

Strategic Planning PT. Nuances of Alam Sakato in Managing Integrated Sharia Tourism in Nagari Sariak Sungai Puar Agam, West Sumatra

Perencanaan Strategi PT. Nuansa Alam Sakato Dalam Mengelola Wisata Syariah Terpadu Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat

Arief Budiman¹, Zulkifli², Derriawan³

^{1,2,3} Sekolah Pascasarjana, Universitas Pancasila, Jakarta²

Email: arf_sikumbang@yahoo.com

Abstract

This qualitative research aims to formulate an integrated sharia tourism strategy plan in the Sariak Sungai Puar village, West Sumatra, and to formulate business opportunities in the integrated sharia tourism by doing financial and economic calculations. The research results are expected to provide guidelines for strategic planning for sharia tourism, used to write scientific research. The results of the study are formulating the strategies obtained are market penetration strategies and product development strategies. Through the calculation of financial and economic analysis, for potential business prospects, IRR is 41% per year, NPV > 1, the percentage of profitability is 24.11%, and BEP occurs in the 2.9 years.

Keyword: Syariah Tourism, Nagari Sariak, Matrix I/E, SPACE, BCG, TOWS, QSPM

Abstrak

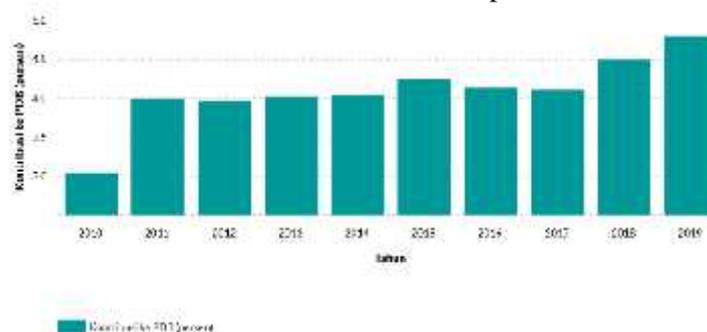
Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk merumuskan rencana strategi wisata syariah terpadu di desa Sariak Sungai Puar, Sumatera Barat, dan merumuskan peluang usaha wisata syariah terpadu dengan melakukan perhitungan finansial dan ekonomi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pedoman perencanaan strategis pariwisata syariah, digunakan untuk menulis penelitian ilmiah. Hasil penelitian adalah merumuskan strategi yang diperoleh yaitu strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk. Melalui perhitungan analisis keuangan dan ekonomi, untuk prospek usaha potensial, IRR 41% per tahun, NPV > 1, persentase profitabilitas 24,11%, dan BEP terjadi dalam 2,9 tahun.

Kata Kunci: Wisata Syariah, Nagari Sariak, Matriks I/E, SPACE, BCG, TOWS, QSPM

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi basis *web 2.0* membuka peluang baru dalam pelaku bisnis dalam konteks *e-commerce* (Saragih & Husain, 2012). Pariwisata menjadi salah satu bidang yang terpengaruh adanya perkembangan internet yang memiliki dampak pada perekonomian dan kegiatan pemasaran yang hingga menjadi penunjang ekonomi suatu negara. Peranan sektor pariwisata nasional semakin memiliki peran penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia. Kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada 2019 sebesar 4,80 persen. Nilai tersebut meningkat 0,30 poin dibandingkan tahun lalu. Peningkatan kontribusi pariwisata ke PDB didorong oleh meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara, dan investasi.

Gambar 1. Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PDB Periode 2010 – 2019



Sumber: Lokadata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf)

Sektor pariwisata mengalami perkembangan inovasi termasuk hadirnya tren wisata syariah yang semakin gencar dalam beberapa tahun ini. Indonesia sebagai negara mayoritas berpenduduk Islam menangkap peluang besar ini untuk lebih mengembangkan potensi di sektor wisata syariah (Iflah & Putri, 2019). Konsep wisata syariah ini mulai berkembang dikarenakan tuntutan gaya hidup seseorang yang gemar berwisata namun tetap menjaga aturan-aturan syariah seperti makanan dan minum halal, penginapan berkonsep syariah. Beberapa negara di dunia, terminologi wisata syariah menggunakan beberapa nama yang cukup beragam diantaranya *Islamic Tourism*, *Halal Friendly Tourism Destination*, *Halal Travel*, *Muslim-Friendly Travel Destinations*, *Halal Lifestyle*, dan lain-lain. Pariwisata syariah dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami (Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kementerian Kepariwisataan, 2015). Menurut Gilang (2015), wisata syariah sesungguhnya bukanlah wisata eksklusif yang hanya diperuntukkan untuk kelompok wisatawan tertentu. Sehingga wisatawan non muslim juga dapat menikmati keindahan, pelayanan, serta segala macam daya tarik wisata yang beretika syariah (Rimet, 2019).

Kementerian Pariwisata mengembangkan pariwisata syariah meliputi empat jenis komponen usaha pariwisata, yaitu perhotelan, restoran, biro atau jasa perjalanan wisata, dan spa. Kementerian Pariwisata mencatat bahwa terdapat 13 (tiga belas) provinsi yang dipersiapkan Indonesia untuk menjadi destinasi wisata syariah, yakni Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Bali dan termasuk juga Sumatera Barat (SINDONEWS.com, 2015). Pemanfaatan *electronic data processing systems* (EDPS), *management or accounting information systems* (M/AIS) dan banyak hal lainnya yang mencakup dalam *enterprise resource planning* (ERP) juga menjadi penting dari pengambilan keputusan manajemen (Husain, 2017). Data-data yang diolah menjadi sentral untuk mengukur salah satunya yaitu potensi perekonomian dan tren wilayah regional.

Perekonomian Sumatera Barat yang ditopang pada sektor pertanian, industri pengolahan dan perdagangan. Namun ke depan, sektor pariwisata akan menjadi salah satu sumber pertumbuhan ekonomi baru. Upaya Pemerintah Provinsi Sumbar untuk menggaet kunjungan wisatawan ke Ranah Minang secara perlahan mulai menampakkan hasil. Provinsi Sumatera Barat memiliki banyak tempat wisata menarik saat ini, jumlah destinasi wisata beberapa wilayah di Sumbar sangat menarik, seperti Bukittinggi, Payakumbuh, Pesisir Selatan, Padang. Arus wisatawan yang datang ke Sumatera Barat pada tahun 2019 mengalami peningkatan. Jumlah tamu yang datang dan menginap di hotel bintang (asing dan domestik) ke Sumatera Barat mencapai 1.255.094 orang. Sementara itu pada tahun 2018 hanya mencapai 1.182.694 orang. Terjadi peningkatan sebanyak 72.400 orang atau naik sekitar 6,12 persen (BPS Sumatera Barat, 2019).

Gambar 3. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Sumatera Barat Tahun 2016-2019



Sumber: BPS Prov. Sumbar dan Data Kabupaten/Kota

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara hampir selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Penurunan hanya terjadi pada kunjungan wisatawan *mancanegara* pada tahun 2018 yaitu sebesar -3.45%. Faktor terbesar yang mempengaruhi berkurangnya wisatawan mancanegara pada tahun 2018 tersebut adalah faktor bencana alam, karena pada tahun tersebut banyak terjadi bencana alam di Indonesia. Peluang pasar, kondisi persaingan, dan tren bisnis memiliki peluang untuk dikembangkan oleh para pelaku UKM ini penting dalam mengandalkan naluri bisnis selama menjalankan usaha. Tersedia banyak faktor yang menentukan suatu usaha dapat berhasil atau tidak. Diperlukan juga perhitungan yang komprehensif baik secara kualitatif maupun kuantitatif dari semua aspek yang terkait dengan bisnis yang akan dibuat (Sani, Rahman, Budiyantra, & Doharma, 2020). Pertumbuhan data yang dikumpulkan dan diarsipkan dengan basis komputer berkontribusi pada basis data yang memiliki kapasitas besar; hal ini membutuhkan suatu teknik atau metode untuk mengolah data tersebut menjadi informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis (Husain & Hidayati, 2021). Hal ini juga dapat dituangkan dalam pengelolaan *big data* pada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang tertuang dalam Renstra 2017-2021 yaitu, meningkatnya pertumbuhan ekonomi pada sektor pariwisata dengan indikator Jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Sektor Pariwisata.

Tabel 1. PAD Kab/ Kota Tahun 2017-2019

NO	KOTA/KAB	PAD (Rp)		% Kontribusi (2019)
		2018	2019	
1	KOTA PADANG	90,132,462,479	104,989,824,498	52.62%
2	KOTA BUKITTINGGI	37,771,424,853	27,987,336,542	14.03%
3	KOTA PAYAKUMBUH	3,772,956,618	27,475,536,042	13.77%
4	KABUPATEN KEPULAUAN MENTAWAI	9,238,000,000	7,894,700,000	3.96%
5	KABUPATEN PESISIR SELATAN	1,326,902,000	5,918,806,704	2.97%
6	KABUPATEN TANAH DATAR	9,108,075,472	5,807,977,500	2.91%
7	KABUPATEN PADANG PARIAMAN	4,277,899,763	4,055,262,942	2.03%
8	KABUPATEN AGAM	3,623,631,862	3,775,993,802	1.89%
9	KOTA PARIAMAN	1,997,572,205	2,183,118,172	1.09%
10	KOTA SOLOK	1,680,198,007	1,994,772,555	1.00%
11	KABUPATEN SIJUNJUNG	1,797,347,083	1,797,347,083	0.90%
12	KABUPATEN LIMA PULUH KOTA	1,632,365,000	1,726,130,000	0.87%
13	KABUPATEN SOLOK SELATAN	1,388,299,220	1,502,502,915	0.75%
14	KOTA SAWAHLUNTO	1,638,259,544	1,420,541,475	0.71%
15	KABUPATEN DHARMASRAYA	729,270,000	383,868,200	0.19%
16	KOTA PADANG PANJANG	452,141,000	271,771,000	0.14%
17	KABUPATEN SOLOK	237,900,000	253,214,000	0.13%
18	KABUPATEN PASAMAN BARAT	12,000,000	76,996,799	0.04%
19	KABUPATEN PASAMAN	4,550,000	20,550,000	0.01%
JUMLAH		170,821,255,106	199,536,250,229	100.00%

Sumber: BPS Prov. Sumbar dan Data Kabupaten/Kota

Jumlah PAD sektor Pariwisata Provinsi Sumbar meningkat sebesar 16.81% dari Rp170.821.255.106,00 pada tahun 2018 menjadi Rp199.536.250.229,00 pada tahun 2019. Dengan peningkatan PAD ini membuktikan bahwa sektor pariwisata telah mampu memberikan dampak positif terhadap *perekonomian* di Sumatera Barat (Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dispar Provinsi Sumbar 2019). Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PAD Sektor Pariwisata Provinsi Sumbar selain dari kontribusi dari kota Padang sebagai ibukota provinsi. Kota Bukittinggi merupakan salah satu kotamadya di provinsi Sumatera Barat, terletak pada rangkaian Pegunungan Bukit Barisan atau sekitar 90 km arah utara dari Kota Padang. Kota ini terbilang kecil dibanding kota atau kabupaten lain di sekelilingnya, namun memiliki potensi pariwisata yang sangat masif. Karena itu, kota Bukittinggi dicanangkan sebagai Kota Wisata. Sebagian penduduk Sumatera Barat hidup di daerah pedesaan, yaitu 50,4% yang tersebar di 1.159 desa atau nagari (BPS Provinsi

Sumatera Barat, 2018). Nagari terdiri dari beberapa jorong yang setingkat dengan desa) merupakan dasar atau sokoguru daripada pembangunan nasional. Oleh sebab itu, sudah seharusnya kita memberi perhatian yang besar dalam usaha pembangunan nagari. Banyak nagari yang memiliki potensi wisata, baik dari sisi sejarah, kuliner maupun adat istiadat setempat. Salah satu nagari yang berpotensi adalah nagari Sariak. Nagari Sariak secara geografis terletak dekat perbatasan dengan kota Bukittinggi yang merupakan Kota Wisata, namun secara administratif nagari Sariak termasuk wilayah Kecamatan Sungai Pua Kabupaten Agam. Tabel 1.3 di atas dalam sektor PAD sektor pariwisata Kabupaten Agam baru berkontribusi sebesar 1,89% terhadap PAD sektor pariwisata Provinsi Sumbar. Hal ini berarti masih banyak daerah yang belum mendapat perhatian sebagai daerah yang memiliki daya tarik wisata dan berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata syariah termasuk nagari Sariak.

Potensi parawisata nagari Sariak berupa tanah yang subur, alam yang indah, udara yang sejuk, serta letak geografis yang strategis sebagai jalan pintas/ alternatif menuju kota Bukittinggi dari kota Padang. Dengan demikian nagari Sariak berpotensi sebagai jalur wisata, sehingga sektor pariwisata akan menjadi salah satu sektor unggulan yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian Masyarakat Nagari Sariak. Untuk dapat mewujudkan nagari Sariak sebagai salah satu destinasi wisata syariah adalah perlunya dukungan dari masyarakat terhadap pengembangan kepariwisataan di Sumatera Barat. Kemudian bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha jasa pariwisata harus dapat merumuskan strategi yang paling tepat untuk dapat mengembangkan wisata syariah di Sumatera Barat. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa wisata syariah adalah PT. Nuansa Alam Sakato. PT Nuansa Alam Sakato adalah perusahaan yang dibentuk untuk merencanakan pembangunan destinasi wisata syariah di Nagari Sariak Puar. Untuk menentukan strategi bisnisnya, perusahaan membutuhkan perencanaan dan perumusan strategi. Perencanaan strategi wisata syariah di Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat diharapkan memberikan kontribusi pada sektor pariwisata bagi peningkatan perekonomian, dengan pemanfaatan asset, potensi dan daya tarik pariwisata yang demikian besar serta memiliki prospek yang sangat baik. Di samping itu, pengembangan pariwisata di Nagari Sariak diharapkan dapat mendayagunakan seluruh potensi pariwisata yang ada di daerah ini bagi pembangunan daerah, sehingga eksistensi Nagari Sariak sebagai salah satu daerah tujuan wisata syariah terpadu dapat terwujud yang pada akhir berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan masyarakat daerah. Adanya tingkat persaingan usaha yang semakin kompetitif, kebutuhan akan efisiensi dan efektifitas dalam pengelolaan perusahaan itu sendiri menuntut setiap perusahaan untuk siap dan mengadopsi penggunaan teknologi tersebut (Sani, et al., 2020), seperti halnya yang dilakukan oleh PT. Nuansa Alam Sakato.

Beberapa studi yang dilakukan sebelumnya antara lain: (1) Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus di Study Wisata Bukit Flora, Desa Gunung Petung, Nongkojajar, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan) dengan hasil yang yang digunakan untuk strategi pengembangan agrowisata pada agrowisata Bukit Flora, maka strategi-strategi yang seharusnya diterapkan berdasarkan hasil matriks SWOT dan matriks QSPM (Kholil & Mutiara, 2018). (2) Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat: Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dengan hasil yang menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan, *diimplementasikan* melalui suatu Gerakan terpadu pengembangan kepariwisataan, Rapat-Rapat Koordinasi dengan Pemerintah Provinsi, Kab./Kota dan Stakeholder terkait, kesepakatan Pemerintah Provinsi, Kab./Kota menjadikan Sumbar sebagai Destinasi Wista Halal, terpilihnya Sumbar sebagai Destinasi Halal Terbaik Nasional, terpilihnya Sumbar sebagai Destinasi Kuliner Halal Terbaik Nasional, terpilihnya Sumbar sebagai World's Best Halal Destination, terpilihnya Sumbar sebagai World's Best Halal Culinary Destination, Sosialisasi Wisata Halal bagi Stackholder Pariwisata, memberikan subsidi untuk pengurusan Sertifikasi Halal untuk industri (rumah makan/restoran), menyusun Ranperda Pariwisata Halal (Rimet, 2019). (3) Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah di Kota Bandung dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR yang mengoptimalkan potensi peningkatan daya tarik wisata, daoat membuat asosiasi *stakeholder*

pariwisata, mengoptimalkan media informasi, sosialisasi pariwisata syariah, pemerintah melakukan pelatihan bagi pelaku usaha, pemerintah Kota Bandung menyusun peraturan daerah penyelenggaraan wisata syariah, menciptakan inovasi daya tarik wisata yang menarik dan kreatif, memperkuat upaya promosi untuk menarik kunjungan wisatawan (Ramdhani, Srisusilawati, & Ibrahim, 2020).

Beberapa masalah yang diidentifikasi pada penelitian ini adalah kondisi pariwisata syariah di Indonesia masih belum maksimal dan belum dapat perhatian sebagai daya tarik wisata, kemudian belum ada usaha untuk memperkenalkan rumah-rumah tua peninggalan sejarah, rendahnya kemampuan masyarakat setempat dalam mengolah wisata, khususnya wisata Syariah. Di samping itu, belum adanya inovasi yang dilakukan perusahaan / masyarakat setempat serta rendahnya pendapatan masyarakat setempat (*income*) sehingga berdampak pada *income* / pendapatan/ *value added* pemerintah setempat. Oleh karena itu, penelitian ini secara spesifik ditujukan untuk membuat rumusan perencanaan strategi wisata syariah terpadu di Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat dan juga menganalisis perhitungan bisnis/ investasi secara finansial ekonomi pada wisata syariah terpadu di Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya (David, 2011, hal. 4). Atau definisi lainnya serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi tersebut (Siagian, 2012, hal. 15). Menurut Jogiyanto (2005:46), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan faktor internal dan eksternal usahawan dalam memulai usahanya. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi (Gunawan, 2019). Proses pengambilan keputusan selalu berkaitan dengan suatu usaha. Setiap organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan (Fred R. David, 2008,8). Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.

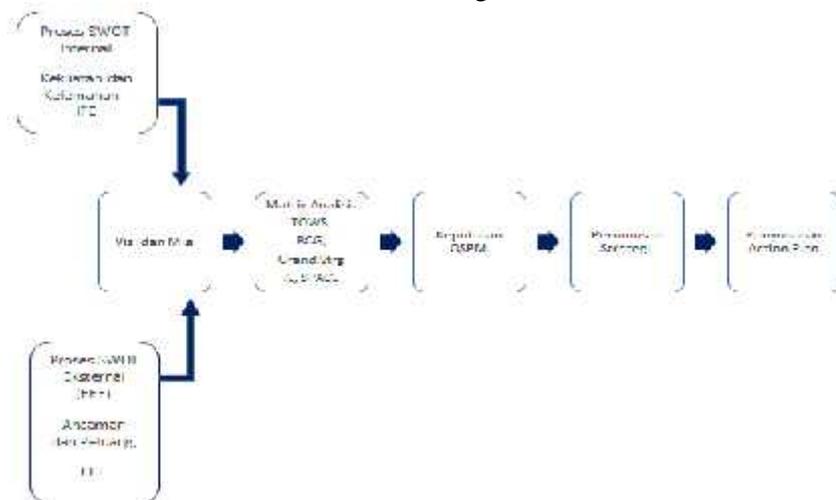
Terminologi wisata syariah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti Islamic tourism, halal tourism, halal travel, ataupun as moslem friendly destination. Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Dari industri perbankan berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah. Definisi pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenpar, 2012). Pariwisata syariah dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata syariah tidak terbatas hanya pada wisata religi. Berdasarkan pengertian di atas, konsep syariah yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah berhubungan dengan konsep halal dan haram di dalam islam. Definisi wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh

World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata syariah bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal (Sofyan, 2012, hal. 33).

Penilaian kesiapan destinasi wisata dilihat dari beberapa aspek utama pariwisata, yaitu: a) Produk Pengembangan Produk harus berdasarkan Kriteria Umum dan Standarisasi yang diterapkan untuk Usaha Pariwisata Syariah dan Daya Tarik. b) SDM dan kelembagaan Kompetensi Profesi Insan Pariwisata Syariah juga harus ditunjang dengan Training dan Pendidikan yang sesuai dengan sasaran Standar Kompetensi yang dibutuhkan Wisatawan Muslim. c) Promosi Destinasi Wisata Syariah (Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kementerian Kepariwisataan, 2015). Bentuk promosi dan jalur pemasaran disesuaikan dengan perilaku Wisatawan Muslim, World Islamic Tourism Mart (WITM), Arabian Travel Mart, Emirates Holiday World, Cresentrating.com, halaltrip.com, etc. Meskipun konsep halal sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia, namun wisata halal kurang berkembang di Indonesia dikarenakan fasilitasi, tidak mudah memastikan makanan halal, sertifikasi halal, dan promosi yang kurang. Hal tersebut tampak dari hasil laporan lembaga riset dan pemeringkat industri pariwisata halal Cresentrating bersama MasterCard, Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015, Indonesia berada di urutan keenam tujuan wisata halal dunia, di bawah Malaysia dan Thailand (Hanifah, 2015).

Framework harus dirancang untuk memfasilitasi kerangka berpikir seorang peneliti untuk diturunkan menjadi model dalam merumuskan hipotesis alternatif. Praktisi mendeskripsikan masalah nyata ke dalam sebuah bangunan (model) dengan menggunakan parameter-parameter tertentu yaitu batasan-batasan berupa bentuk, struktur, isi, dan makna untuk dijadikan model dalam proses pengambilan keputusan (Husain, 2019) Disamping itu, diperlukan logika IPO untuk merumuskan kerangka penelitian dalam konteks penelitian (Sani *et al.*, 2020). Kerangka penelitian ini dirumuskan pada Gambar 5 berikut ini:

Gambar 5. Kerangka Penelitian



Sumber: Dikembangkan dalam Penelitian ini

METODE

Jenis penelitian deskriptif kualitas mendasari penelitian ini berdasarkan fungsinya dan hasil penelitian dari studi identifikasi dan kelayakan Wisata Syariah Terpadu di Sariak Sungaipuar Agam Sumatera Barat. Penelitian kualitatif bertujuan memberikan pemahaman atas fenomena-fenomena subjek penelitian yang dialami oleh peneliti secara utuh (holistik) seperti persepsi, perilaku, motif dan tindakan-tindakan dengan mendeskripsikan baik yang tertuang dalam kata-kata maupun bahasa dalam konteks yang sifatnya alamiah dan khusus dengan memanfaatkan metode secara alamiah (Moleong, 2014). Metodologi penelitian menggunakan beberapa tahapan pelaksanaan studi yaitu: (1) pengumpulan data sekunder terdahulu; (2) penyusunan data; (3) pekerjaan analisis; dan (4) pelaporan.

Objek penelitian adalah proyek pengembangan usaha Wisata Syariah terpadu di Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat, yaitu berupa hasil studi identifikasi maupun studi kelayakan yang dapat dihasilkan dari elemen-elemen penelitian. Dengan mengetahui potensi yang dapat dihasilkan dan tingkat kebutuhan biaya yang diperlukan dalam pembangunan Wisata Syariah terpadu di Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat maka dapat diperkirakan tingkat pendapatan penjualan berdasarkan pada harga jualnya. Sehingga dapat diteliti apakah strategi pengembangan usaha dari Wisata Syariah Terpadu ini dapat dilaksanakan dengan tujuan memperluas pangsa pasar.

Analisis data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, sampai membuat kesimpulan yang bisa dipahami oleh peneliti sendiri dan orang lain. Rancangan dalam menyusun perencanaan strategi pada PT. Nuansa Alam Sakato yang dilakukan meliputi beberapa tahap sebagai berikut: (1) Membuat Visi dan Misi yang merupakan kajian dari kegiatan inti perusahaan, arah perusahaan dan juga adanya masukan dari berbagai tokoh masyarakat. (2) Tahap input yang dilakukan melalui pengumpulan analisis data mulai dari melihat visi dan misi perusahaan, kemudian menyusun faktor-faktor eksternal kunci baik yang merupakan Peluang maupun Ancaman, faktor-faktor eksternal kunci termasuk Kekuatan internal maupun kelemahannya. Faktor-faktor ini kemudian dianalisis dalam bentuk matriks *Internal Factors Evaluation* - IFE dan *External Factors Evaluation* – EFE. Kemudian dilakukan juga dengan menggunakan metode SWOT Analisis. (3) Tahap Pencocokan menggunakan kerangka kerja formulasi strategi terdapat beberapa teknik yang akan digunakan, yaitu Analisis matriks TOWS, matriks SPACE, matriks *Boston Consulting Group* BCG, matriks IE dan matriks Grand Strategi. Pencocokan (*matching*) internal dan eksternal adalah factor kesuksesan penting dan merupakan kunci untuk secara efektif membuat strategi alternatif yang sesuai. (4) Tahap ini melibatkan teknik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Dengan tujuan dan hasil evaluasi matriks di tahap input dan pencocokan maka diputuskan dan disusunlah strategi alternative yang layak untuk mencapai tujuan perusahaan. (5) Tahap perumusan strategi menentukan strategi-strategi yang merupakan output dari matrix QSPM yang dijabarkan dalam strategi korporasi, strategi bisnis dan strategi lainnya. (6) Penyusunan *Action Plan* dengan menentukan rencana kerja dari setiap rumusan strategi. Metode Analisis untuk Perhitungan Bisnis Investasi menggunakan NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*), BEP (*Break Even Point*), dan Probabilitas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perusahaan yang digunakan dalam rangka penelitian untuk memperoleh rencana strategi wisata syariah di Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat adalah PT. Nuansa Alam Sakato. Perusahaan ini masih dalam proses pendirian, dan peneliti termasuk sebagai salah satu pemiliknya. Pernyataan visi perusahaan dengan tujuan dan impian perusahaan yang menginginkan perusahaan dapat menjalankan dengan baik. Hasil FGD dan observasi lapangan dapat dirumuskan bahwa VISI dari PT. Nuansa Alam Sakato yaitu: "*Terciptanya Nagari Sariak sebagai Destinasi Wisata Syariah Utama di Sumatera Barat yang Bernuansa Adat Istiadat, Sejarah, Agro, dan Harmoni Alam untuk Kesejahteraan Masyarakat*". Misi perusahaan adalah (1) Mengembangkan pariwisata syariah yang berbasis pada adat isitadat, kearifan lokal, alam, dan Alam berwawasan lingkungan, berkelanjutan dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat; (2) Meningkatkan profesionalisme pelayanan pariwisata melalui peningkatan kualitas manajemen dan sumber daya manusia; dan (3) Mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan dan lama tinggal wisata.

Gambar 6. Posisi Kabupaten Agam dan Bukittinggi



Sumber: Metrokini.com

Analisis Strategi

Faktor Peluang (*Opportunity*):

-)] Animo wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi meningkat
-)] Belum ada wisata syariah terpadu di daerah lain
-)] Adanya TOL Jakarta - Palembang dapat mempersingkat waktu perjalanan dari arah Selatan Sumbar
-)] Rencana pembangunan TOL dari Padang-Sicicin yang dapat mempersingkat waktu perjalanan ke Bukittinggi
-)] Sumatera Barat dikenal sebagai mayoritas penduduk muslim
-)] Perkembangan media cetak, elektronik, digital dan media sosial saat ini
-)] Bertambahnya jumlah maskapai penerbangan menuju ke Padang
-)] Masuknya Investor untuk pendanaan pariwisata

Faktor Ancaman (*Threat*):

-)] Pandemi Covid-19
-)] Bencana Alam seperti gempa
-)] Transpotasi umum yang minim menuju lokasi wisata
-)] Pengurusan peraturan dan perizinan yang tidak mudah
-)] Rendahnya pemahaman generasi muda akan pentingnya budaya, adat istiadat dan sejarah
-)] Dampak Media Sosial terhadap budaya.
-)] Potensi munculnya wisata syariah di daerah lain dekat Nagari Sariak

Faktor Kekuatan (*Strength*):

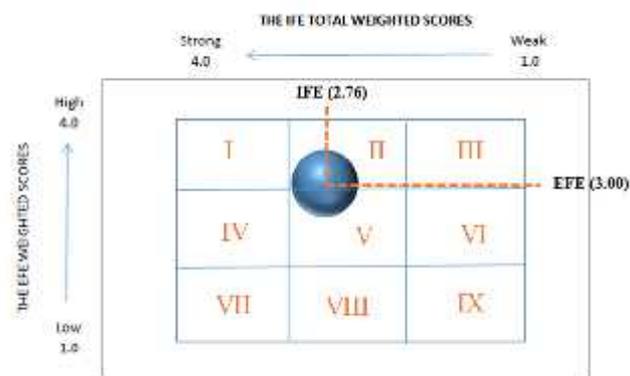
-)] Dukungan masyarakat dan pemangku adat cukup baik
-)] Pemandangan alam objek wisata yang indah dan udara yang sejuk
-)] Memiliki Masjid tua di Sumatera Barat berdiri tahun 1800 M sebagai destinasi religi
-)] Kultur Adat Istiadat minang yang kental
-)] Acara Barale badatuk tetap dilestarikan sebagai kekayaan budaya Minangkabau, destinasi budaya
-)] Letak geografi nagari sariak berdekatan dengan kota Bukittinggi
-)] Tugu Panta merupakan monumen perjuang pemuda di masa penjajahan, destinasi sejarah
-)] Rumah-rumah gadang bersejarah dapat dijadikan tempat penginapan

) Beraneka ragam kuliner tradisional khususnya gulai pange dan gulai kancah

Faktor Kelemahan (*Weakness*):

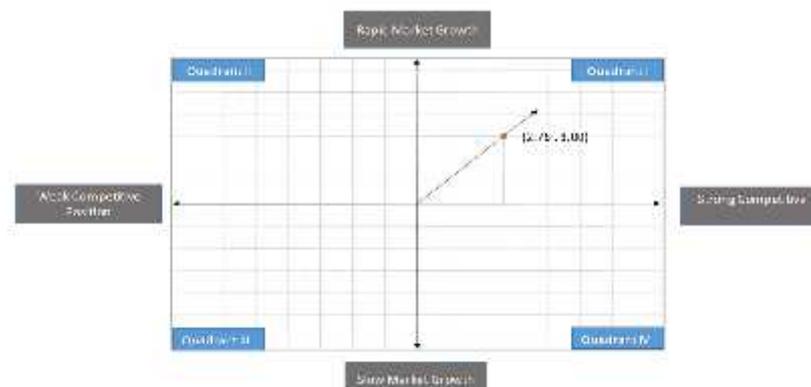
-) Belum adanya fasilitas umum seperti toilet, penerangan/ lampu di lokasi objek wisata
-) Belum tersedianya area parker
-) Belum adanya pemandu wisata yang terampil dan bersertifikasi
-) Sosialisasi pembangunan destinasi wisata pada masyakat setempat belum maksimal
-) Kurang kesadaran tentang kebersihan lingkungan wisata dari masyarakat setempat
-) Belum adanya petugas keamanan dan kebersihan di lokasi wisata
-) Belum adanya restoran yang memadai
-) Belum ada kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap konsep wisata syariah
-) Peraturan yang mengikuti kultur adat setempat seperti hierarki Ninik Mamak

Gambar 7. Matriks I/E



Total skor dari masing-masing tabel adalah 2.76 yang merupakan posisi menengah pada tabel IFE dan 3.00 yang merupakan posisi atas rata-rata pada table EFE yang menempatkan PT. Nuansa Alam Sakato pada wilayah II yang merupakan wilayah **Growth and Build**, dengan demikian keputusan strategi PT. Nuansa Alam Sakato yang tepat saat ini adalah dua strategi wilayah II yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Masih merupakan analisis lanjutan dari hasil scoring dari IFE dan EFE , Hasil analisa dalam bentuk matriks grand strategi, menunjukkan posisi PT. Nuansa Alam Sakato berada di kuadran I.

Gambar 8. Matriks *Grand Strategy*



Perusahaan berada pada posisi kuadran I yang berarti bahwa perusahaan mampu mengambil

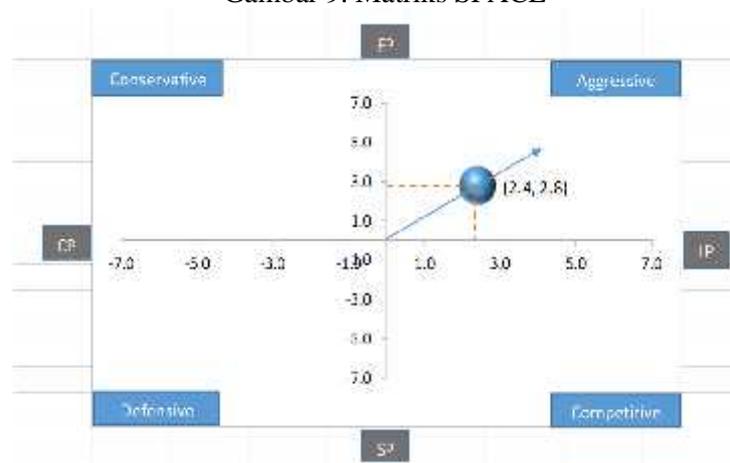
keuntungan dari peluang-peluang yang ada, sehingga perusahaan akan bersaing menggunakan strategi – strategi pengembangan usaha yang agresif. Adapun bentuk strategi yang dapat digunakan pada kuadran I adalah Pengembangan Pasar, Penetrasi pasar, Pengembangan produk, Integrasi ke depan, ke belakang, dan horizontal dan Diversifikasi.

Tabel 2. Matriks TOWS

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	Dukungan masyarakat dan pemangku adat cukup baik	Belum adanya fasilitas umum seperti toilet, penerangan/ lampu di lokasi objek wisata
	Pemandangan alam objek wisata yang indah dan udara yang sejuk	Belum tersedianya area parkir
	Memiliki Masjid di Sumatera Barat tertua berdiri tahun 1800 M sebagai destinasi religi	Belum adanya pemandu wisata yang terampil dan bersertifikasi
	Kultur Adat Istiadat Minang yang kental	Sosialisasi pembangunan destinasi wisata pada masyarakat setempat belum maksimal
	Acara Barale Badatuk tetap dilestarikan sebagai kekayaan budaya Minangkabau, Destinasi budaya	Kurang kesadaran tentang kebersihan lingkungan wisata dari masyarakat setempat
	Letak geografi nagari Sariak berdekatan dengan kota Bukittinggi	Belum adanya petugas keamanan dan kebersihan di lokasi wisata
	Tugu Panta merupakan monumen perjuang pemuda di masa penjajahan, Destinasi Sejarah	Belum adanya restoran yang memadai
	Rumah-rumah gadang bersejarah dapat dijadikan tempat penginapan	Belum ada kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap konsep wisata syariah
	Beraneka ragam kuliner tradisional khususnya gulai pange dan gulai kancah	Peraturan yang mengikuti kultur adat setempat seperti hierarki Ninik Mamak
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Animo wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi meningkat	Mengintensifkan/ mengencarkan promosi produk wisata syariah terpadu melalui Media Sosial. Gulai kancah dan pange merupakan keunggulan nagari Sariak karena di sajikan pada saat upacara adat/ barale badatuk. Barale Badatuk sebuah destinasi budaya. (strategi penetrasi pasar)	Menata dan membangun fasilitas umum seperti toilet, alat penerangan dan area parkir di lokasi wisata dan menjamin kebersihan dan keamanan wisatawan yang berkunjung ke wisata nagari Sariak (strategi pengembangan produk)
Belum ada wisata syariah terpadu di daerah lain		Menjalin kerjasama dengan penyedia jasa tour travel yang sudah memiliki pemandu wisata pengalaman dan bersertifikasi (strategi integrasi horizontal)
Adanya TOL Jakarta - Palembang dapat mempersingkat waktu perjalanan dari arah Selatan Sumbar	Mengemas produk wisata syariah yang memadukan Keindahan Alam, Budaya, Adat Istiadat agar lebih menarik. (strategi pengembangan produk)	Menjalin kerjasama dengan penyedia jasa tour travel untuk pemasaran dengan memasukkan Nagari Sariak sebagai bagian dari paket tour (strategi integrasi horizontal dan pengembangan pasar)
Rencana pembangunan TOL dari Padang - Siciin yang dapat mempersingkat waktu perjalanan ke Bukittinggi		
Sumatera Barat dikenal sebagai mayoritas penduduk muslim	Memaksimalkan potensi/ keunggulan destinasi sebagai daya tarik Investor untuk berinvestasi di nagari Sariak, dan pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat nagari Sariak. (strategi pengembangan produk)	Menciptakan rasa aman dan nyaman yang didukung dengan fasilitas yang memadai dan bernuansa kearifan lokal dapat menjadi daya tarik wisatawan dan investor melalui koordinasi dengan pemerintah dan tokoh masyarakat setempat. (strategi pengembangan produk)
Perkembangan media cetak, elektronik, digital dan media sosial saat ini		
Bertambahnya jumlah maskapai penerbangan menuju ke Padang		
Masuknya Investor untuk pendanaan pariwisata		

THREATS (T)	STRATEGIST	STRATEGI WT
Pandemi Covid-19	Melakukan koordinasi dengan masyarakat dan pemangku adat salah satu faktor yang penting, Wisata syariah adalah wisata yang berpegang pada aturan syariah/ Islam. Pembinaan kepada generasi muda dalam rangka melestarikan budaya dan adat Istiadat sebagai destinasi budaya/ adat. (strategi integrasi horizontal)	Menata fasilitas - fasilitas umum dan destinasi-destinasi yang ada agar wisatawan merasakan keamanan dan kenyamanan berwisata. (strategi pengembangan produk)
Bencana Alam seperti gempa		
Transpotasi umum yang minim menuju lokasi wisata		
Peraturan dan perizinan yang tidak mudah yang didapat	Melestarikan Adat dan budaya Minang yang dianut masyarakat sebagai kekuatan kultur di Nagari Sariak, dengan memperkenalkan dan meramaikan acara-acara adat terutama yang sudah jarang diadakan di tempat lain sehingga mengundang rasa ingin tahu dan ketertarikan generasi muda terhadap adat budaya dan sejarah negerinya. (strategi pengembangan produk)	Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia untuk pengembangan wisata , serta meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam nilai-nilai budaya, adat istiadat serta kearifan lokal. (strategi pengembangan produk)
Rendahnya pemahaman generasi muda akan pentingnya budaya, adat istiadat dan sejarah		
Dampak Media Sosial terhadap budaya.		
Potensi munculnya wisata syariah di daerah lain dekat Nagari Sariak	Memperbaiki infrastruktur jalan, karena Nagari Sariak sebagai jalan alternatif menuju kota Bukittinggi (strategi pengembangan produk)	Menciptakan sistem kebersihan dan keamanan kawasan wisata yang aman dan nyaman untuk masyarakat dan wisatawan (strategi pengembangan produk)

Gambar 9. Matriks SPACE



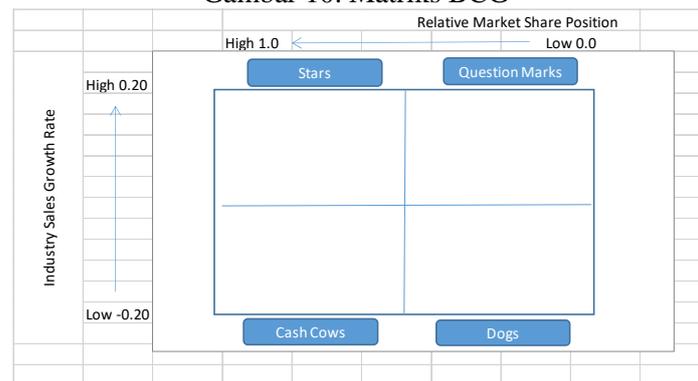
Kesimpulan:

Sumbu x: $5 + (-2,6) = 2,4$

Sumbu y: $-2,2 + 5 = 2,8$

PT. Nuansa Alam Sakato di atas, diketahui bahwa koordinat vektor arah pada sumbu x sebesar 2,4, dan pada sumbu y sebesar 2,8. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa perusahaan berada pada kuadran agresif. Pada kuadran ini, perusahaan berada pada posisi yang baik untuk menggunakan kekuatannya internalnya. Strategi yang cocok digunakan, antara lain: penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, backward intergration, forward integration, horizontal integration, diversifikasi konglomerat, diversifikasi konsentrik, diversifikasi horizontal. Dilihat dari keadaan perusahaan, strategi yang bisa diterapkan: penetrasi pasar, pengembangan produk, dan *forward integration*.

Gambar 10. Matriks BCG



Mengingat PT. Nuansa Alam Sakato merupakan perusahaan baru yang akan membuka usaha pertama wisata syariah di Nagari Sariak, maka perusahaan belum mempunyai data pembandingan analisis tingkat pertumbuhan dan *market share*. Untuk itu peneliti menempatkan posisinya saat ini pada posisi stars didukung dari hasil analisa matriks IE, TOWS, SPACE dan *Grand Strategy* sebelumnya dan penilaian pribadi peneliti atas tinjauan lapangan. Dengan menempati kuadran stars, strategi yang dikembangkan adalah; Integrasi ke depan, ke belakang, dan horizontal; penetrasi pasar; pengembangan pasar; pengembangan produk; dan *joint venture*. Posisi ini memiliki peluang jangka panjang terbaik untuk pertumbuhan dan profitabilitas bagi perusahaan.

Analisis QSPM

Tabel 3. Hasil Analisis QSPM

Strengths	Weight	Penetrasi Pasar		Pengembangan Produk	
		AS	TAS	AS	TAS
1 Dukungan masyarakat dan pemangku adat cukup baik	0.06	4	0.24	4	0.24
2 Pemandangan alam objek wisata yang indah dan udara yang sejuk	0.07	4	0.28	3	0.21
3 Memiliki Masjid tua di Sumatera Barat berdiri tahun 1800 M sebagai destinasi religi	0.08	4	0.32	3	0.24
4 Kultur Adat Istiadat minang yang kental	0.05	3	0.15	3	0.15
5 Acara Barale badatuk tetap dilestarikan sebagai kekayaan budaya Minangkabau, Destinasi budaya	0.09	4	0.36	4	0.36
6 Letak geografi nagari sariak berdekatan dengan kota Bukittinggi	0.08	4	0.32	3	0.24
7 Tugu Panta merupakan monumen perjuang pemuda di masa penjajahan, Destinasi Sejarah	0.05	3	0.15	3	0.15
8 Rumah-rumah gadang bersejarah dapat dijadikan tempat penginapan	0.07	3	0.21	4	0.28
9 Beraneka ragam kuliner tradisional khususnya gulai pange dan gulai kancah	0.05	4	0.20	4	0.20
10 0	0.00	0	0.00	0	0.00
Weaknesses	Weight	Penetrasi Pasar		Pengembangan Produk	
1 Belum adanya fasilitas umum seperti toilet, penerangan/ lampu di lokasi objek wisata	0.06	1	0.06	1	0.06
2 Belum tersedianya area parkir	0.06	1	0.06	1	0.06
3 Belum adanya pemandu wisata yang terampil dan bersertifikasi	0.04	1	0.04	1	0.04
4 Sosialisasi pembangunan destinasi wisata pada masyarakat setempat belum maksimal	0.04	1	0.04	2	0.08
5 Kurang kesadaran tentang kebersihan lingkungan wisata dari masyarakat setempat	0.04	2	0.08	1	0.04
6 Belum adanya petugas keamanan dan kebersihan di lokasi wisata	0.04	2	0.08	2	0.08
7 Belum adanya restoran yang memadai	0.04	2	0.08	1	0.04
8 Belum ada kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap konsep wisata syariah	0.04	1	0.04	2	0.08
9 Peraturan yang mengikuti kultur adat setempat seperti hierarki Ninik Mamak	0.04	2	0.08	2	0.08
10 0	0.00	0	0.00	0	0.00

		Penetrasi Pasar			Pengembangan Produk	
Opportunities		Weight	AS	TAS	AS	TAS
1	Animo wisatawan berkunjung ke kota Bukittinggi meningkat	0.08	4	0.32	4	0.32
2	Belum ada wisata syariah terpadu di daerah lain	0.06	3	0.18	3	0.18
3	Adanya TOL Jakarta - Palembang dapat mempersingkat waktu perjalanan dari arah Selatan Sumbar	0.07	3	0.21	3	0.21
4	Rencana pembangunan TOL dari Padang - Siciin yang dapat mempersingkat waktu perjalanan ke Bukittinggi	0.07	3	0.21	3	0.21
5	Sumatera Barat dikenal sebagai mayoritas penduduk muslim	0.04	3	0.12	3	0.12
6	Perkembangan media cetak, elektronik, digital dan media sosial saat ini	0.09	4	0.36	3	0.27
7	Bertambahnya jumlah maskapai penerbangan menuju ke Padang	0.06	4	0.24	3	0.18
8	Masuknya Investor untuk pendanaan pariwisata	0.08	4	0.32	4	0.32
9	0	0.00	0	0.00	0	0.00
10	0	0.00	0	0.00	0	0.00
		Penetrasi Pasar			Pengembangan Produk	
Threats		Weight	AS	TAS	AS	TAS
1	Pandemi Covid-19	0.09	3	0.27	3	0.27
2	Bencana Alam seperti gempa	0.05	3	0.15	4	0.20
3	Transpotasi umum yang minim menuju lokasi wisata	0.07	2	0.14	2	0.14
4	Peraturan dan perizinan yang tidak mudah yang didapat	0.05	3	0.15	3	0.15
5	Rendahnya pemahaman generasi muda akan pentingnya budaya, adat istiadat dan sejarah	0.06	3	0.18	3	0.18
6	Dampak Media Sosial terhadap budaya.	0.07	2	0.14	3	0.21
7	Potensi munculnya wisata syariah di daerah lain dekat Nagari Sariak	0.06	3	0.18	2	0.12
8	0	0.00	0	0.00	0	0.00
9	0	0.00	0	0.00	0	0.00
10	0	0.00	0	0.00	0	0.00
TOTALS				5.96		4.22

AS = Attractive Score

TAS = Total Attractive Score

Kedua alternatif strategi, jika diurutkan dari total nilai daya tarik terbesar, maka strategi penetrasi pasar adalah urutan teratas dengan total nilai daya tarik 5,96, lalu strategi pengembangan produk dengan total nilai daya tarik 4,22.

Tahapan dan Formulasi Pemilihan Strategi

Dari hasil analisis yang telah dilakukan untuk mengetahui strategi yang paling tepat untuk perencanaan wisata syariah di Nagari Sariak Sungai Puar Agam Sumatera Barat berdasarkan hasil analisis eksternal & internal, analisis matriks I/E, analisis matriks grand strategy, analisis matriks BCG, dan analisis matriks SWOT/TOWS dengan formulasi:

Strategi Korporasi

-) Pengembangan produk
-) Penetrasi Pasar
-) Pengembangan Pasar
-) Strategi Bisnis/ Investor

Strategi Market

-) Pengembangan produk
-) Penetrasi Pasar

Strategi Operasional

-) Pengembangan wisata syariah
-) Pembangunan infratraktur
-) Kualitas manajemen
-) Keselamatan wisatawan
-) Kepuasan pelanggan/ wisatawan

Strategi *Supporting*

-) Mendapatkan pakner strategik untuk investasi
-) Pengembangan IT
-) Sertifikasi dan Pelatihan Pelaku Wisata

Berdasarkan hasil perhitungan *Business/Investment Analysis* diperoleh estimasi terbesar adalah membangun fasilitas infrastruktur jalan yang di pergunakan untuk akses tempat wisata dan kemudahan untuk wisatawan. Biaya pelatihan adalah untuk pengembangan SDM bagi tenaga wisata, penanaman persepsi wisata syariah kepada masyarakat dan pimpinan masyarakat dengan total estimasi investasi sebesar Rp2.950.000.000,-. Berdasarkan data BPS bahwa total kunjungan wisata di kota Bukittinggi tahun 2019 adalah sebanyak 933.609 wisatawan. Peneliti berdasarkan analisa penampungan wisata syariah di Sariak mengestimasi perolehan limpahan sebesar 2% dari total wisatawan Bukittinggi tersebut yaitu lebih kurang 18.672 wisatawan. Proyeksi tersebut juga peneliti mencoba memasukkan angka optimis sebesar 60% target tercapai. Peneliti sudah menetapkan besaran biaya perhari bagi wisatawan adalah sebesar Rp350.000,- biaya tersebut sudah termasuk biaya penginapan, biaya paket kegiatan, biaya handling, makan minum dan pemanfaatan fasilitas lainnya *Revenue* sebesar Rp3.921.157.800,- untuk tahun pertama dan akan mengalami pertumbuhan dengan estimasi peneliti sebesar 10% pertahun. Biaya terbesar adalah dialokasikan untuk biaya penginapan, makan dan kebersihan yang merupakan komponen yang sejajar dengan pencapaian *revenue*. Biaya tersebut juga dialokasikan untuk biaya *maintenance* dari infrastruktur yang sudah diinvestasikan. Total biaya operasional pertahun adalah sebesar Rp. 2.464.727.760,-

Laba rugi pertahun dapat dianalisa sebagai berikut : Laba kotor di proyeksi sebesar 37, 14%, Overhead yang di pergunakan untuk kegiatan operasional manajemen adalah sebesar 5%, asumsi pajak adalah sebesar 25%, sehingga didapat margin net profit adalah sebesar 24%. Nilai ini adalah suatu nilai yang sangat baik dalam kegiatan laba rugi suatu perusahaan dan proyeksi tersebut merupakan proyeksi tahun pertama. Dana awal investasi sebesar Rp. 2.950.000.000,- yang merupakan PV, didapatkan *Future Value* selama 10 tahun menjadi Rp. 15.065.314.582,- atau *Net Present Value* sebesar Rp. 12.115.314.582,- nilai tersebut sangat layak untuk dilakukan investasi, dimana IRR pertahun adalah sebesar 41%, lebih besar dari asumsi interest bank sebesar 10%. Profitabilitas juga sangat baik yaitu sebesar 24,11% yang merupakan sangat layak untuk dilakukan investasi. Break Even Point dari dana yang diinvestasikan akan berada pada Titik Impas di tahun 2,9 setelah kegiatan Wisata Syariah Sariak ini dioperasikan

Rencana Aksi / *Action Plan*

1. Strategi Intensif, digunakan pada pembukaan destinasi wisata syariah di Nagari Sariak, strategi intensif dilakukan dengan menggunakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.
2. Program Utama pembukaan wisata halal mencakup: Program Pemasaran, Program Percepatan/Penguatan Destinasi. Setiap program tersebut terdiri atas beberapa program utama dengan pengertian sebagai berikut:

Tabel 4. Program Utama

Program Utama	
Program Utama	Deskripsi Program
PROGRAM PEMASARAN	
1. Branding 'Wisata Syariah Sariak'	Membangun image Sariak sebagai destinasi wisata syariah terpadu, melalui posting kampanye branding di media sosial, promosi <i>mouth to mouth</i>
2. Ruang promosi	Membuka pusat informasi wisata syariah Nagari Sariak baik secara digital maupun offline dan menunjuk pengelola/ personal yang bertanggung jawab terhadap kebutuhan informasi
PROGRAM PERCEPATAN/ PENGUATAN DESTINASI	
1. Penyamaan visi perusahaan	Mensosialisasikan visi mengenai wisata syariah kepada stakeholders
2. Peningkatan kualitas destinasi	Membangun fasilitas umum utama seperti toilet, penerangan, restoran, area parkir dan fasilitas <i>outbound</i> serta meningkatkan kapasitas SDM, kenyamanan dan kebersihan
3. Digitalisasi destinasi wisata unggulan (program jangka panjang)	Pemasaran destinasi wisata syariah melalui digital, sejak penyampaian informasi, pemesanan produk dan jasa (seperti rumah tua yang direncanakan jadi penginapan, paket <i>outbound</i> , dll), hingga komunikasi/ interaksi dengan calon customer bisa menggunakan digital.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian diketahui *positioning* PT. Nuansa Alam Sakato yang dianalisis menggunakan SPACE berada pada kuadran agresif dan Matriks IE berada pada posisi sel wilayah II yakni posisi perusahaan Growth and Build dimana strategi yang tepat adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil analisis matriks grand strategi, posisi perusahaan berada di kuadran 1 dimana strategi yang tepat dilakukan adalah strategi agresif atas hal ini pula rencana program kerja yang merupakan turunan dari hasil analisis strategi juga sudah dapat dikatakan cukup tepat dan agresif. Dengan cara-cara program kerja agresif seperti melakukan penetrasi pasar dan pengembangan produk diharapkan strategi ini dapat menunjang tercapainya target perusahaan. Selanjutnya hasil pengolahan data-data dan informasi menggunakan matriks TOWS dapat diketahui bahwa perusahaan sebaiknya menggunakan strategi pengembangan pasar, strategi integrasi horizontal, strategi pengembangan produk, dan strategi penetrasi pasar. Dari hasil analisis matriks QSPM, strategi yang tepat yang dapat dijalankan perusahaan adalah melakukan penetrasi pasar, diikuti dengan melakukan pengembangan produk. Perumusan strategi perusahaan diharapkan akan turut mendorong kajian lebih mendalam tentang bidang manajemen strategi, khususnya dalam bidang perumusan strategi perusahaan.

Saran

Dalam penyusunan rencana strategi bisnis PT. Nuansa Alam Sakato ini harus benar-benar disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki agar rencana strategi yang relevan terkait target dapat dicapai. PIC penganggung jawab juga harus diberikan pemahaman strategik atas sasaran strategis dan program kerja yang telah diputuskan. Implementasi rencana strategi bisnis ini khususnya dalam hal evaluasi dan penerapannya. Perusahaan juga perlu membuat penanggung jawab khusus yang akan fokus melakukan monitoring dan mengkoordinasikan strategi bisnis. Menciptakan strategi yang kuat dan efektif memang menjadi sebuah landasan untuk bisnis dapat

berkembang namun jika tidak diiringi dengan eksekusi yang matang, maka sebuah strategi hanyalah sebuah wacana yang tidak akan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Provinsi Sumatera Barat. (2018). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Sumatera Barat Oktober 2018*. Padang: Badang Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. Retrieved from <https://padangkota.bps.go.id/pressrelease/download.html?nrbvfeve=NDkx&sdfs=ldjdfidsdj kfahi&twoadfnarfeauf=MjAyMS0xMC0xNCAwNjo0OTowMw%3D%3D>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management (Buku 1)*. Jakarta: Indeks.
- Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kementerian Kepariwisataan. (2015). *Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Asisten Deputi Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataan. Jakarta: Kementerian Pariwisata. Retrieved from https://www.kememparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_all/2015%20Kajian%20Pengembangan%20Wisata%20Syariah.pdf
- Gunawan, H. (2019). Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Industri Kreatif Cilok Neng Sari Bojongsari Baru Kota Depok. *Prosiding Seminar Nasional HUMANIS 2019* (pp. 418-423). Tangerang Selatan: Universitas Pamulang.
- Hanifah, R. D. (2015). Potensi Halal Tourism Di Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 1(2), 51-70. doi:[10.30813/v1i2.2463](https://doi.org/10.30813/v1i2.2463)
- Husain, T. (2017). Analisis Determinan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Software Audit. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 19(2), 131-150. doi:[10.33557/jurnalmatrik.v19i2.381](https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v19i2.381)
- Husain, T. (2019, December 29). An Analysis of Modeling Audit Quality Measurement Based on Decision Support Systems (DSS). *European Journal of Scientific Exploration*, 2(6), 1-9.
- Husain, T., & Hidayati, N. (2021). The Optimize Of Association Rule Method For The Best Book Placement Patterns In Library: A Monthly Trial. *TEKNOKOM : Jurnal Teknologi dan Rekayasa Sistem Komputer*, 4(2), 53-59. doi:[10.31943/teknokom.v4i2.63](https://doi.org/10.31943/teknokom.v4i2.63)
- Iflah, & Putri, K. Y. (2019). Wisata Halal Muslim Milenial. *Jurnal Common*, 3(2), 153-166. doi:[10.34010/common.v3i2.2601](https://doi.org/10.34010/common.v3i2.2601)
- Kholil, A. Y., & Mutiara, F. (2018). Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus di Study Wisata Bukit Flora, Desa Gunung Petung, Nongkojajar, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Buana Sains*, 18(1), 73-84. doi:[10.33366/bs.v18i1.941](https://doi.org/10.33366/bs.v18i1.941)
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramdhani, F. R., Srisusilawati, P., & Ibrahim, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah di Kota Bandung dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR. *SPESIA: Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6, pp. 226-230. Universitas Islam Bandung. doi:[10.29313/syariah.v6i2.2204](https://doi.org/10.29313/syariah.v6i2.2204)
- Rimet. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat:: ANALISIS SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 50-61. doi:[10.25299/syariat.2019.vol2\(1\).3702](https://doi.org/10.25299/syariat.2019.vol2(1).3702)

-
- Sani, A., Budiyantra, A., Haryanto, T., Wiliani, N., Manaf, K., & Firmansyah, E. (2020, May-June). Influences of the Environmental Context on the Acceptance and Adoption Technology among SMEs in Indonesia. *Test Engineering & Management*, 83, 22283-22293.
- Sani, A., Pusparini, N. N., Rizal, R., Khristiana, Y., Zailani, A. U., & Husain, T. (2020). E-Business Adoption Models in Organizational Contexts on The TAM Extended Model: A Preliminary Assessment. *8th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM 2020)*. Pangkalpinang: UIN Syarif Hidayatullah.
- Sani, A., Rahman, T., Budiyantra, A., & Doharma, R. (2020). Measurement of readiness in IT adoption among SMEs manufacturing industry in Jakarta. *International Conference on Science Education and Technology (ICOSETH) 2019, 23 November 2019, Surakarta, Indonesia. 1511*, p. 012002. Surakarta, Indonesia: IOP Publishing Ltd. doi:[10.1088/1742-6596/1511/1/012002](https://doi.org/10.1088/1742-6596/1511/1/012002)
- Saragih, H., & Husain, T. (2012). Pengaruh Fitur-Fitur Blog terhadap Continuance Intention to Visit Blogs pada Toko Online Multiply. *Journal of Computer Information*, 1(1), 5-18.
- Siagian, S. (2012). *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- SINDONEWS.com. (2015, April 27). *13 Provinsi Siap Jadi Tujuan Wisata Syariah*. Retrieved 2020, from Koran Sindo: <https://nasional.sindonews.com/berita/994208/162/13-provinsi-siap-jadi-tujuan-wisata-syariah>
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika. Jakarta: Republika.