata yang semakin ketat baik dari tempat wisata yang masih baru maupun yang sudah lama.

Bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam Islam, bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).⁶

Bisnis syariah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis syariah seseorang

⁶ Choirul Huda, "MODEL PENGELOLAAN BISNIS SYARI'AH: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 24, No. 1, Mei 2016, Hal. 168

harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah SWT, dengan berserah diri kepada Allah dan menganggap kerja sebagai ibadah seseorang akan selalu ikhlas dalam bekerja inilah yang dimaksud dengan tauhid uluhiyah.⁷

Persaingan sendiri adalah kondisi yang harus mampu dihadapi oleh semua orang di masa saat dengan keadaan yang tak menentu dalam ketidakpastian. Persaingan ini dapat dihadapi dengan sudut pandang positif maupun negatif, tergantung bagaimana sikap dan mental pemikiran atau persepsi dalam menjelaskan dan menghadapi persaingan yang terjadi. Hampir semua hal pasti memiliki persaingan atau kompetisi, baik dalam hal persaingan seperti prestasi, usaha bisnis, dan proses pembelajaran.

Dalam kegiatan bisnis, persaingan adalah segala usaha yang dilakukan untuk memperoleh posisi yang lebih tinggi dan lebih baik dibandingkan pesaingnya. Persaingan bisnis antar objek wisata hingga kini terbilang sangat ketat, hal itu terlihat dari berbagai usaha pengembangan yang dilakukan dan diterapkan oleh para pengelola objek wisata dengan penambahan berbagai fasilitas, sarana prasarana, dan strategi lain yang dilakukan dengan harapan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu persaingan juga nampak ditandai dengan adanya objek wisata baru yang berkonsep serta memiliki berbagai fasilitas yang serupa. Persaingan bisnis diantara objek wisata ini dapat dipandang menjadi sesuatu yang positif dimana berbagai

⁷ Ariyadi, "Bisnis Dalam Islam", *Jurnal Hadratul Madaniyah*, Vol. 5, Issue 1, Juni 2018, Hal. 16

strategi dan pengembangan harus selalu dilakukan dan diterapkan oleh pemilik atau pengelola sehingga semakin banyak objek wisata yang selalu terawat dengan inovasi-inovasi terbaru serta pengelolaan yang tepat dengan harapan dapat meningkatkan jumlah penghasilan ataupun keuntungan yang dapat dirasakan berbagai pihak khususnya di sekitar kawasan wisata.

Selain persaingan antar objek wisata yang ketat, permasalahan lainnya yaitu menyangkut pandemi covid-19 belum kunjung usai dimana semua kegiatan masih menerapkan protokol kesehatan di berbagai tempat tidak terkecuali tempat wisata. Ketika saat itu kasus covid-19 sedang meningkat drastis sektor wisata mengalami dampak yang parah seperti pembatasan jumlah pengunjung, pembatasan jam buka, bahkan hingga penutupan tempat wisata karena pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah agar angka kasus covid-19 bisa menurun. Hal itu pastinya sangat berdampak bagi pemilik atau pengelola objek wisata dimana penurunan jumlah pengunjung dan keuntungan yang sangat signifikan bahkan hingga tidak ada pemasukan sama sekali. Sehingga membuat pemilik atau pengelola harus menyiapkan strategi khusus ketika objek wisata sudah bisa beroperasi sehingga pengunjung akan tetap tertarik mengunjungi objek wisata dengan berbagai kendala yang dihadapi mulai dari kasus covid-19 hingga persaingan bisnis antar objek wisata yang semakin ketat saat ini.

Kabupaten Tulungagung memiliki berbagai macam potensi wisata mulai dari objek wisata alam seperti pantai, gunung, bukit, air terjun, dan wisata alam lainnya, serta objek wisata buatan seperti taman wisata keluarga.

Nangkula Park merupakan objek wisata buatan berkonsep taman wisata yang berada di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung yang telah diresmikan dan dibuka untuk umum sejak bulan Juni tahun 2020. Objek wisata Nangkula Park ini dikelola oleh Bumdes Larasati Desa Kendalbulur dengan melihat pada potensi lapangan desa yang berada di tepi jalan utama desa menuju arah kota dan sangat strategis untuk dijadikan tempat wisata baru sehingga bisa menambah nilai pendapatan ekonomi baik bagi desa dan masyarakat setempat. Objek wisata Nangkula Park ini menyediakan berbagai fasilitas wisata keluarga kekinian yang bisa di nikmati dan dikunjungi oleh semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Wisata yang disajikan antara lain seperti wisata fotografi, wisata seni dan wisata kuliner. Objek wisata Nangkula Park ini menyediakan berbagai fasilitas seperti spot-spot foto yang menarik, lapangan *jogging track* untuk berolahraga, lukisan mural di tepi jalanan lapangan, taman bunga celosia yang indah dan asri, monumen keris yang menjadi ikon Nangkula Park, *gazebo* atau kursi-kursi untuk pengunjung menikmati suasana taman, wahana permainan anak, aula untuk pertemuan, rumah joglo, restoran yang menyediakan berbagai menu makanan ringan sampai makanan berat, fasilitas umum seperti tempat parkir, toilet, dan mushola, tempat sampah di setiap sudut taman, serta fasilitas-fasilitas lainnya yang membuat pengunjung nyaman menikmati suasana di Nangkula Park. Tidak lupa juga ketika malam hari Nangkula Park juga dihiasi dengan bermacam lampu yang menghiasi seluruh sudut yang ada,

seperti lampu kelap-kelip dan juga lampu lampion yang berbentuk bunga yang menambah suasana indah di Objek Wisata Nangkula Park.

Walaupun objek wisata Nangkula Park ini masih tergolong tempat wisata baru yang mana saat peresmian dan pembukaan saat itu angka kasus covid-19 sangat tinggi hingga berbagai aspek kehidupan mengalami penurunan. Namun dengan strategi yang dilakukan oleh pemilik dan pengelola objek wisata Nangkula Park telah banyak dikunjungi oleh berbagai wisatawan baik dari dalam kota maupun luar kota yang tentunya bisa menikmati suasana dan fasilitas yang ditawarkan dengan protokol kesehatan yang diterapkan sehingga membuat pengunjung aman dan nyaman. Nangkula Park disini terus melakukan pengembangan dan inovasi terbaru mulai dari fasilitas hingga kualitas pelayanan oleh pihak pengelola dan karyawannya. Hal ini dilakukan agar objek wisata Nangkula Park ini terus bisa eksis dalam jangka panjang serta senantiasa berkembang dalam persaingan bisnis yang saat ini semakin ketat dengan pandemi covid-19 yang belum kunjung usai.

Alasan peneliti memilih objek wisata Nangkula Park sebagai objek penelitian karena menurut pengamatan peneliti setelah objek wisata ini dibangun dan dibuka muncul objek wisata lain yang memiliki konsep menyerupai Nangkula Park, baik dari fasilitas yang ditawarkan, sarana prasarana, hingga pengambilan nama yang sedikit banyak hampir menyerupai. Sehingga dapat dikatakan persaingan bisnis antar objek wisata khususnya yang berkonsep taman wisata saat ini sangat pesat di tengah pandemi covid-19 yang belum usai sepenuhnya. Dalam hal ini pemilik atau pengelola objek

wisata Nangkula Park harus senantiasa melakukan pengembangan dalam menghadapi persaingan bisnis di masa pandemi covid-19 tentunya dengan perpektif bisnis syariah yang terkandung didalamnya. Dengan strategi yang berhasil diterapkan tersebut membuat objek wisata Nangkula Park ini bisa tetap berkembang dan beroperasi sebagai tempat wisata yang senantiasa diminati oleh pengunjung ditengah persaingan antar objek wisata pada masa pandemi covid-19 saat ini. Berdasarkan pemaparan tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian ini yaitu **“Strategi Pengembangan Bisnis Syariah dalam Menghadapi Persaingan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Objek Wisata Nangkula Park di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti memperoleh rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan di masa puncak pandemi covid-19 pada Objek Wisata Nangkula Park?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan bisnis pasca pandemi covid-19 pada Objek Wisata Nangkula Park ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan di atas, maka tujuan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan di masa puncak pandemi covid-19 pada Objek Wisata Nangkula Park
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan pasca pandemi covid-19 pada Objek Wisata Nangkula Park

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan menambah wawasan serta referensi baru mengenai ilmu pengetahuan ekonomi dan bisnis tentang strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan di masa pandemi covid-19.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Pengelola Objek Wisata Nangkula Park

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat mengenai strategi dan juga bahan pertimbangan atau evaluasi yang lebih baik lagi untuk pengembangan yang dilakukan pada objek wisata Nangkula

Park sehingga bisa menghadapi persaingan serta dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung khususnya di masa pandemi covid-19.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menambah dan memperluas wawasan serta referensi sebagai bahan penelitian lebih lanjut mengenai ilmu ekonomi dan bisnis islam khususnya strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan di masa pandemi covid-19.

c. Bagi Masyarakat

Dari penelitian ini diharapkan hasilnya bisa digunakan sebagai media pengetahuan bagi masyarakat untuk mengetahui manfaat tentang strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan di masa pandemi covid-19, dan juga sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi masyarakat mengenai strategi pengembangan objek wisata.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menambah informasi sebagai bahan rujukan serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema permasalahan yang serupa sehingga nantinya akan dapat melakukan penelitian lebih baik lagi.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian ini maka perlu adanya penegasan istilah sehingga tidak terjadi kesalahan penafsiran, lebih memudahkan pembaca dalam mengkaji isinya serta membatasi ruang lingkup peneliti, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Strategi Pengembangan

Secara umum, strategi adalah sebuah pendekatan yang dilakukan menyeluruh yang berhubungan dengan pelaksanaan ide maupun gagasan, perencanaan serta pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu.⁸ Pengembangan adalah suatu proses atau upaya yang telah direncanakan serta dilaksanakan dengan tujuan memperbaiki suatu hal yang dilakukan secara bertahap sehingga menjadi lebih baik dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan dalam menjalankan suatu usaha di masa yang akan datang.⁹ Strategi pengembangan merupakan rencana untuk melakukan tindakan yang membutuhkan keputusan manajemen

⁸ Alyas dan Muhammad Rakib, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros)", *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol. 19, No. 2, Juli 2017, hal. 115

⁹ *Ibid.*, hal. 115

puncak dalam pengembangan usaha suatu bisnis agar dapat direalisasikan sesuai dengan perencanaannya.¹⁰

b. Bisnis Syariah

Bisnis syariah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram).¹¹

c. Objek wisata

Objek wisata adalah potensi kekayaan sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat atau daerah yang dapat memberikan manfaat maupun keuntungan yang besar serta menjanjikan untuk kesejahteraan masyarakat dengan pengelolaan dan pemanfaatan yang baik sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung, dari hal tersebut dapat memperoleh suatu penghasilan.¹²

d. Persaingan Bisnis

Persaingan yaitu ketika individu atau organisasi yang berkompetisi atau berlomba guna mencapai tujuan yang diharapkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, maupun kebutuhan

¹⁰ Muhammad Afridhal, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen", *Jurnal S Pertanian*, Vol. 1, No. 3, 2017, hal. 224

¹¹ Ariyadi, "Bisnis Dalam...", hal. 16

¹² Fransiskuy Roy dan Vinsenco R. Serano, "Strategi Pengembangan...", hal. 84

sumber daya lainnya.¹³ Secara umum persaingan bisnis adalah perseteruan atau perlombaan diantara pelaku bisnis satu dengan lainnya yang berusaha memperoleh keuntungan konsumen dengan penawaran harga yang baik dengan barang maupun jasa yang berkualitas baik pula.¹⁴

e. Covid-19

Virus Corona atau yang biasa dikenal dengan Covid-19 adalah suatu virus yang menyerang sistem pernafasan yang membuat gangguan pada sistem pernafasan, pneumonia akut sampai kematian.¹⁵ Virus Corona ini membuat berbagai masalah timbul dari berbagai sektor mulai dari kesehatan, ekonomi, pendidikan, hingga pariwisata.

2. Definisi Operasional

Pada dasarnya strategi merupakan prinsip yang terkait dengan suatu penetapan pelaksanaan, penentuan tujuan, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana dan prasarana agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan pengembangan merupakan suatu proses atau usaha yang telah direncanakan dan dilaksanakan untuk memperbaiki semua hal menjadi lebih baik lagi secara bertahap untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan maupun kemampuan untuk mengelola suatu

¹³ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hal. 86

¹⁴ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007), hal. 27

¹⁵ Zainal Abidin, et. all., "Efektivitas Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19", *Research And Development Journal Of Education*, Vol. 1 No. 1, 2020, hal. 132

usaha dimasa yang akan datang. Dalam pengembangan kawasan wisata harus dilakukan perencanaan yang matang sehingga akan tercipta pengembangan objek wisata yang optimal dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Selain itu pengembangan bisnis syariah ini juga bertujuan untuk menghadapi persaingan di kawasan wisata yang semakin ketat ketika puncak pandemi covid-19 dan pasca pandemi covid-19. Dengan pemaparan tersebut maka penegasan istilah operasional yaitu strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan di masa pandemi covid-19 dalam studi kasus yang dilakukan di objek wisata Nangkula Park.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam sistematika penulisan skripsi model penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama yang saling berkaitan, yaitu:

- 1. Bagian awal**, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.
- 2. Bagian utama**, terdiri dari 6 bab dan masing-masing bab memiliki penjelasan masing-masing yang saling berhubungan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teori, meliputi: landasan teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual. Pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka dari buku atau sumber lain yang berisi teori dari para ahli dan teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Dalam penelitian kualitatif ini keberadaan teori baik yang dirujuk dari pustaka atau hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan hasil penelitian dari lapangan. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berawal dari data lapangan dan sumber-sumber teori sebagai penjelasan dan memiliki hasil akhir atas temuan teori baru yang dihasilkan peneliti setelah proses analisis serta menyimpulkan hasil penelitian.

Bab III Metode Penelitian, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, meliputi: paparan data, yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh melalui observasi atau pengamatan (apa yang terjadi di lapangan), dan atau hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan), serta deskripsi informasi lainnya seperti dokumen yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana tersebut di atas. Serta temuan penelitian, yang disajikan sesuai dengan fokus penelitian dan hasil analisis data merupakan kesimpulan dari temuan penelitian.

Bab V Pembahasan, memuat keterkaitan antara hasil temuan penelitian atau teori yang di temukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta penjelasan dari temuan teori dari lapangan yang mencakup strategi pengembangan bisnis syariah dalam menghadapi persaingan di masa puncak pandemi covid-19 dan pasca pandemi covid-19 studi kasus pada objek wisata Nangkula Park.

Bab VI Penutup, meliputi: kesimpulan, uraian yang dijelaskan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan pokok harus mencerminkan makna dari temuan sesuai dengan rumusan masalah yang diperoleh dari hasil pembahasan. saran, yang ditujukan peneliti kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap objek penelitian.

- 3. Bagian akhir,** terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.