

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Stratejik berasal dari kata dalam bahasa Inggris “*strategic*”. Apa artinya?

Akar kata dari *strategic* adalah “*strategi*” yang mempunyai beberapa “*enteries*”, di antaranya adalah “seni dan ilmu untuk merencanakan dan pengarahannya dari operasi militer dalam skala besar.”<sup>4</sup>

Strategi yaitu sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya.<sup>5</sup>

Strategi adalah kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan araf suatu organisasi perusahaan.<sup>6</sup> Sedangkan menurut Drucker Strategi adalah mengerjakan sesuatu yang benar (*doing the right things*). Sejalan dengan pendapat Clausewitz bahwa “strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang.” Skinner “Strategi merupakan filosofi yang berkaitan dengan alat untuk mencapai tujuan.” Hayes dan weel wright “Strategi mengandung arti semua kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan, termasuk di dalamnya pengalokasian semua sumber-daya yang dimiliki perusahaan.” Pendapat lain yaitu Hill “Strategi merupakan suatu cara yang menekankan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan manufaktur dan pemasaran.” Semuanya bertujuan untuk mengembangkan produktivitas perusahaan. Sejalan dengan pengertian di atas, dari sudut etimologis (asal kata), berarti penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan teknik utama yang dirancang secara sistematis

<sup>4</sup>Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Stratejik dan Pengambilan Keputusan Korporasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) hlm 3.

<sup>5</sup>Mudrajad Kuncoro, Ph.D. *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005) hlm 12.

<sup>6</sup>Prof. Dr. Akdon, M.Pd. *Strategi Manajemen For Educational management*, (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm 4-5.

dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategi organisasi. Rancangan yang bersifat sistematis itu, di lingkungan sebuah organisasi disebut “perencanaan strategik.” Dalam perjalanan sejarahnya di lingkungan organisasi *profil* dan *non profil* pengertian dari strategi ternyata telah semakin berkembang.

Webster’s New Dictionary bahwa strategi didefinisikan sebagai *the science of planning and directing military operation*. Akan tetapi tinjauan tentang konsep strategi ini ternyata tidak dapat dari satu sisi. Selanjutnya Chandler mengemukakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.<sup>7</sup> Hal senada, dikemukakan oleh Learnedetal bahwa strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada. Strategi dapat dipandang sebagai suatu alat yang dapat menentukan langkah organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Jauch dan Glueck mengemukakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Sejalan dengan pendapat tersebut Vancil mengemukakan bahwa:<sup>8</sup>

Strategi sebuah organisasi, atau subunit sebuah organisasi lebih besar yaitu sebuah konseptualisasi yang dinyatakan atau yang diimplikasi oleh pemimpin organisasi yang bersangkutan, berupa:

- 1) Sasaran-sasaran jangka panjang atau tujuan-tujuan organisasi tersebut.
- 2) Kendala-kendala luas dan kebijakan-kebijakan, yang ditetapkan sendiri oleh sang pemimpin, atau yang diterimanya dari pihak atasannya, yang membatasi skope aktivitas-aktivitas organisasi yang bersangkutan.

<sup>7</sup>Prof. Dr. Akdon, M.Pd, *Strategi Manajemen For Educational management*, hlm 12-16.

<sup>8</sup>Prof. Dr. Akdon, M.Pd, *Strategi Manajemen For Educational management*, hlm 16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Kelompok rencana-rencana dan tujuan-tujuan jangka pendek yang telah ditetapkan dengan ekspektasi akan diberikannya sumbangsih mereka dalam hal mencapai sasaran-sasaran organisasi tersebut.

Implikasi dari eksistensi strategi tersebut maka strategi dapat dikatakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan akhir (sasaran), akan tetapi strategi sendiri bukan sekedar suatu rencana. Strategi harus bersifat menyeluruh dan terpadu. Strategi dimulai dengan konsep penggunaan sumber daya organisasi secara paling efektif dalam lingkungan yang berubah-ubah. Strategi harus dilaksanakan secara efektif, sehingga rencana strategi harus dipadukan dengan masalah operasional. Dengan kata lain, kemungkinan berhasil diperbesar oleh kombinasi perencanaan strategi yang baik dengan pelaksanaan strategi yang baik pula.

Menurut Carter V. Good. Kebijakan adalah sebuah pertimbangan yang didasarkan atas suatu nilai dan beberapa penilaian terhadap faktor-faktor yang bersifat situasional, untuk mengoperasikan perencanaan yang bersifat umum dan memberikan bimbingan dalam pengambil keputusan demi tercapainya tujuan.

Berdasarkan pendekatannya Hil dan Jones meninjau strategi dari dua sisi yaitu:

- 1) Pendekatan Tradisional (*The Traditional Approach*)

Berdasarkan pendekatan ini strategi dipandang sebagai pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama organisasi, kebijakan-kebijakan dan tahapan tindakan-tindakan yang mengarah pada keseluruhan yang bersifat kohesif atau saling terkait.

- 2) Pendekatan Baru (*The Modern Approach*)

Pendekatan baru ini antara lain dikemukakan oleh Mintzberg bahwa strategi merupakan pola di dalam arus keputusan atau tindakan. Lebih jauh Mintzberg menekankan bahwa strategi melibatkan lebih dari sekedar perencanaan seperangkat tindakan. Strategi juga ternyata melibatkan kesadaran bahwa strategi yang bergasil justru muncul dari dalam organisasi. Dalam praktiknya, strategi pada kebanyakan

organisasi merupakan kombinasi dari apa yang direncanakan dan apa yang terjadi.<sup>9</sup>

Berdasarkan tujuan beberapa konsep tentang strategi di atas, maka strategi organisasi dapat didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Alat bagi organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya
- 2) Seperangkat perencanaan yang dirumuskan oleh organisasi sebagai hasil pengkajian yang mendalam terhadap kondisi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal.
- 3) Pola arus dinamis yang diterapkan sejalan dengan keputusan dan tindakan yang dipilih oleh organisasi.

Porter mengkaitkan strategi dengan upaya organisasi untuk mencapai keunggulan bersaing, bahkan dikatakan bahwa strategi adalah alat penting dalam rangka mencapai keunggulan bersaing. Hal tersebut sejalan dengan tujuan strategi yaitu untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak pesaing. Implikasi dari kajian tersebut adalah bahwa organisasi dikatakan masih meraih suatu keunggulan apabila ia dapat memanfaatkan peluang-peluang dari lingkungannya, yang memungkinkan organisasi untuk menarik keuntungan-keuntungan dari bidang-bidang yang menjadi kekuatannya.<sup>10</sup>

Perencanaan Strategi (strategi planning) adalah proses mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategis antara tujuan dan kemampuan perusahaan serta peluang pemasaran yang sedang berubah. Perencanaan strategi juga merupakan proses yang dilakukan suatu organisasi untuk menentukan strategi atau arahan, serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi ini.

<sup>9</sup>Prof. Dr. Akdon, M.Pd, *Strategi Manajemen For Educational management*, hlm 18

<sup>10</sup>Hendra Riofita, MM, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru: cv. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015) hlm 55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan demikian, perencanaan strategi adalah proses perusahaan dalam menentukan strategi dan pengambilan keputusan yang menyesuaikan antara tujuan dan kemampuan perusahaan dengan peluang pemasaran yang ada.<sup>11</sup>

Langkah-langkah untuk menyusun strategi:

- 1) Menentukan tujuan
- 2) Mengembangkan premis
- 3) Menentukan alternatif-alternatif tindakan dan mengevaluasi alternatif tersebut
- 4) Menerapkan rencana dan mengevaluasi hasilnya.<sup>12</sup>

Langkah-langkah strategis dalam menjalankan perusahaan adalah:

- 1) Mendefinisikan visi dan misi perusahaan
- 2) Menentukan tujuan dan sasaran perusahaan
- 3) Merancang Portofolio Bisnis
- 4) Merencanakan strategi fungsional

Tindakan atau Pelaksanaan Menurut Van Meter Van Horn suatu individu, pejabat, instansi pemerintah, atau kelompok swasta yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah digariskan dalam keputusan tertentu. Badan-badan ini melaksanakan tugas-tugas pemerintahan yang berdampak pada masyarakat.

Perencanaan strategi adalah proses memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Untuk memahami dengan jelas sifat rencana strategi yang dipergunakan banyak organisasi sekarang ini, terhadap tiga asumsi tentang hal tersebut.

- 1) Perencanaan strategi dibuat dengan sengaja. Apabila organisasi membuat rencana strategis, mereka membuat keputusan dengan sadar untuk mengubah aspek fundamental dari dirinya sendiri. Perubahan perubahan ini cenderung bersifat radikal. Hal ini karena terinspirasi oleh

<sup>11</sup>Hendra Riofita, MM, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru: cv. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015) hlm 56.

<sup>12</sup>Hindun, S. Ag, M.Pd.I. *Jurnal Perencanaan Strategi dan Perilaku Manajerial Lembaga-lembaga Pendidikan*, hlm 118.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa faktor, seperti adanya pesaing baru, teknologi baru, dan sebagainya.

- 2) Perencanaan strategi terjadi ketika sasaran sekarang ini tidak lagi dapat dipenuhi. Untuk sebagian besar, ketika strategi perusahaan sekarang ini memberikan hasil yang diinginkan, perubahan tidak mungkin terjadi. Akan tetapi, ketika menjadi jelas bahwa sasaran tidak lagi dapat dipenuhi, perlu diformulasikan strategi baru.
- 3) Sasaran organisasional baru melakukan rencana strategi baru. Apabila perusahaan mengambil langkah

**b. Unsur-unsur Strategi dalam bisnis**

1. Naluri

Dalam menyusun suatu perencanaan strategi, diperlukan ketajaman otak (kecerdasan) dan perasaan yang disebut naluri.<sup>13</sup> Biasanya ketajaman naluri seorang pelaku bisnis diasah oleh pengalaman kerjanya. Semakin berpengalaman, umumnya nalurinya semakin tajam. Kecerdasan otak digunakan untuk menganalisis data dalam bentuk angka (kuantitatif), sedangkan naluri lebih diperlukan untuk mengelolah data yang bersifat non-angka (kualitatif). Faktor-faktor kualitatif, seperti perubahan selera konsumen, persaingan usaha, peraturan pemerintah, isu lingkungan hidup, dan lain-lain. Dalam rangka membuat perencanaan strategi, kedua informasi (kuantitatif-kualitatif) bersinergi.

2. Kerangka segitiga strategi

Secara umum, terdapat tiga variabel kunci (*key variabel*) dalam menyusun kerangka kerja strategi suatu perusahaan (*corporate strategi*) atau organisasi publik, yaitu sumber daya yang dimiliki, bisnis (industri) yang akan diterjuni dan membuat struktur

<sup>13</sup>Suyadi Prawirosentono, *Manajemen Stratejik dan Pengambilan Keputusan Korporasi*, hlm 16-25.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi. Ketiga kunci unsur tersebut berdasarkan visi dan misi yang dibuat sebagai dasar untuk mencapai tujuan.

- 1) Sumber daya (*resources*)
  - 2) Bisnis (*bisnis*)
  - 3) Organisasi.
3. Keunggulan Perusahaan

Keunggulan perusahaan merupakan kekuatan atau kelebihan yang dimiliki perusahaan, seperti biaya modal (*cost of capital*) yang rendah, desain produk yang menarik konsumen, fitur-fitur, fungsi dari produk yang dijual, dan lain-lain. Keunggulan perusahaan tercipta dari dalam perusahaan tersebut bahkan dari unit kerja yang ada.

4. Roda Stratejik (*strategic wheel*)

Segitiga stratejik dapat diperinci dalam bentuk lingkaran yang disebut roda stratejik. Semua aspek yang terdapat dalam roda stratejik dioperasikan oleh unit kegiatan yang terdapat dalam organisasi, yaitu unit produksi, unit keuangan, unit sumber daya manusia, dan unit pemasaran. Semua unit harus beroperasi secara saling mendukung secara stratejik.

Sedangkan Strategi menurut penulis sendiri adalah mengatur atau merancang suatu planning yang akan mengarah kepada apa yang telah disusun jauh sebelumnya sehingga bisa terlaksana dengan sesuai keinginan.

## 2. Pengembangan Wisata Halal

### a. Pengertian pengembangan

Pengembangan sendiri menurut United Nation adalah pengembangan suatu proses yang didesain untuk menciptakan kondisi ekonomi dan kemajuan sosial untuk komunitas yang berhubungan dengan partisipasi aktif dan untuk memenuhi kemungkinan kepercayaan atas inisiatif komunitas, komunitas sendiri ada dua, yaitu *rural community* dan *urban community*. Pengembangan adalah proses

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkatkan pilihan, dalam arti pilihan baru, diversifikasi, berpikir tentang isu secara berbeda dan mengantisipasi perubahan.<sup>14</sup>

### b. Pengertian Pengembangan Wisata

Pengertian pengembangan wisata adalah suatu perencanaan dan aktivitas pengembangan bidang-bidang lainnya, perencanaan dibidang wisata perlu dikerjakan setahap demi setahap menurut cara-cara yang sistematis. Hal ini khususnya penting untuk aktivitas yang kompleks seperti wisata, yang harus mencakup pertimbangan-pertimbangan mengenai banyak faktor, antara lain dibidang sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan hidup yang masing-masing mempunyai kaitan dengan sektor ekonomi.

Perencanaan pengembangan wisata harus diintegrasikan dengan perencanaan dan pengembangan secara keseluruhan, supaya perencanaan pengembangan wisata benar-benar efektif, sehingga keseimbangan pengembangan serta pembangunan dapat dicapai dan dipertahankan.

Perencanaan pengembangan wisata banyak dilakukan pertamanya untuk memperbaiki tingkat dan keadaan hidup penduduk disuatu daerah, dan juga untuk menciptakan lingkungan hidup yang lebih fungsional, menyenangkan, aman, menarik dan lebih indah untuk orang-orang yang tinggal disana, serta pendatang.<sup>15</sup>

### c. Wisata Halal

Defenisi wisata halal menurut Din Wisata halal didefinisikan sebagai aktivitas wisata yang dilakukan oleh muslim yang memang didorong oleh motivasi untuk melakukan aktivitas islam dan sesuai dengan prinsip syariah.<sup>16</sup>

<sup>14</sup>Lu'lu Nafisah, *Jurnal Pengembangan Masyarakat, CommunityDevelopment*( Santri untuk Negri: 2014/10/13) hlm 1.

<sup>15</sup>Muljadi A.j. *Kepariwisata Dan Perjalanan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009) hlm 67-68

<sup>16</sup>Arika Nurwilda Sugiarti, *Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim Domestik Dan Manca Negara Di Kota Bandung*, (Perpustakaan Upi.edu: 2015) hlm 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut UU No 9 tahun 1990 pasal 1; pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.<sup>17</sup>

Pengertian Ekonomi syariah merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang dilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi dalam kaca mata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi dalam etika dan moral.

Istilah pariwisata adalah (*tourism*) baru muncul di masyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya sesudah Revolusi Industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu aktifitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji.<sup>18</sup>

Atau, pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah.

Strategi yang menjadi pengembangan wisata halal oleh menteri pariwisata Ekonomi kreatif Indonesia, dimana wilayah-wilayah sasaran pengembangan wisata halal yang memiliki peluang besar adalah Aceh, Sumatera Barat, Riau, nilai-nilai keislamannya. Diyakini juga bahwa perkembangan wisata konsep halal akan mengalami perkembangan peningkatan yang sangat cukup signifikan, dikarenakan

<sup>17</sup>Eri Besra. *Jurnal Akutansi Dan Bisnis, Vol 12 Nomor. 1*, (Univesitas Muhammdiah Sumatra Utara: 2012) hlm 78.

<sup>18</sup>Muljadi A.J. *Kepariwisata dan Perjalanan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009) hlm 7-8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

munculnya kesadaran masyarakat untuk kehalalan sebuah produk dan jasa.<sup>19</sup>

Wisata Halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma Syariat Islam sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru didalam industri pariwisata tentunya wisata halal memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai keIslaman yang disematkan didalam kegiatan pariwisata.<sup>20</sup>

Adapun Konsep dari Wisata Halah itu sendiri adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat Muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata Halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim didalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restaurant, hingga aktifitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman.

#### d. Fasilitas Wisata

Atraksi wisata menarik wisatawan untuk pergi dari tempat asalnya menuju tempat tujuan wisatanya. Fasilitas wisata merupakan pelengkap yang perlu disiapkan di tempat tujuan, menyertai kehadiran atraksi wisata. Pertumbuhan fasilitas wisata akan seiring dengan perkembangan atraksi wisata.<sup>21</sup> Kehadiran fasilitas wisata di tempat tujuan wisata, melengkapi atraksi wisata yang mempunyai daya tarik kepada wisatawan. Hal itu tentunya akan memberi kepuasan kepada wisatawan sesuai dengan tujuan perjalanannya. Adapun fasilitas-fasilitas wisata yang digunakan:

##### 1) Fasilitas Akomodasi

<sup>19</sup>Ade Ela Pratiwi, S. Par, *Jurnal Media Wisata*, Vol 14, Nomor 1,(Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta: 2016) hlm 347-348.

<sup>20</sup>Kurniawan Gilang Widagdyo, *The Jurnal of Tauhidinomics*, Vol 1, Nomor 1, (Universitas Sahit Jakarta: 2015) hlm 74.

<sup>21</sup>Nuriata, S. E, *Paket Wisata*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm 62.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akomodasi merupakan fasilitas wisata yang sangat penting dalam penyusunan program paket wisata. Faktor-faktor dalam fasilitas akomodasi berikut ini perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam penyusunan paket wisata:

- a. Bentuk akomodasi (Bintang atau non-bintang, block system, cottage, bungalow)
- b. Kapasitas kamar dan tingkat hunian
- c. Harga dan kondisi sarana akomodasi tersebut
- d. Fasilitas dan pelayanan yang mendukung

2) Fasilitas Restoran/ Makan Minum

Restoran merupakan fasilitas wisata yang sangat penting, karena restoran ini menyiapkan kebutuhan makan dan minum bagi wisatawan dalam perjalanan wisatanya.<sup>22</sup>

Restoran dapat berfungsi sebagai:

- a. Fasilitas yang menyiapkan kebutuhan makan dan minum bagi wisatawan. Wisatawan dalam perjalanan wisatanya akan membutuhkan makan dan minum
- b. Atraksi wisata dari makanan dan minuman yang disajikannya

3) Fasilitas Transportasi

Transportasi merupakan fasilitas atau komponen yang sangat penting dalam berwisata. Mencari atau menentukan fasilitas transportasi bisa disebut *transportationplan (flight-plan)* atau mencari *seat stock*. Berikut ini faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam penggunaan fasilitas transportasi:

1. Moda transportasi yang dipilih termasuk kelompok dari setiap moda
2. Kondisi dan fasilitas yang ada:
  - a. Kapasitas tempat duduk
  - b. Pelayanan di darat (*Ground Service*)
  - c. Pelayanan diatas kendaraan (*On-board servise*)

<sup>22</sup>Nuriata, S. E, *Paket Wisata*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm 63.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Bentuk transportasi
- e. Kecepatan jelajah

4) Fasilitas pertunjukan

Pertunjukan yang disenangi wisatawan adalah pertunjukan-pertunjukan yang bersifat atau tradisional, tidak rumit (mudah dicerna) tetapi dilakukan atau dipertunjukkan dengan baik sekali. Pertunjukan kesenian dapat disajikan dalam bentuk: musik, tari, drama, sanjak, cerita, film, televisi, upacara, festival, pameran, pertemuan seni dan lain-lain.<sup>23</sup>

Faktor-faktor dalam fasilitas pertunjukan berikut ini juga akan turut mendukung keberhasilan paket wisata yang kita susun:

1. Fasilitas dan pelayanan serta kondisinya
  2. Bentuk pertunjukan, kegiatan dan acara / programnya, lama pertunjukan
  3. Harga / biaya
- 5) Fasilitas Tempat Belanja Wisatawan

Belanja merupakan kegiatan yang amat disenangi oleh wisatawan. Dalam penyusunan suatu paket wisata hendaknya dipertimbangkan pula hal-hal berikut ini:

1. Produk yang ditawarkan seharusnya mempertahankan keaslian proses produk lokal/ nasional/ internasional
2. Sistem pengembangan dan pengiriman
3. Lokasi, menyangkut:
  - a. Jarak dari atraksi wisata yang lain
  - b. Rute perjalanan
  - c. Harga, menyangkut kondisi dari harga tersebut, apakah harga mati atau dapat ditawar.<sup>24</sup>

<sup>23</sup>Nuriata, S. E, *Paket Wisata*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm 65.

<sup>24</sup>Nuriata, S. E, *Paket Wisata*, (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm 67.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saleh (1988) menarik kesimpulan tentang pariwisata dengan meninjau beberapa unsur kesamaan yang terdapat dalam kegiatan pariwisata, yaitu:<sup>25</sup>

- 1) Ada unsur gerak dari suatu tempat ke tempat lainnya.
- 2) Tinggal sementara waktu di tempat tujuan.
- 3) Walau motivasinya berbeda, ada unsur rekreasi didalamnya.
- 4) Pelakunya bertindak sebagai konsumen.

Dengan demikian Saleh lalu mendefinisikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

**e. Distinasi Wisata Sumatra Barat**

1) Kota Bukittinggi

Sebelum menjajajah Bukittinggi, sebaiknya datang ke Tourist Information Center yang berada di Kawasaan Jam Gadang. Sudirman, petugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bukittinggi akan memberikan informasi lengkap tentang destinasi menarik tentang seputar Bukittinggi dan Sumatra Barat.<sup>26</sup> Semua informasi yang berkaitan wisata alam, tempat menginap, kuliner khas, serta kerajinan juga budaya adat Minang dapat anda dapatkan di kantor itu. Di kantor itu bisa didapatkan juga aneka brosur dan peta wisata secara Cuma-Cuma. Selain berbahasa Inggris, Sudirman dapat berbahasa Belanda dan Prancis.

2) Kota Payakumbuh

Salah satu kota yang memiliki destinasi wisata yang termasuk indah di Sumatra Barat. Salah satu tempat wisata di Payakumbuh

<sup>25</sup>Eri Besra. *Jurnal Akutansi Dan Bisnis, Vol 12 Nomor. 1*, (Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara: 2012) hlm 80.

<sup>26</sup>Gagas Ulung, *Charming Sumatra Barat*, (Jakarta: PT. Grenmedia, 2015) hlm 80

adalah Lembah Harau. Tanjung pati, Kecamatan Harau, Kabupaten 50 Kota, 138 Km dari Kota Padang. Lembah Harau berada tak jauh dari pasar tradisional sari lamak dan kantor bupati.<sup>27</sup> Memasuki kawasan ini, serasa dikepung oleh tebing-tebing tinggi mengelelingi lembah. Di dasar tebing, Lembah Harau terbagi 2 lokasi wisata yaitu Sarasah Bunta dan Aka Barayun. Di sarasah bunta terdapat lima air terjun, dan di Aka Barayun satu air terjun. Jadi itulah salah satu contoh dari yang sekian banyak Destinasi Wisata di Provinsi Sumatera Barat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>27</sup>Gagas Ulung, *Charming Sumatra Barat*, hlm 148.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Kajian Terdahulu

Untuk membandingkan dengan penelitian lain dan sekaligus untuk melihat posisi penelitian ini, maka perlu dilihat penelitian-penelitian lain yang pernah dilakukan. Adapun kesamaan penelitian skripsi ini dengan penelitian skripsi yang terdahulu. Beberapa judul penelitian yang hampir sama dengan penelitian ini yang diulakukan oleh:

- a. Rila Syahvaleni “*Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuatan Singingi Dalam Sosialisasi Pacu Jalur Menjadi Event Nasional*” Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Tahun 2016 dengan Hasil dari penelitian ini adalah. Pacu jalur menjadi Event Nasional. Adapun strategi tersebut terdiri dari: Komunikator, Pesan, Media, Komunikan dan Feedback.<sup>28</sup>
- b. Sudirman “ *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata pemuda dan Olahraga Dalam Upaya Mengembangkan Wisata Daerah Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi*”. Tahun 2015 Dalam hasil penelitiannya ini. Upaya mengembangkan pariwisata daerah yakni strategi promosi melalui iklan, personal selling, publikasi, pameran serta strategi event.<sup>29</sup>

Sedangkan penelitian yang penulis buat ini, membahas tentang bagaimana Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Pengembangan Wisata Halal.

<sup>28</sup>Rila Syahvaleni,( *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuatan Singingi Dalam Sosialisasi Pacu Jalur Menjadi Event Nasional*), 2016.

<sup>29</sup>Sudirman.(*Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata pemuda dan Olahraga Dalam Upaya Mengembangkan Wisata Daerah Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi*), 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### C. Kerangka Berpikir

