

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OBJEK WISATA ISLAMI
BLACK KUPI BUKIT CINTA DI BLANG TENGGULUN GAYO LUES**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

Ana Marlina

NIM. 180403076

Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM, BANDA ACEH**

2022

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Dakwah

Prodi Manajemen Dakwah

Oleh

ANA MARLINA
NIM. 180403076

Disetujui Oleh:

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Jailani, M.Si.
NIP. 196010081995031001



Rahmatul Akbar, Sos.I., M.Ag
NIP. 199010042020121015

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Dewan Penguji Sidang Munaqasyah KKU Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Prodi Manajemen Dakwah**

**Diajukan Oleh:
ANA MARLINA
NIM. 180403076**

Pada Hari/Tanggal:

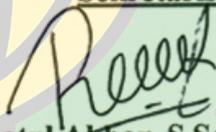
**Selasa, 05 Juli 2022 M
24 Zulkaidah 1443 H**

**di
Darussalam – Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Munaqasyah,**

Ketua


**Dr. Jailani, M.Si.
NIP. 196010081995031001**

Sekretaris


**Rahmatul Akbar, S.Sos.I., M.Ag.
NIP. 199010042020121015**

Penguji I


**Dr. Juhari, M.Si.
NIP. 196612311994021006**

Penguji II


**Dr. Mahmuddin, M.Si.
NIP. 1972102019997031002**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry**


**Dr. Fakhri, S. Sos., MA
NIP. 196411291998031001**



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Marlina

NIM : 180403076

Jurusan : Manajemen Dakwah

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dengan judul. “Strategi Pengembangan Usaha dan Objek Wisata Islami Black Kupu Bukit Cinta di Blang Tengkulun Gayo Lues” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak berlaku dalam dunia Akademis. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini, atau adanya kritikan terhadap keasliannya.

Banda Aceh, 23 Mei 2022

Yang Membuat Pernyataan,


ANALINA
ANALINA

Ana Marlina

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun sebuah karya ilmiah dalam rangka penyelesaian studi SI di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh. Shalawat beriring salam penulis sampaikan kepada panutan Umat yakni Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga dan para sahabatnya. Adapun karya ilmiah yang telah penulis selesaikan berjudul “ **Strategi Pengembangan Usaha Objek Wisata Islami Black Kupi Bukit Cinta di Blang Tenggulun Gayo Lues**”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis merasa sangat terbantuan oleh kerabat-kerabat. penulis hanya mampu mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah membantu dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk yang paling istimewa penulis ucapkan banyak ribuan terimakasih kepada orang tua tercintah Ayahanda Abdul Rahman dan Ibunda Awi, beserta kakak Satriani S.Pd, Adik Anggraini Purnama dan kepada saudara-saudara terimakasih atas atas do'a dan dukungan kalian serta pengorbanan yang tak hentinya terus memotivasi dan membantu baik moral maupun matrial yang tiada terhingga nilainya, hanya Allah yang dapat membalasnya.

Keberhasilan yang telah dicapai, berkat dorongan, bantuan, saran serta nasehat dari berbagai pihak, liranya penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Jailani, M.Si. selaku pembimbing pertama dan Bapak Rahmatul Akbar, M.Ag selaku pembimbing kedua, ditengah kesibukan mereka masih menyempatkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing serta memotivasi penulis sehingga bisa menyelesaikan karya ilmiah ini. Selanjutnya tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Ketua Jurusan Manajemen Dakwah, Dosen/Asisten dan Karyawan/karyawan civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah banya membantu dan mengajarkan kebaikan kepada penulis serta memberikan bekal ilmu pengetahuan yang tak ternilai.

Ucapkan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Nori Antin Ara dan Sari Nurhajjah yang telah mendukung dan memotivasi dalam penulisan ini, selanjutnya kepada teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah angkatan 2018. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan di masa akan datang.

Banda Aceh, 15 Maret 2022

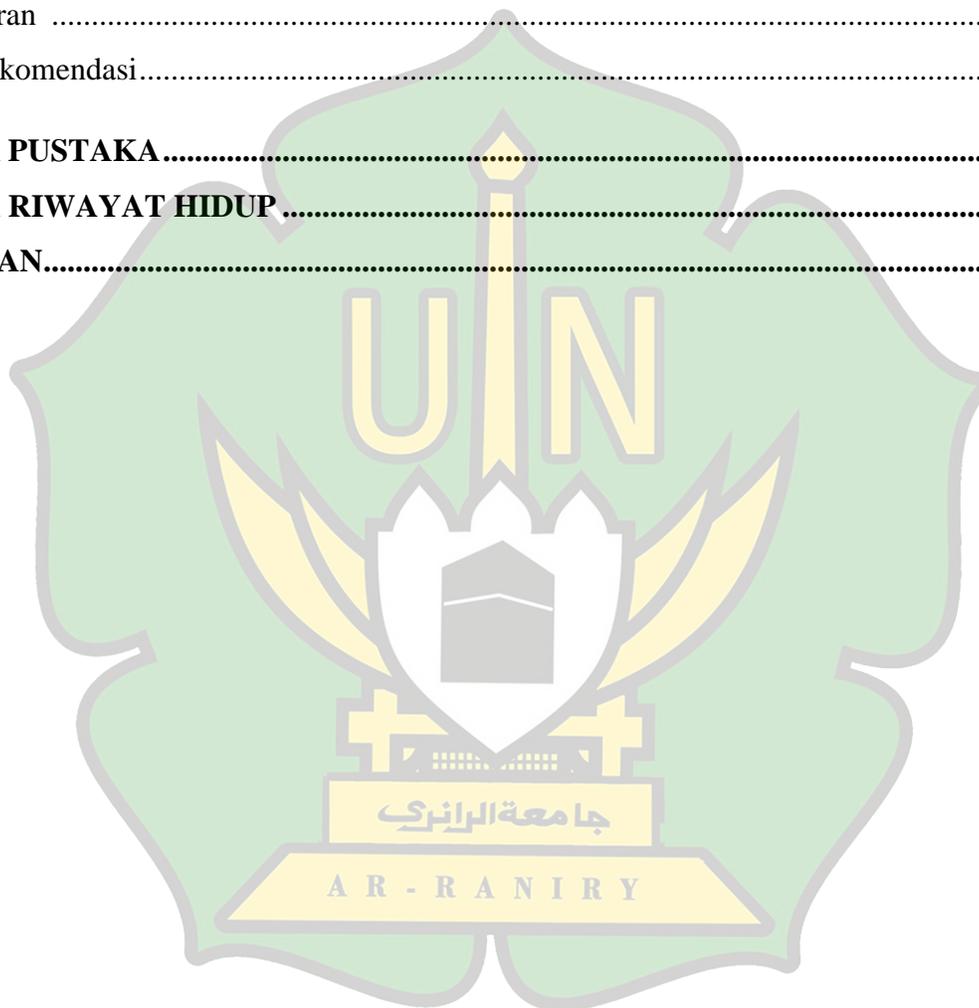
Penulis,

Ana Marlina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR LAMPIRAN	v
DAFTAR TABEL	vi
ABSTRAK	vii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Penjelasan Istilah	5
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II: LANDASAN TEORI	9
A. Kajian Terdahulu	9
B. Strategi Pengembangan Pariwisata	14
C. Analisis Pariwisata.....	28
BAB III: METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Teknik Pengumpulan Data.....	34
D. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Profil Objek Wisata Black Kupu Bukit Cinta.....	39
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
2. Sejarah Wisata Black Kupu Bukit Cinta.....	40
B. Strategi Pengembangan Objek Wisata Black Kupu Bukit Cinta.....	44
C. Peluang dan Tantangan Yang dihadapi dalam wisata	

D. Black Kupu Bukit Cinta Terhadap Banyaknya	
Persaingan.....	50
E. Pembahasan dan Analisa.....	53
BAB V: PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
C. Rekomendasi.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	63
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

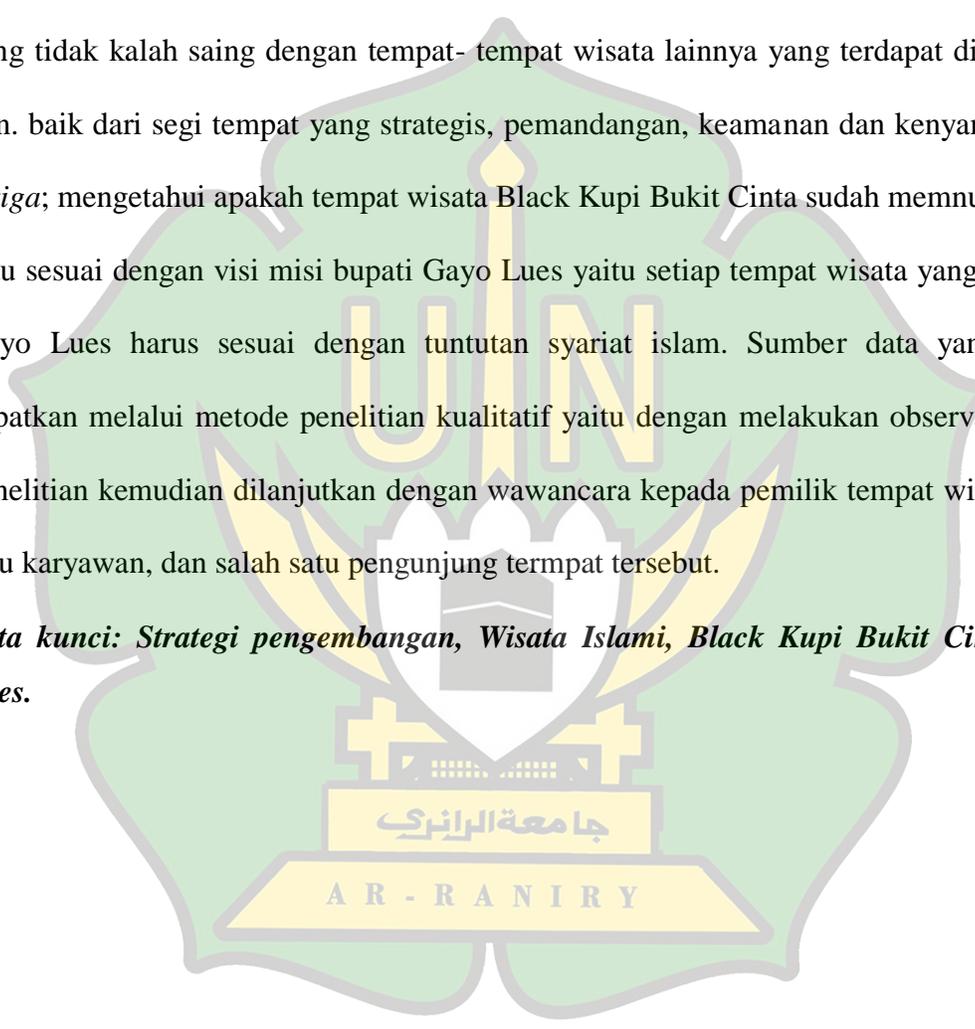
Tabel 1.1 Data jumlah pemasukan di kafe Black Kupu Bukit Cinta 2021-2022



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi Pengembangan Usaha Objek Wisata Islami Black Kupi Bukit Cinta di Blang Tenggulun Gayo Lues**”. Penelitian ini bertujuan *pertama*; untuk memperkenalkan kepada pembaca bagaimana Gayo Lues memiliki sejuta keindahan yang belum diketahui khalayak ramai. *kedua*: untuk memperkenalkan salah satu tempat wisata yang tidak kalah saing dengan tempat- tempat wisata lainnya yang terdapat di kota-kota lain. baik dari segi tempat yang strategis, pemandangan, keamanan dan kenyamanannya. *ketiga*; mengetahui apakah tempat wisata Black Kupi Bukit Cinta sudah memnuhi standar atau sesuai dengan visi misi bupati Gayo Lues yaitu setiap tempat wisata yang teletak di Gayo Lues harus sesuai dengan tuntutan syariat islam. Sumber data yang penulis dapatkan melalui metode penelitian kualitatif yaitu dengan melakukan observasi tempat penelitian kemudian dilanjutkan dengan wawancara kepada pemilik tempat wisata, salah satu karyawan, dan salah satu pengunjung termpat tersebut.

Kata kunci: Strategi pengembangan, Wisata Islami, Black Kupi Bukit Cinta, Gayo Lues.



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbingan Skripsi.
2. Surat Izin Penelitian dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Surat Izin Telah Melakukan Penelitian di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Daftar wawancara.
5. Daftar Riwayat Hidup.
6. Bahan dokumentasi penelitian.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gayo Lues adalah sebuah Kabupaten yang merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Aceh Tenggara. Kabupaten ini terletak di daerah pegunungan bukit barisan. Keindahan alam memang sudah tidak bisa diragukan lagi. Daerah ini memiliki pesona alam yang sangat luar biasa dengan berbagai macam keunikan tersendiri. Pemekaran dari Kabupaten Aceh Tenggara dasar Hukum UU No.4 Tahun 2002 pada tanggal 10 April 2002. Gayo Lues juga terkenal dengan julukan “Negeri Seribu Bukit” dan “Negeri Seribu Hafiz”. Sangat banyak tempat wisata yang bisa di jumpai di Gayo Lues ini mulai dari Air Terjun, Bukit Cinta, Bur Genting, Bur Jumpe, Brawang tasik, Kala Pinang, Agusen, Kedah, Uyem beriring, Bur reko, dan banyak objek wisata lainnya.¹

Black Kupa Bukit Cinta Sejarah dinamakan dengan sebutan Bukit Cinta bukan karena disitu tempat untuk remaja bercinta melainkan tempat ini memiliki asal usul atau filosofinya yaitu ketika dinamai dengan Bukit Cinta karena pada saat itu tumbuhlah sebatang pohon pinus yang pohon tersebut bentuknya menyerupai bentuk hati seperti bentuk cinta (love) yang mana pohon pinus tersebut seperti silang atau kawin dan tumbuh lagi pohon pinus yang kecil-kecil diantara bukit- bukit oleh sebab itu maka kemudian masyarakat Gayo Lues menyebutnya dengan sebutan Bukit Cinta. Black Kupa Bukit Cinta merupakan objek wisata alam yang cukup mudah dijangkau, karena wisata Bukit Cinta tidak jauh dari kota Blangkejeren, dari lokasi Black Kupa Bukit Cinta juga dapat

¹<http://id.m.wikipedia>, peraturan permendagri “ Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 72 tahun 2019 tentang perubahan atas permndagri nomor 137 tahun 2017 tentang kode dan data wilayah administrasi pemerintahan” kementerian dalam negeri Republik Indonesia, diakses pada 3 juli 2021, 21:49

melihat bagaimana indahnya pemandangan alam bahkan dari lokasi wisata Black KUPI Bukit Cinta dapat dilihat seperti barisan bukit-bukit, pegunungan, sungai yang mengalir dengan deras, hamparan sawah yang luas. Objek wisata Black KUPI Bukit Cinta merupakan tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan dengan daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Kegiatan wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan baik individu maupun grup dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk menghilangkan kerjaan diluar aktivitas kesehariannya seperti (bekerja, sekolah, mengurus rumah tangga) dalam waktu yang sementara.

Destinasi wisata Black KUPI Bukit Cinta cukup menarik perhatian pariwisatawan lokal maupun wisatawan asing. Nama ini diambil karena konon di tempat ini selalu dipenuhi cinta. Wisata ini merupakan wisata yang sangat booming, viral dan hits di kalangan masyarakat. Tempat ini terletak diatas desa penggalangan, di Kampong Blang Tenggulun Kecamatan Blangkejeren di mana jaraknya lebih kurang 5 km dari pusat Kabupaten Gayo Lues. Bukit cinta ini terletak di kawasan Taman nasional Gunung Leuser.²

Pengembangan usaha merupakan proses yang digunakan untuk mengidentifikasi, memelihara, memperoleh klein baru dan peluang bisnis guna meningkatkan pertumbuhan dan provitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Pengembangan usaha wisata Black KUPI Bukit Cinta perlu dimanfaatkan dalam pengembangan dan meningkatkan mutu daerah tujuan wisata, untuk melaksanakan terciptanya kondisi yang diharapkan dalam mengembangkan pariwisata maka perlu adanya sapta pesona. Sapta pesona adalah kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung

² Pendit. Nyoman, *Ilmu Pariwisata. Sebuah pengantar perdana*, (Jakarta: PT. Pradya Paramitra, 1994)

kesuatu daerah tujuan wisata serta memperoleh kepuasan atau kunjungannya. Sapta pesona mencakup unsur keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah-tamah, dan kenangan. Sapta pesona adalah salah satu unsur pokok dalam pengembangan dan peningkatan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata.³

Objek wisata Islami Bukit Cinta menyediakan maknannya yang halal, tempat yang bersih dan keamanan yang tertip. Dan dikatakan Objek wisata pasti mempunyai kelebihan dan kelemahan adapun kelebihan dari wisata Bukit cinta Adalah memiliki fasilitas yang memadai dan kebersihan yang bagus, sedangkan kelemahan dari wisata bukit belum terlaksananya Qanun No 8 pasal 36 tentang Syariat Islam.⁴ Karena wisata ini merupakan wisata umum yang bisa dikunjungi oleh siapa saja.

Konsep pariwisata Islami kedepannya akan menjadi bisnis yang banyak dilirik oleh para pelaku bisnis wisata. Dalam pengembangan pariwisata islami, pengenalan pasar parawisata Islam yang jelas sangat penting untuk memancing para pelaku bisnis wisata untuk terjun ke industri lokal. Gayo lues sendiri sebenarnya telah menerapkan konsep ini namun belum begitu jelas karena tidak ada arahan khusus dari pemerintahan, selain pelarangan melakukan perbuatan-perbuatan yang melanggar syariah serta menjual produk-produk yang haram. Konsep wisata islami bukan hanya berbicara tentang pelarangan, namun juga kenyamanan serta kepuasan tanpa mengesampingkan nilai-nilai islam. Bahkan disetiap tempat wisata sudah menyediakan fasilitas tempat-tempat ibadah umat Islam. Para pengrajin local juga turut mewarnai corak parawisata syariah yang ada

³ Bakaruddin, *Pengembangan Permasalahan Kepariwisataan*, (Padang: UNP Press, 2009).

⁴ Undang-undang, Qanun Nomor 8 2021, Pasal 36.

digayo lues, hanya saja masyarakat yang mempunyai keterampilan belum diberdayakan secara khusus oleh pemerintah untuk menunjang sector industry kreatif.⁵

Namun dalam pengembangan usaha wisata yang ada di Gayo Lues perlu ditinjau kembali dalam pengadaan fasilitas yang berbasis islami seperti tempat berwudhu, mushalla dan tempat yang terbuka atau tidak remang-remang.

Jadi dari potensi wisata Black KUPI Bukit Cinta yang ada di Gayo Lues ini menjadi daya tarik bagi wisata domestik dan rasional sehingga pelaku usaha pariwisata dalam ini harus memiliki strategi tersendiri dalam mengembangkan usahanya, maka dari hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti tentang “Strategi Pengembangan Usaha Objek Wisata Islami Black KUPI Bukit Cinta di Blang Tenggulun Gayo Lues”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dapat dirumuskan sebagai bahan penelitian yaitu:

1. Bagaimana Strategi mengembangkan objek Wisata Black KUPI Bukit Cinta sebagai salah satu objek wisata alam Islami yang berada di Gayo Lues kepada masyarakat?
2. Apa saja peluang dan tantangan pemilik wisata Black KUPI Bukit Cinta dalam menghadapi banyaknya persaingan dengan wisata lain?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan tersebut, maka ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dari penulisan proposal penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan objek Wisata Black KUPI Bukit Cinta kepada masyarakat.

⁵ Sabang, Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Syariah Dinas.

2. Untuk mengetahui tanggapan pemilik Wisata Black KUPI Bukit Cinta terhadap persaingan-persaingan yang ada disekitaran Black Kuupi Bukit Cinta.

D. Penjelasan Istilah

Berdasarkan dari pada judul yang dibuat ialah **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA OBJEK WISATA ISLAMI BLACK KUPI BUKIT CINTA DI BLANG TENGGULUN GAYO LUES”**.

1. Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *stragos*, yang berarti jenderal. oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “seni dan jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.⁶

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki teknik untuk mencapai tujuan efektif.⁷

⁶ Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gemaisari, Cet. Ke I, 2001), hlm 153-157.

⁷ Febdi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Cet. Ke II, 2000), hlm 17.

2. Objek Wisata Islami

KH Ma'ruf Amin berpandangan perspektif wisata Islami bukan mengubah objek wisata menjadi Islami. Islami yang dimaksud adalah penyediaan pangan yang disajikan dalam restoran, ketersediaan tempat ibadah, seperti mushola, tempat wudhu, arah kiblat, dan berbagai fasilitas pengunjung wisata bagi kaum Muslim saat melancong kesuatau tempat. dan hotel yang dapat memiliki standar keislaman juga terkait masalah kesehatan dan higienitas.

3. Pengembangan Pariwisata Islami

Pengembangan pariwisata Islami merupakan usaha untuk meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak hotel dan restoran, sekaligus meningkatkan aktivitas ekonomi di daerah tersebut.

Menurut Barreto dan Giantari Pengembangan Pariwisata adalah suatau usaha untuk mengembangkan atau menunjukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun berbeda-beda yang ada didalamnya untuk mendapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Sedangkan pengertian dari pengembangan adalah suatu proses mendesain pembelajaran secara logis, dan sistematis dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan dengan memperhatikan potensi dan kompetensi.⁸

4. Black KUPI Bukit Cinta

Black KUPI Bukit Cinta merupakan salah satu tempat wisata berbentuk kafe yang terletak di Kabupaten Gayo Lues, Kecamatan Blang tenggulun. Black KUPI berjarak kurang lebih 100 km dari pusat kota Blangkajeren.

⁸ Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm 24.

E. Manfaat penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian yaitu:

1. Objek Wisata Black Kupa Bukit Cinta lebih dikenal dengan baik oleh masyarakat Gayo Lues.
2. Mengetahui mengenai suasana dan fasilitas Objek Wisata Islami Black Kupa Bukit Cinta lebih diketahui masyarakat.

F. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab. Agar mendapat arah dan gambaran yang jelas mengenai hal yang tertulis, berikut ini sistematika penulisan secara lengkap:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Teoritik

Pada bab ini menjelaskan yang pertama adalah mengenai pengenalan Strategi pengembangan pariwisata yaitu pengertian strategi pengembangan pariwisata, model pemasaran objek pariwisata, manajemen pariwisata dan jenis-jenis wisata.

BAB III : Metodologi Penelitian

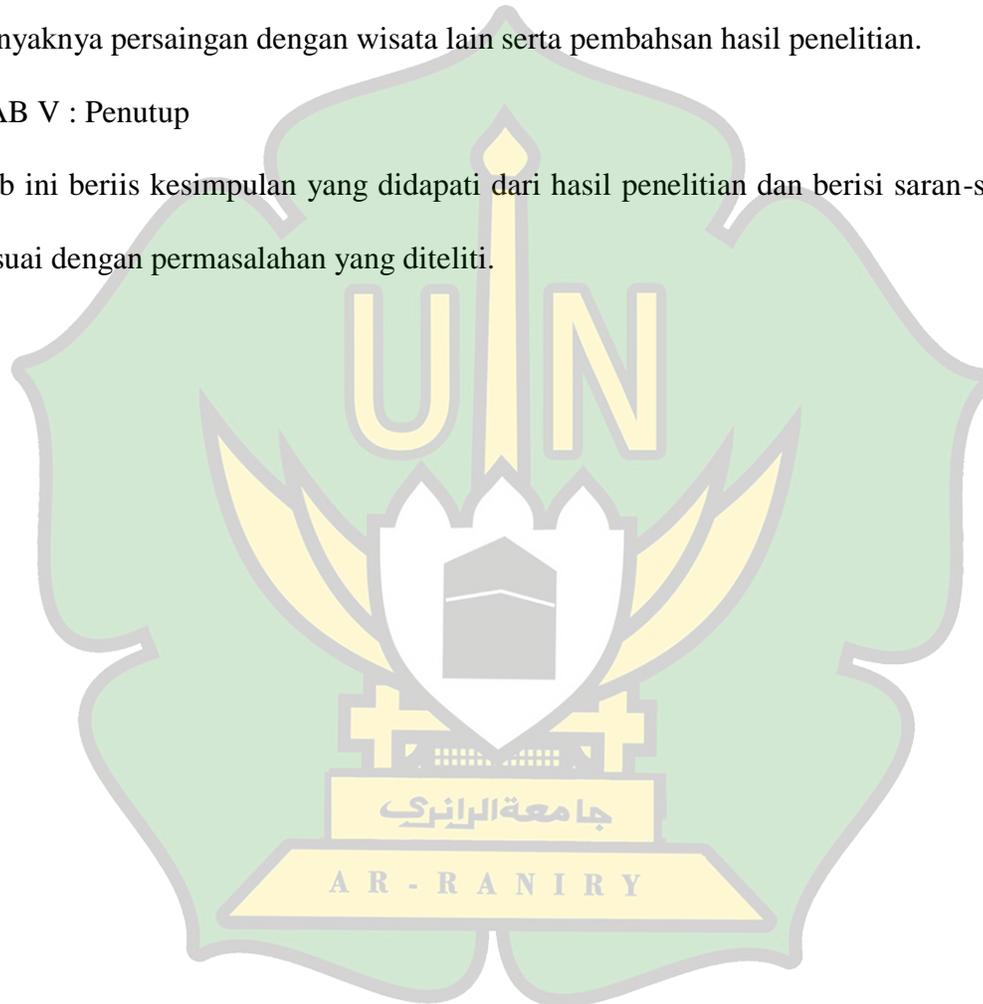
Dalam bab ini menyajikan tentang metode penelitian yaitu pendekatan penelitian atau metodologi yang digunakan oleh penulis, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Analisis Hasil Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil atau gambaran umum lokasi penelitian Antara pembahasannya adalah bagaimana strategi mengembangkan objek Wisata Bukit Cinta sebagai salah satu objek Wisata alam Islami yang berada di Gayo lues kepada masyarakat dan apa saja peluang dan tantangan pemilik wisata Bukit cinta dalam menghadapi banyaknya persaingan dengan wisata lain serta pembahsan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang didapati dari hasil penelitian dan berisi saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.



BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Terdahulu

Kajian ini adalah upaya untuk mengetahui penelitian mana yang sudah pernah dilakukan dan mana yang belum dilakukan, sehingga dapat membedakan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian-penelitian yang sudah ada.⁹ Tujuannya adalah supaya tidak ada duplikasi atau plagiat dalam penelitian yang akan dilakukan.

Sulaimansyah menulis skripsinya dengan judul “Minat Terhadap Objek Wisata Agusen Dalam Menambah Pendapatan Masyarakat di Desa Agusen, Kecamatan Blangkejeren, Kabupaten Gayo lues”. Penelitian ini membahas bagaimana minat masyarakat terhadap objek wisata Agusen, upaya-uapaya apa saja yang dilakukan masyarakat setempat untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap objek wisata Agisen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap objek wisata Agusen sangat bervariasi. Bervariasinya pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tergantung minat pengunjungnya. Hal ini dapat dilihat dari tingkat mengunjungi tempat wisata yaitu antara dua sampai tiga kali dalam seminggu. Satu sampai dua dalam seminggu. Adapun upaya masyarakat setempat (pengelola) dengan menambah menu makanan dan minuman, menambah tempat/pondok agar tempat berteduh bagi para pengunjung, dan memperbaiki sarana seperti wc dan ruang ganti, serta mempromosikan

⁹ Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 347.

objek wisata kepada saudara atau kerabat terdekat saja baik di dalam daerah maupun di luar daerah dan lewat media sosial dengan mengirim foto pemandangan objek wisata.¹⁰

Penelitian Lainnya yang dilakukan oleh saudara Mawardi yang berjudul “Strategi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kedah Kecamatan Blangjerango, Kabupaten Gayo Lues”. Penelitian ini membahas tentang pengembangan pariwisata sebagai andalan perekonomian nasional dalam operasionalnya bertumpu pada potensi alam, potensi budaya, dan kehidupan masyarakat lokasi pengembangan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi ekowisata Kedah Gayo Lues sebagai kawasan wisata serta mengetahui potensi yang ada di wisata Kedah Gayo Lues, pengembangan ekowisata yang ideal dimasa mendatang dan memformulasikan strategi pengembangan wisata Kedah Gayo Lues sesuai dengan konsep ekowisata.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Purposiva Sampling* dengan pengambilan sampel secara sengaja dan didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Sampel terpilih merupakan *Stakeholder* yang mempunyai keterkaitan dengan kawasan ekowisata Kedah. Wawancara dan pengisian kuisioner melibatkan pengelola kawasan ekowisata Kedah, Pemerintah, Pemerintah desa dan masyarakat setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedah adalah salah satu objek wisata alam berupa hutan yang terletak dikaki gunung Leuser bagian Gayo Lues. Secara administrasi ekowisata Kedah berada di Desa Penosan sepakat, Kecamatan Blangjerango, Kabupaten Gayo Lues. Wisata kedah merupakan ases bagi para Wisatawan untuk mendaki salah satu bagian dari Gunung Leuser. Keindahan kedah bukan hanya semata lokasi ini pintu gerbang menuju Leuser akan tetapi juga memiliki keunikan tersendiri, diantaranya hutan yang masih

¹⁰ Sulaimansyah, *Minat Masyarakat terhadap Objek Wisata Agusen, (Desa Agusen Kecamatan, Blangkejeren Kabupaten, Gayo Lues)*, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, (Banda Aceh 20014).

snagat bagus, aliran sungai yang belum dilintasi oleh pemukiman penduduk, udaranya yang sejuk, pemandangan yang indah serta jauh dari kebisingan.¹¹

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh saudara Muhammad Basyir, dan Maya sari yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Berlibur di gayo Lues”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan wisatawan berlibur di Kabupaten Gayo Lues. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah produk, tempat, harga dan promosi terhadap keputusan berwisata. populasi pada penelitian ini adalah wisatawan pada objek wisata. sampel diambil sebanyak 100 responden, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan spss 16,0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, tempat dan promosi berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan berwisata.¹²

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh saudara Sukri yang saya ambil dari Tesis yang berjudul “ Upaya Pemerintah dalam Pemberdayakan Masyarakat Islam Berbasis Desa Wisata Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Agusen Kecamatan Blangkejeren Kabupaten Gayo Lues”. Sebagai upaya untuk menghadapi berbagai tantangan dan perkembangan keadaan, lahirnya UU No 23 tahun 2014 tentang pemda bahwa salah satu mandate pembentukan kecamatan adalah salah satunya untuk memberdayakan masyarakat desa, seperti yang dinyatakan dalam pasal 221 ayat 1 bahwa”Daerha Kabupaten/kota membentuk kecamatan dalam rangka meningkatkan koordinasi penyelenggaraan pemerintah, pelayanan public, dan pemberdayaan masyarakat desa/kelurahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan tentang (1)

¹¹ Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian, Vol 6, Nomor 1, Februari 2021.

¹² Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol 4, Nomor 2, Mei 2019: 199-213

Upaya pemerintah Kecamatan Blangkejeren dalam memperdayakan masyarakat islam berbasis desa wisata guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa Agusen, (2) Proses pemerdayaan masyarakat Islam berbasis desa wisata guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa Agusen, (3) Perubahan setelah proses pemerdayaan masyarakat Islam berbasis desa wisata guna meningkatkan perekonomian masyarakat desa Agusen.

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah Field research dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data interview, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa upaya yang dilakukan pemerintah Kecamatan Blangkejeren adalah dengan pendekatan, program dulu desa ganja sekarang desa wisata, petani komodity kopi, kursus Bahasa ingris dan pemberdayaan masyarakat desa Agusen berbasisi desa wisata adalah melalui penyadaran, perencanaan program desa wisata dewa Agusen, pelatihan dan pengembangan keterampilan, baik dalam pengembangan desa wisata, komodity petani kopi, kursus Bahasa inggris, sedangkan setelah proses pemerdayaan masyarakat berbasis desa wisata terhadap pertumbuhan perekonomian masyarakat desa Agusen adalah dengan munculnya usaha-usaha baru bagi masyarakat desa Agusen, seperti warung makan, kedai kopi dan juga penghasilan dari tiket masuk, parker dan sewa alat perlengkapan untuk arum jeram.¹³

Adapun persamaan yang akan dilakukan peneliti dengan kajian terdahulu yaitu melakukan penelitian di wisata Gayo Lues, dan berbedaannya yaitu peneliti tidak mengambil lokasi ditempat yang sama yang mana dijelaskan dalam kajian terdahulu, dikajian terdahulu membahas tentang Minat Terhadap Objek Wisata Agusen Dalam

¹³ Sukri, *Upaya pemerintah dalam Pemberdayaan Masyarakat Islam Berbasis Desa Wisata Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Agusen Kecamatan Blangkejeren Kabupaten Gayo Lues*, Program Studi Pengembangan Masyarakat islam, Unibersitas islam Negeri raden Intan Lampung,(Bandar Lampung, 2020).

Menambah Pendapatan Masyarakat di Desa Agusen, Kecamatan Blangkejeren, Kabupaten Gayo lues”. Sedangkan penelitian sekarang ini membahas tentang Strategi Pengembangan Objek wisata Bukit Cinta di Blang Tenggulun Gayo lues.

B. Strategi Pengembangan Pariwisata

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari Bahasa latin *Strategia*, yang artinya sebagai seni penggunaan rencana untuk mencapai tujuan. Strategi adalah suatu penrencaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan saran tertentu. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan disuatu perusahaan dalam waktu jangka panjang dan untuk menentukan program tidak lanjut serta proiritas lokasi sumber daya. Sedangkan menurut porter, strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan dalam bersaing. Strategi ini digunakan sebagai proses untuk menentukan rencana yang paling baik yang dipilih oleh para pemimpin puncak untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁴

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi. Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian strategi selalu dimulai darinapa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang belum terjadi.¹⁵

¹⁴ Husein Umar, *Management Strategi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm 16.

¹⁵ Husein Umar, *Managemet Strategi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm 31.

Peran strategi dalam sebuah usaha, strategi memiliki peran yang sangat penting bagi pencapaian tujuan, karena strategi memberikan arah tindakan dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi memiliki tiga peranan penting dalam mengisi tujuan manajemen yaitu yang *pertama*, Strategi sebagai pendukung untuk pengambilan keputusan. Strategi sebagai suatu elemen untuk mencapai sukses. Strategi merupakan suatu bentuk atau tema yang diberikan kesatuan hubungan antara keputusan-keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi. *Kedua*, Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi salah satu peranan penting, sarana koordinasi dan komunikasi adalah untuk strategi memberikan kesamaan arah bagi perusahaan. *Ketiga*, Strategi sebagai target, konsep strategi akan digabungkan dengan misi dan visi untuk menentukan dimana perusahaan berada dalam masa yang akan datang.¹⁶

2. Pengertian Pengembangan

Menurut sudjana istilah pengembangan diambil dari bahasa inggris yaitu *Development*, yaitu berarti proses. Menurut Marihot T. Efendi H. Pengembangan didefinisikan sebagai usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai.¹⁷

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Pengembangan adalah suatu proses desain pembelajaran secara logis dan sistematis

¹⁶ Rohman Muhammad, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2012), hlm 57

¹⁷ Sudjan, *Manajemen Program Pendidikan untuk Pendidikan Luar Sekolah dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Falah Production, 2000), hlm 353.

dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan belajar dengan memperhatikan potensi dan kompetensi secara didik.¹⁸

Prinsip pengembangan Pariwisata yaitu:

1. Keseimbangan aspek pelestarian dan pengembangan serta berorientasi kedepan (jangka panjang).
2. Menekankan pada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat setempat.
3. Pengelolaan sumber daya yang tidak merusak (sosial, budaya dan ekonomi).
4. Keselarasan/sinegis antara kebutuhan wisatawan, lingkungan hidup dan masyarakat local (monitoring yang ketat).
5. Mampu mengembangkan apresiasi masyarakat terhadap warisan budaya dan lingkungan hidup.

3. Pengertian Pariwisata

Pariwisata ialah seseorang dapat melakukan perjalanan dengan berbagai cara karena alasan yang berbeda-beda pula. Suatu perjalanan yang dianggap sebagai perjalanan wisata apabila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan. Yaitu harus bersifat sementara, harus bersifat sukarela, tidak bekerja yang sifatnya upah ataupun bayaran. Namun sebelum mencoba memberikan batasa pengertian pada kata pariwisata, perlu dikemukakan bahwa kata tersebut tidak selalu memberikan arti maupun ruang lingkup yang sama. Misalnya seorang dapat melakukan perjalanan sesuai dengan persyaratan-persyaratan tersebut, baik dalam Negeri (Demestic tourism) atau pariwisata Nasional (National tourism), dan pariwisata Internasional (International tourism).¹⁹

¹⁸ Abdul Majid, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), hlm 24.

¹⁹ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 1987), hlm 22.

Pengertian pariwisata menurut Undang-undang No 9 Tahun 1990 pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.²⁰

Kemudian pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan, keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan ditempat tujuan. Wisatawan atau kunjungan yang dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula.²¹

Berdasarkan definisi pariwisata maka disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu daerah asal dan juga daerah tujuan (destinasi)
2. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan juga daya tarik wisata
3. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata
4. Pelaksanaan perjalanan ke daerah tujuan dilakukan dengan waktu sementara
5. Terdapat dampak yang ditimbulkan, khususnya daerah tujuan segi sosial budaya, ekonomi dan lingkungan.

Jadi pengertian strategi pengembangan pariwisata menurut Suryono strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan, kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan tiga hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu

²⁰ Direktorat Jendral Parawisata, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2009), hlm 7.

²¹ Muljadi A.J, *Kepariwisata dan Perjalanan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), hlm 10.

strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam pelaksanaan fungsi dan perannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangansarana dan prasarana pariwisata.²²

Strategi pengembangan pariwisata adalah suatu kesatuan yang sifatnya komprehensif dan terpadu dari unsur pemerintah, swasta, masyarakat dan akademik untuk mengkaji kendala, kondisi lingkungan internal dan eksternal objek wisata sehingga dapat menjadi destinasi pariwisata. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara local, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pengembangan perekonomian daerah atau negara. Apabila daerah tersebut pariwisatanya berkembang dengan baik, dengan sendirinya akan memberikan dampak positif bagi daerah tersebut dan dapat memberikan lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat.²³

Selain itu, dengan adanya pengembangan wisata menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisatawan tersebut. Wisatawan pasti berkeinginan untuk menyaksikan dan melihat keindahan alam maupun segala hal yang ada di dalamnya seperti cagar alam, kebun raya, tempat bersejarah, perkebunan dan lain sebagainya. Untuk itu di suatu daerah wisata harus menyajikan atau membangun beberapa objek dan atraksi wisata yang menarik, juga mengembangkan produk-produk baru agar wisatawan selalu berminat untuk mengunjungi daerah wisata tersebut. Pengembangan suatu produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar

²² Jurnal Administrasi Publik , Vol 1, No 4, hlm 135-143.

²³ Oka A. Yoeti, *Perencanaan Ilmu Pariwisata*, (Bandung: PT Angkasa, 1996), hlm 77.

dan berencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis produk yang dihasilkan ataupun yang akan dipasarkan.²⁴

4. Wisata Islami

Ada beberapa pandangan dan konsep wisata islami salah satunya disampaikan Wapres KH Ma'ruf Amin saat masih menjabat Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI).

KH Ma'ruf Amin berpandangan perspektif wisata Islami bukan mengubah objek wisata menjadi Islami. Islami yang dimaksud adalah penyediaan pangan yang disajikan dalam restoran, ketersediaan tempat ibadah, seperti mushola, tempat wudhu, arah kiblat, dan berbagai fasilitas pengunjung wisata bagi kaum Muslim saat melancong kesuatau tempat. dan hotel yang dapat memiliki standar keislaman juga terkait masalah kesehatan dan higienitas.

Wisata Islami merupakan adopsi dari Negara-negara non-Organisasi Konferensi Islam (OKI) yang melihat potensi besar dari pertumbuhan Muslim diseluruh dunia. Wisata Islami diciptakan untuk mawadahi kebutuhan beribadah bagi para muslim di Negara-negara non-OKI, seperti menyediakan tempat ibadah (mushola) dan restoran halal. Selain berkaitan dengan urusan makanan dan minuman pengelolaan destinasi, pariwisata islami juga berkaitan bagaimana di destinasi wisata Islami terdapat perbankan syariah atau pengelolaan keuangan bersyariah. bahkan, bila perlu ada paket tour wisata syariah, pemadu yang bersertifikat.

Ketua Umum Perkumpulan Pariwisata Halal (PPHI) Riyanto Sofyan menyatakan pariwisata islami merupakan brand internasional yang menyasar para wisatawan Muslim

²⁴ Oka A. Yoeti, *Perencanaan Ilmu Pariwisata*, (Bandung: PT Angkasa, 1996), hlm 96.

di seluruh dunia. Mengaitkan pariwisata Islami dengan Islamisasi maupun Arabisasi merupakan hal yang cenderung rasis. sebab wisata Islami merupakan kebutuhan global san berpotensi besar mendatangkan devisa bagi Negara. Istilah pariwisata Islami justru banyak digunakan oleh Negara-negara yang mayoritas non-Muslim. Tujuannya, untuk mendatangkan wisatawan Muslim mancanegara, seperti warga Malaysia, Singapura, Timur tengah, Eropa, Amerika, Australia. Hal itu dilakukan agar wisatawan Muslim tetap nyaman berwisata dan tidak melanggar larangan agama, terutama saat makan dan minum.

Sandiaga Uno tentang Wisata Islami, Menteri Pariwisata dan Ekonomi kreatif Sandiaga Uni menyatakan wisata Islami merupakan layanan tambahan atau extension of services yang ditujukan bagi wisatawan Muslim. Wisata Islami bukan berarti semua tempat wisata harus sesuai dengan ajaran Islam. Saat ini yang dijadikan landasan hukum pariwisata Islam adalah Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, dalam hal ini harus ada payung hukum untuk melindungi dan melestarikan objek wisata dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab, peran hukum disini telah dicantumkan dalam Undang-undang kepariwisataan pasal 27 ayat (1) menyebutkan bahwa setiap orang dilarang merusak sebagian atau seluruh fisik daya tarik wisata (2) merusak fisik daya tarik wisata sebagaimana yang dimaksud dimaksud pada ayat (1) adalah melakukan perubahan warna, mengubah bentuk, menghilangkan apesies tertentu, mencemarkan lingkungan memindahkan dan mengambil, menghancurkan daya tarik wisata sehingga mengakibatkan berkurang atau hilangnya keunikan, keindahan dan nilai autentik suatau daya tarik wisata.

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Prosdud halal, pasal 1

1. Produk adalah barang dan jasa atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetic, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat.
2. Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.
3. Proses produk halal selanjutnya disingkat PPH adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, mengelola, menyimpan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian produk.
4. Bahan adalah unsur yang digunakan untuk membuat atau menghasilkan produk.
5. Jaminan halal yang selanjutnya disingkat JPH adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal.
6. Badan penyelenggaraan jaminan produk halal yang selanjutnya disingkat BPJPH adalah badan yang dibentuk oleh pemerintah untuk menyelenggarakan JPH.
7. Majelis Ulama Indonesia yang selanjutnya disingkat MUI adalah wadah musyawarah para ulama, zuama, dan cendekiawan muslim.
8. Lembaga pemeriksa halal yang selanjutnya disingkat LPH adalah lembaga yang melakukan kegiatan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan produk.
9. Auditor adalah orang yang memiliki kemampuan melakukan pemeriksaan kehalalan produk.

Black KUPI Bukit Cinta sudah termasuk wisata Islam dalam pandangan menu dan tempat, karena di lokasi tersebut menyediakan tempat wudhu, mushola seperti yang telah dijelaskan oleh KH Ma'ruf Islami yang dimaksud adalah penyediaan pangan yang disajikan dalam restoran, ketersediaan tempat ibadah, seperti mushola, tempat wudhu, arah kiblat, dan berbagai fasilitas pengunjung wisata bagi kaum Muslim saat melancong kesuatau tempat. Akan tetapi wisata tersebut belum sepenuhnya dikatakan wisata Islam karena masih banyak orang yang datang ke wisata tersebut dengan lawan jenis atau belum menikah, karena lokasi tersebut merupakan wisata umum yang diperbolehkan siapa saja berkunjung baik wisatawan dalam maupun wisatawan luar.

5. Model Pemasaran Objek Pariwisata

Model memiliki peranan penting agar perencanaan yang telah dibuat dapat tercapai maksimal. Model merupakan sebuah pola, contoh serta acuan dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan. Pemasaran pariwisata menekankan lebih jauh tentang siapa sebetulnya segmen pasar dan bagaimana perilakunya penekanannya, bagaimana mengkomunikasikannya kepada pasar bahwa produk yang ditawarkan (destinasi) adalah unggul dan berbeda dengan produk lain. Media promosi konvensional tidak selamanya dapat digunakan untuk produk pariwisata, terlebih produk wisata minat khusus. Pemasaran pariwisata menurut Holloway dan Robinson terdiri dari 7P yaitu: Product, Positioning, Price, Promotion, Place, Packaging, Partnership.²⁵

²⁵ Manafe, Janri D. Tuty Setyorini dan Yermias A. Alang, *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi dan Objek Wisata Alam Seni dan Budaya*, (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Volume 4, No 1, hlm 101-103.

Pemasaran pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan atau kelompok industri pariwisata, baik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup local, regional, nasional, atau internasional guna mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar. Promosi hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas produknya agar tersedia bisnis dan manajemen Islam pemasaran pariwisata.²⁶

Objek wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Objek wisatawan merupakan semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan atraksi wisata merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati oleh wisatawan. Yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan.²⁷

6. Manajemen Pariwisata

Berdasarkan Undang-undang dasar No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, definisi wisata adalah kegiatan perjalanannya yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi

²⁶ Manafe.Janri D. Tuty Setyorini dan Yermias A. Alang, *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi dan Objek Wisata Alam Seni dan Budaya*, (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam), Volume 4, No 1, hlm 203-205.

²⁷ Yoeti, *Wisata Alam Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia, 1996), hlm 335.

dalam jangka waktu semetara. sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Manajemen destinasi pariwisata dapat dilakukan dengan berpatokan kepada 4 (empat) unsur yaitu:

1. Perencanaan

Perencanaan merupakan suatu pemilihan yang berhubungan dengan kenyataan-kenyataan, membuat dan menggunakan asumsi-asumsi yang hubungan dengan waktu yang akan datang dalam menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diusulkan dengan penuh keyakinan untuk tercapainya hasil yang dikehendaki.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian berarti menentukan mengelompokkan dan mengatur berbagai kegiatan yang dianggap perlu untuk mencapai tujuan, dengan menetapkan faktor-faktor lingkungan fisik yang sesuai, dan menunjukkan hubungan kewenangan yang dilimpahkan terhadap setiap individu yang ditugaskan untuk melaksanakan kegiatan.

3. Penggerakan

Proses penentuan apa yang harus diselesaikan, penilaian pelaksanaan, bila perlu melakukan tindakan korektif supaya pelaksanaannya tetap sesuai dengan rencana yaitu sesuai dengan standar.

4. Pengawasan

Pengawasan merupakan usaha agar semua anggota kelompok suka melaksanakan tercapainya tujuan dengan kesadarannya dan berpedoman pada perencanaan usaha organisasinya.²⁸

Kemudian dalam kajian Manajemen pariwisata ada beberapa usaha pariwisata yaitu:

²⁸ Wahab, Manajemen Kepariwisata, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2003), hlm. 12-16

a. Usaha jasa kepariwisataan

1. Biro perjalanan wisata (BPW)
2. Agen perjalanan wisata (APW)
3. Pramuwisata
4. MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)
5. Konsultan pariwisata (Penasehat dan perencanaan penyelenggaraan parawisata)
6. Informasi pariwisata (Akurasi dan kepariwisataan).

b. Usaha sarana pariwisata

1. Penginapan dalam berbagai bentuk
2. Usaha yang berhubungan dengan makan dan minum dalam berbagai bentuknya.²⁹

6. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut pendit pariwisata dapat dibedakan menuurt notif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut.

1. Wisata Budaya

Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni music, dan seni suara) atau kegiatan yang bernetif kesejarahan dan sebagainya.

²⁹ Susetyarini. Okta, *Kajian Manajemen Kunjungan di Kawasan Wisata*, (Jurnal Ilmiah Lepariwisataan, 2017) Volumen 11, No 2, hlm 25-40.

2. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan olah raga di air, danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau Negara-negara maritime, di laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya.

3. Wisata Cakar Alam (Taman Konsevasi)

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah alam, taman lindung, hutan daerah pengunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

4. Wisata Konvensi

Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. berbagai Negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan ;lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

5. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, lading pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya

pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

6. Wisata Buru

Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah Negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, ziraf, an sebagainya.

7. Wisata Ziarah

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan Agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umay atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, kebukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

C. Analisis Pariwisata

a. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategi yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang teradi dalam proyek atau disebuah usaha bisnis, atau menegvaluasi nilai-nilai produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokan kedalam faktor internal, Sedangkan peluang dan ancaman didefibnisikan sebagai faktor eksternal.³⁰

Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.³¹

b. Faktor-faktor dalam Analisis SWOT

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan sumber daya atau kapasitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relative lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayani. Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilihan keunggulan kompetitif oleh unit perusahaan di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan melayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.³²

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara relatif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan-kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau

³¹ Pearce Robinso, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 229

³² Sondang. Siagian, *Manajemen Strategi*, hlm.172

tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan dan sebagainya.³³

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecendruangan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/ regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/ pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

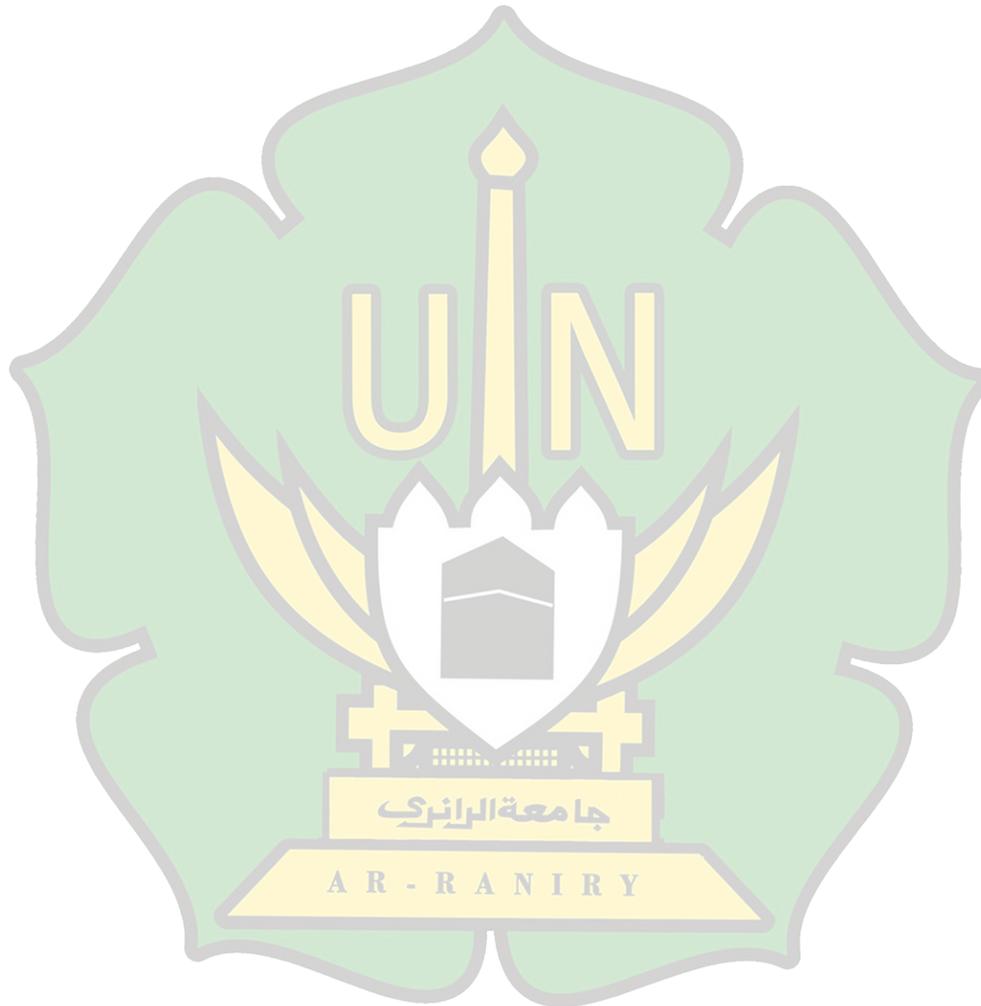
Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau berbaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.³⁴

Faktor kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang

³³ Fred. David, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 17

³⁴ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi* (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), hlm. 109

bersangkutan. Analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan parapenentu strategi perusahaan untukn memaksimalkan peranaan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.³⁵



³⁵ Pearce Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, hlm. 231

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam metode penelitian Kaelan menjelaskan bahwa metode penelitian menyangkut pada objek material apa yang akan diteliti dan cara-cara penelitian dilakukan dengan menguraikan langkah-langkah praktis tentang bagaimana metode pengumpulan data, metode pengelolaan data, dan metode analisis data.³⁶ Kaelan juga menyatakan ada perbedaan antara metode penelitian dan metodologi penelitian. Metode adalah suatu cara, jalan, petunjuk pelaksanaan atau petunjuk teknis sehingga memiliki sifat yang praktis. Adapun metodologi penelitian yang disebut sebagai science of methods adalah ilmu yang membecicarakan cara, jalan atau petunjuk praktis dalam penelitian.³⁷

Dalam melakukan penelitian ilmiah, amatlah diperlukan metode yang benar-benar sesuai dengan objek yang hendak diteliti. Agar kegiatan penelitian dapat dilaksanakan secara rasional mencapai hasil yang baik, maka penelitian kualitatif ini penelitian sebagai instrument berfungsi menetapkan focus penelitian, dan memilih informasi sebagai sumber data. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, seterusnya untuk mendapatkan data dilapangan peneliti diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. hal ini sesuai dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Mohd Nazir yang menyatakan bahwa, “Metode deskriptif” gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual akurat fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.³⁸

³⁶ Kaelan, *Metode Penelitian: Kualitatif Interdisipliner*, Ed. I, (Yogyakarta: Paradigma, 2010), hlm. 236

³⁷ Kaelan, *Metode Penelitian: Kualitatif Interdisipliner*, Ed. I, (Yogyakarta: Paradigma, 2010), hlm. 7

³⁸ Mohd Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1985), hlm. 65

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti.³⁹ Sedangkan teknik penulisan skripsi berpedoman pada buku, “*Panduan Penelitian Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh*”.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Wisata Black Kupa Bukit Cinta di Desa Blang Tenggulun, Kecamatan Blangkejeren, Kabupaten Gayo lues, Provinsi Aceh. Adapun alasan penulis memilih lokasi ini adalah sebagai objek penelitian karena Wisata Black Kupa Bukit Cinta salah satu Wisata termegah di Gayo lues, dan juga ingin mengetahui strategi pengembangan wisata tersebut.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian, artinya tanpa data tidak ada riset dan data dipergunakan dalam suatu riset yang merupakan data yang harus benar, kalau diperoleh dengan tidak benar maka akan menghasilkan informasi yang salah. Dalam penelitian ini penulis akan memperoleh data melalui prosedur:

³⁹ Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 166.

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara. Teknik wawancara sering digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga pada objek-objek alam yang lain.⁴⁰

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis, dan perbuatan, untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁴¹ Observasi penulis lakukan dengan mengunjungi tempat wisata Bukit Cinta yang berada langsung dilokasi penelitian.

Penulis mengunjungi wisata Black Kupa Bukit Cinta yang ada di Desa Blang Tenggulub, Kecamatan Blangkejeren, Kabupaten Gayo Lues dan meninjau lokasi kemudian melakukan wawancara dan pengambilan dokumentasi.

2. Wawancara

Dalam wawancara selalu dihadapkan dengan dua hal yaitu yang pertama harus secara nyata mengadakan interaksi dengan responden. Kedua menghadapi kenyataan dan bagaimana cara berinteraksi dengan orang banyak. Melalui wawancara penelitian akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Wawancara dilakukan dengan dengan sejumlah informasi terdiri dari yang mengelola objek wisata bukit cinta tersebut dan para pedagang diwisata tersebut.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandungan: Alfabeta, 2011), hlm. 145

⁴¹ Joko, Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2004), hlm. 62.

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (interviewee).⁴²

Dalam melakukan wawancara penulis mewawancarai pemilik wisata Black Kupu Bukit Cinta yaitu ibu Masitah Santi S.E dan beberapa karyawan yaitu min Alvi Syahrin dan Khadijah.

3. Studi Dokumentasi

Untuk mengumpulkan data yang lebih lengkap dan akurat maka penulis menambahkan studi dokumentasi. Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasta, notulen rapat dan agenda yang berkaitan dengan masalah penelitian.⁴³

D. Teknik Analisi Data

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif analisis yaitu suatu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang dan dilakukan dengan berbagai teknik deskriptif. Diantaranya penyelidikan yang memutuskan, menganalisa dan mengaplikasikan serta mengambil kesimpulan. Setelah semua terkumpul, lalu data tersebut akan dianalisis dan diklasifikasikan.

pengklasifikasikan serta penganalisaan semua data ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

⁴² Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 143.

⁴³ Suharsimi Srikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.

1. Mengumpulkan sejumlah data untuk diseleksi dan dilakukan analisis.
2. Menyeleksi data-data yang relevan dengan penelitian ini.
3. Menganalisa (membahas) serta menyimpulkan.

Anas sudjono mendefinisikan sebagai proses penelaahan, pengurutan dan pengelompokan data yang tujuan menarik suatu kesimpulan.⁴⁴ Reduksi data adalah proses memilih, mencario memfokus, membuat singakatan dan mencarai abstraksi.

1. Sajian data adalah yang sebelumnya sudah dianalisis dalam proses reduksi tetapi analisis yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan penelitian.
2. Penarikan kesimpulan atas penilaian adalah kesimpulan dalam proses menarik intisari dari reduksi data dan sajian data.⁴⁵

Semua sajian data yang diperoleh akan dibahas melalui metode deskripsi, karena dengan metode ini akan dapat menggambarkan semua data yang diperoleh serta dideskripsikan (dipaparkan) dalam bentuk tulisan dan karya ilmiah. Dengan menggunakan metode ini juga seluruh kemungkinan yang didapati di lapangan akan dapat dipaparkan secara lebih umum dan dapat digambarkan lebih luas.

Sebelum melakukan analisis data, maka penulis melakukan pengolahan data secara keseluruhan dengan cara mengklasifikasi data-data yang didapati sesuai dengan katagori-katagori tertentu, berdasarkan hasil penelitian yang didapati sesuai dengan masalah, kemudian langkah selanjutnya penulis melakukan analisa data berdasarkan hasil perolehan data sebelum dan setelah data-data terkumpul yang terdapat pada hasil penelitian melalui Dinas pariwisata Gayo lues dan pemilik Wisata Black Kopi Bukit

⁴⁴ Anas Sudjono, *Penghantar Statistic Pendidikan*, (Jakarta: Mutiara, 2001), hlm. 105

⁴⁵ Anas Sudjono, *Penghantar Pendidikan*, (Jakarta: Mutiara, 2001) hlm. 105

Cinta Blang Tenggulun, Kabupaten Gayo Lues. Maka disusun dalam suatu perbahaasan. Adapun kajian ini menyangkut kajian yang akan dijelaskan oleh penulis maka ia harus dijalankan selaras dengan objek kajian utama permasalahan. Dan menggambarkan keadaan sasaran apa adanya. Dalam penulisan ini peneliti menganalisis tentang pengelolaan kegiatan Wisata Black Kupi Bukit Cinta Gayo Lues.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Objek Wisata Black Kupi Bukit Cinta

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Gayo Lues merupakan salah satu Kabupaten dalam wilayah Provinsi Aceh. Bentuk berdasarkan Undang-undang No 4 tahun 2002. Kabupaten yang beribukota Blangkejeren ini memiliki luas wilayah 5.719,58 km². Secara geografis Kabupaten Gayo Lues terletak pada garis lintang $03^{\circ} 40' - 04^{\circ} 17' LU$ dan garis bujur $96^{\circ} 43' - 55' BT$.⁴⁶ Dengan batas administratif sebagai berikut:

1. Utara : Kab. Aceh Tengah, Kab. Nagan Raya, dan Kab Aceh Timur
2. Selatan : Kab. Aceh Tenggara, dan Kab. Aceh Barat Daya
3. Barat : Kab. Aceh Barat Daya
4. Timur : Kab. Aceh Tamiang, dan Kab.Langkat(provinsi. Sumatra Utara)

Wisata Black Kupi Bukit Cinta terletak Di Desa Blang Tenggulun Gayo Lues, lokasi wisata Black Kupi Bukit Cinta tersebut merupakan objek wisata alam yang cukup mudah dijangkau, karena wisata Black Kupi Bukit Cinta tidak jauh dari pusat kota Blangkejeren, dan wisata ini dikelola oleh Ibu Masitah Santi S.E beliau merupakan pemilik cafe Black Kupi Bukit Cinta.

⁴⁶ Ibnu Hasim, Gayo Lues: BPS dan BAPEDA, 2015, hlm 20

2. Sejarah Wisata Black Kupi Bukit Cinta

Gayo Lues disebut dengan Negeri seribu bukit karena lokasinya yang terletak di dataran tinggi yang dikelilingi dengan banyaknya perbukitan. Sejarah dinamai dengan sebutan Bukit Cinta bukan karena disitu tempat untuk remaja bercinta melainkan tempat ini memiliki asal usul atau filosofinya yaitu ketika dinamai dengan Bukit Cinta karena pada saat itu tumbuhlah sebatang pohon pinus yang pohon tersebut bentuknya menyerupai bentuk hati seperti bentuk cinta (love) yang mana pohon pinus tersebut seperti silang atau kawin dan tumbuh lagi pohon pinus yang kecil-kecil diantara bukit-bukit oleh sebab itu maka kemudian masyarakat Gayo Lues menyebutnya dengan sebutan Bukit Cinta. Adapun asal mula Bukit Cinta ini karena Gayo Lues dikenal dengan Negeri Seribu Bukit, yang mana Gayo Lues ini terkenal dengan banyaknya bukit-bukit disekelilingnya Oleh karena itu disebut dengan Bukit cinta karena Pohon tersebut tumbuh diatas perbukitan dan pada akhirnya pohon pinus tersebut yang menyerupai bentuk hati kemudian dibakar oleh masyarakat yang tinggal disekitaran Bukit cinta karena banyaknya terjadi hal yang tidak disukai masyarakat seperti adanya sebagian masyarakat yang berjudi, kenakalan remaja dan pada saat itu ada beberapa dari masyarakat desa penggalangan yang desanya tidak jauh dari pohon pinus tersebut dan pada akhirnya pohon tersebut dibakar sampai tidak ada lagi orang yang melakukan hal tersebut. Sampai saat ini pohon pinus tersebut masih tumbuh lagi dengan bentuk yang kecil dan masih menyerupai pinus lambang cinta walau tidak terlihat dengan jelas lagi setelah hangus dibakar oleh masyarakat Gayo karena pohon tersebut sangat jauh diperbukitan.⁴⁷

⁴⁷ Hasil Wawancara Ibu Masitah Santi, Pemilik Wisata Black Kupi Bukit Cinta, Pada Hari Rabu 23 Februari 2022.

Kemudian pada tahun 2020 Ibu Masitah Santi S.E membangun sebuah wisata yang tidak terlalu jauh dengan pohon pinus yang tumbuh di bukit maka wisata tersebut dinamai dengan wisata Black KUPI Bukit Cinta, wisata tersebut masih tetap dijuluki dengan Bukit Cinta karena pada awalnya sebelum dibangun wisata tersebut tempat itu sudah di namai dengan Bukit Cinta sehingga lokasi yang dibangun oleh Ibu Masitah Santi S.E sangat cocok untuk di jadikan wisata dan sampai saat ini wisata Black KUPI Bukit Cinta cukup terkenal megah oleh kawasan masyarakat Gayo atau wisatawan asing bukan karena hanya pemandangan yang indah akan tetapi cuaca yang sangat sejuk membuat para wisatawan merasa tenang dan menikmati tempat wisata tersebut. Sampai akhirnya terbentuklah wisata Black KUPI Bukit Cinta yang dipimpin oleh ibu Masitah Santi S.E dengan beberapa karyawan dan banyak dukungan dari orang-orang sekeliling seperti suami dan keluarga lainnya. Pada awal dibangun sebuah wisata Black KUPI Bukit Cinta Ibu Masitah Yanti S.E hanya mempunyai lima orang karyawan saja kemudian berjalannya waktu wisata ini semakin ramai di kunjungi dan semakin megah dikenal oleh para wisatawan hingga bertambahnya karyawan menjadi sekarang ini 15 orang.

Wisata ini bukan hanya dilihat dari pemandangan yang indah saja akan tetapi wisata ini memiliki menu khas tersendiri seperti menyediakan kopi gayo alasannya adalah semata-mata ingin mengenalkan kopi gayo kepada para wisatawan, lepat goreng yang mana diwisata lain yang ada di gayo lues tidak menyediakan menu yang seperti di wisata ini, oleh sebab itu banyaknya parawisatawan yang merasa penasaran akan menu atau pemandangan yang ada di wisata Black KUPI Bukit Cinta hingga mereka berkunjung dan berwisata ke Black KUPI Bukit Cinta.⁴⁸

⁴⁸ Hasil Wawancara Ibu Masitah Santi, Pemilik Wisata Black KUPI Bukit Cinta, Pada Hari Rabu 23 Februari 2022.

Dari atas lokasi wisata Black Kupa Bukit Cinta, pengunjung dapat melihat pemandangan alam yang sangat jarang atau bahkan tidak akan dapat jumpai di daerah perkotaan seperti barisan perbukitan, pegunungan, sungai yang mengalir dengan deras, hamparan sawah yang luas dan lain-lainnya. Mungkin itu sebabnya mengapa tempat ini dinamakan dengan nama Bukit Cinta, karena pemandangan dan suasana yang ada di Black Kupa Bukit Cinta membuat tempat ini sangat cocok untuk tempat melakukan photo priwedding, atau foto lainnya karena pemandangannya sangat indah untuk dijadikan tempat untuk berpose yang indah. Sekarang ini di Black Kupa Bukit Cinta sudah banyak spot instagramable dan cafe-cafe, hal ini pastinya menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Bukit Cinta tidak hanya memiliki satu café saja bahkan ada beberapa cafe yang dibangun dekat dengan Bukit Cinta dan tentu semua cafe memiliki fasilitas yang berbeda dan daya tarik masing-masing. Nama café yang dekat dengan bukit cinta tersebut adalah Black Kupa Bukit Cinta, Uyem Beriring, Sabenah. Yang menjadi begitu mempersona dengan pohon pinus di kiri kanan menjadi sajian utama. Selain itu pastinya ada bukit-bukit yang memanjakan mata. Kemudian penulis memilih café Black Kupa Bukit cinta Untuk dijadikan sebagai objek sebuah penelitian dalam menyelesaikan karya ilmiah, Cafe tersebut memiliki fasilitas yang cukup baik untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung. Seperti sudah adanya toilet, mushola, tempat parkir yang cukup luas untuk penggunaan roda empat dan roda dua, kemudian di wisata ini juga banyak pondok-pondok untuk bersantai, kursi, meja dan ayunan untuk anak-anak. Black Kupa Bukit Cinta saat ini merupakan wisata termegah di Gayo Lues yang setiap harinya dikunjungi oleh banyak wisatawan,. dan pemasukan yang dikelola sehari bisa mencapai satu juta

rupiah pada hari biasa, jika pengunjungnya penuh tetapi jika pengunjungnya standar dalam sehari pemasukan yang ada minimal lima ratus ribu rupiah.

Intensitas pengunjung yang ramai yaitu dihari sabtu minggu karena hari tersebut merupakan akhir pekan untuk wisatawan dapat menikmati hari libur bersama keluarga. dan pengunjung akan berdatangan dari pagi sampai sore pada akhir pekan saja, namun pada hari biasa seperti senin sampai jum'at pengunjung akan datang pada sore hari.

Dan menurut observasi yang penulis dapatkan wisatawan lebih banyak berkunjung ke wisata Black Kupa Bukit Cinta pada sore hari karena menurut hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan informan pada sore hari menikmati suasana Black Kupa Bukit Cinta lebih indah dan lebih nyaman sehingga lebih bersantai ketimbang berkunjung pada siang hari. Dalam sehari perkiraan pengunjung yang masuk apabila cuaca bagus mencapai seratus wisatawan, wisatawan bukan sekali berdatangan tetapi bergantian atau bergiliran tidak sekali datang sehingga tidak terlihat banyak oleh para pengunjung lainnya. Akan tetapi jika pada hari sabtu dan minggu wisata Black Kupa Bukit Cinta ini pengunjungnya sangat ramai dan kejadian ini telah dilihat sendiri oleh penulis.

B. Strategi Pengembangan Objek Wisata Islami Black Kupa Bukit Cinta

Untuk mendapatkan data, maka peneliti mewawancarai pemilik wisata Black Kupa Bukit Cinta dan juga dengan beberapa karyawan tentang bagaimana yang dilakukan dalam Strategi pengembangan usaha objek wisata Islami Black Kupa Bukit Cinta di Blang Tenggulun Gayo Lues. Karena wisata ini merupakan wisata yang terkenal di Gayo Lues dan paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Gayo lues atau wisatawan luar.

“Bagaimana strategi pengembangan objek wisata Black Kupa Bukit Cinta sebagai salah satu objek wisata alam Islami yang ada di Gayo Lues kepada masyarakat?”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Min Alvi Syahrin sebagai karyawan yang paling lama bekerja di wisata Black Kupa Bukit Cinta menyatakan bahwa Strategi Pengembangan dalam Objek Wisata Islami Black Kupa Bukit Cinta. Sebagaimana hasil wawancaranya:

*“Strategi Pengembangan objek wisata Black Kupa Bukit Cinta ini ada beberapa diurutkan pada pengembangannya dilakukan dengan cara bertahap-tahap seperti menambah fasilitas, menyediakan menu khas, menjaga kebersihan, dan keamanan”.*⁴⁹

Ibu Masitah Santi sebagai pemilik wisata Black Kupa Bukit Cinta juga menjelaskan hal yang sama bahwa strategi pengembangan objek wisata Islami Black Kupa Bukit Cinta dilakukan dengan cara bertahap-tahap. Sebagaimana hasil wawancara:

*“Strategi yang kami lakukan dengan cara bertahap-tahap seperti menjaga kebersihan, kerapian agar terciptanya daya tarik dari wisata ini. Kemudian kami melengkapi satu-persatu fasilitas seperti Kamar mandi untuk laki-laki dan wanita, mushola dan tempat bersantai seperti kursi dan meja, pondok dan tempat untuk bersantai lainnya. Kemudian hal lain yang kami lakukan untuk menambah daya tarik pengunjung terhadap wisata ini seperti menyediakan Menu Khas Gayo Seperti kopi Gayo, Lepat goreng yang tidak dimiliki oleh tempat wisata yang ada di Gayo ini”.*⁵⁰

⁴⁹ Hasil Wawancara Min Alvi Syahrin Karyawan Wisata Black Kupa Bukit Cinta, Pada hari Kamis 24 Februari 2022.

⁵⁰ Hasil Wawancara Ibu Masitah Santi Pemilik Wisata Black Kupa Bukit Cinta, Pada Rabu 23 Februari 2022.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, strategi pengembangan usaha objek wisata Islami Black KUPI Bukit Cinta yang dilakukan dalam pengembangannya yaitu dengan bertahap-tahap karena dalam melakukan pengembangan tersebut tentunya banyak proses perencanaan, persiapan dan penyempurnaan.

Dan berdasarkan penulis juga berhasil mewawancarai salah satu pengunjung kafe Black KUPI yaitu saudari Sri Mulyani yaitu terkait dengan mengapa memilih kafe Black KUPI sebagai tempat untuk berwisata, saudari Sri Mulyani memaparkan bahwa tempat yang nyaman dan pemandangan yang indah menjadi daya tarik tersendiri untuk dijadikan tempat untuk bersantai, terlebih ada spot-spot yang instagramable bagi kaum milenial dan ada menu khas dari daerah Gayo yang menjadi andalan utama tempat wisata ini. Selain itu ada tempat duduk lesehan yang cocok untuk keluarga serta ayunan untuk anak-anak sehingga tempat ini menjadi nyaman bagi pengunjung yang ingin membawa anggota keluarganya untuk berwisata ke tempat ini.⁵¹

Kemudian dalam memperkenalkan objek wisata Islami kepada masyarakat yaitu dengan cara menarik perhatian wisatawan terhadap wisata tersebut, seperti yang telah dijelaskan dari hasil wawancara dengan beberapa informan bahwa wisata ini memiliki daya tarik tersendiri mulai dari tempat ibadah yang nyaman, menu khas Gayo, fasilitas yang lengkap seperti (Kamar mandi untuk laki-laki dan wanita, parkir yang luas dan keamanannya terjamin), kebersihan dan kenyamanan serta pelayanan yang baik terhadap wisatawan. Dan menu yang ada diwisatawan ini halal dan bersih dalam membuatnya, Untuk sekarang ini Black KUPI Bukit Cinta termasuk dalam katagori wisata terkenal di Gayo Lues dan paling banyak dikunjungi oleh wisatawan baik masyarakat Gayo Lues

⁵¹ Hasil Wawancara Sri Mulyani, Pengunjung kafe Black KUPI Bukit Cinta, Pada Hari Sabtu 14 Mei 2022,

atau wisatawan luar. Karena bukan hanya masyarakat Gayo saja yang sering berkunjung ke wisata ini akan tetapi banyak wisatawan luar yang sering berkunjung di Wisata ini. Salah satu terkenalnya wisata ini karena, wisata ini sering di dijadikan lokasi syuting oleh pemain pelawak Gayo untuk membuat film Gayo, itu salah satu yang membuat masyarakat banyak mengenal tempat ini sehingga mereka penasaran dan datang ke wisata ini. Lewat film pelawak Gayo juga sering dipromosikan wisata ini mulai dari tempatnya yang indah, Fasilitas yang sekarang sudah semakin lengkap dan sampai menu khas Gayo yang dipromosikan lewat film pelawak Gayo.⁵²

Dalam pengembangan wisata Islami Black Kupa Bukit Cinta ini juga dibantu oleh karyawan yang selalu kompak dalam membantu pengembangannya, bersikap sopan, ramah terhadap pengunjung, jujur, bersih, dan sopan santun.

Kemudian model pemasaran merupakan hal yang penting dalam mengelola sebuah bisnis termasuk bisnis tempat wisata, model pemasaran adalah peran penting agar perencanaan yang telah dibuat dapat dicapai maksimal karena model merupakan sebuah pola contoh serta acuan dari suatu yang akan dibuat atau dihasilkan. Pemasaran pariwisata merupakan suatu sistem atau koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijakan bagi perusahaan industri pariwisata. Dalam model pemasaran pariwisata promosi hakikatnya suatu komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang dilakukan berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau meningkatkan pasar sarana produk agar tersedia bisnis dan manajemen Islam pemasaran Pariwisata.⁵³

⁵² Hasil Wawancara Ibu Masitah Santi, Pemilik Wisata Black Kupa Bukit Cinta, Pada Hari Rabu 23 Februari 2022.

⁵³ Manafe, Janri D. Tuty Setyorini dan Yermias A. Alang, *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi dan Objek Wisata Alam Seni dan Budaya*, (Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam), Volume 4, No 1, hlm 203-205.

Telah penulis jelaskan atas bahwa cara wisata Black Kupi Bukit Cinta ini promosikan mempromosikan wisatanya melalui Instgram, Facebook, Whatshapp dan juga melalui film Lawak Gayo yang ditampilkan dalam Channel You Tube Poknane Official.

Dalam manajemen pariwisata berdasarkan Undang-undang dasar No 10 tahun 2009 tentang pariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok dengan mengunjungi tempat tertentu tujuannya untuk rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka sementara. Sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan lingkungan dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat atau pengusaha. Dalam manajemen pariwisata terdapat empat unsur manajemen yaitu:

1. Perencanaan
2. Perorganisasian
3. Penggerakan
4. Pengawasan

Jika dilihat dari aspek wisata, pengelola black kopi sudah menjalankan keempat unsur manajemen tersebut. *Pertama*; Aspek perencanaan yang sudah dilakukan pada Black Kupi Bukit Cinta, diantaranya dalam memulai bisnis tempat wisata pengelola melakukan perencanaan yang matang seperti mengatur strategi pemasaran, mengurus surat perizinan tempat usaha, menentukan daya tarik bagi wisatawan atau pengunjung, dan lokasi yang tepat. Perencanaan yang dibuat tersebut karena adanya peluang dalam

pengembangan pariwisata di wilayah Gayo Lues serta dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar.

Kedua; Aspek pengorganisasian, dalam manajemen sebuah usaha termasuk tempat wisata aspek pengorganisasian menjadi hal yang perlu diperhatikan agar struktur yang sudah direncanakan dapat terorganisasi dengan baik. Black Kupi Bukit Cinta memiliki struktur organisasi yang baik dalam mengelola kafe tersebut, karena ada pemimpin yang mengkoordinir, juru masak, yang mengantar menu ke pengunjung, dan yang melayani kepentingan pengunjung seperti yang ingin melakukan wawancara, perizinan sebagai lokasi pembuatan film, dan lain sebagainya.

Ketiga; Aspek pergerakan, untuk menjalankan suatu bisnis perlu diperhatikan aspek penggerak dalam memasarkan dan mempromosikan seperti mempromosikan melalui sosial media Instagram atau You Tube. Begitu halnya sebuah tempat wisata, supaya wisata tersebut dikenal oleh seluruh masyarakat Gayo Lues dan wisatawan luar.

Keempat; Aspek pengawasan, sebagai sebuah organisasi tentu perlu sebuah pengawasan dalam mengelola bisnis tersebut. Ibu Masyitah Yanti sebagai pemilik tempat wisata sekaligus memiliki peran penting untuk mengawasi seluruh aspek yang berjalan di kafe Black Kupi Bukit Cinta. Bentuk pengawasan yang dilakukan yaitu dengan memantau melalui CCTV, dan beberapa kali dikunjungi langsung oleh pemilik wisata tersebut. Karena dengan adanya sebuah pengawasan maka suatu bisnis dapat berjalan dengan baik dan teratur.⁵⁴

⁵⁴ Wahab, *Manajemen Kepariwisata*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2003), hlm. 12-16.

C. Peluang dan Tantangan Yang dihadapi dalam wisata Black KUPI Bukit Cinta Terhadap Banyaknya Persaingan

Dalam membangun sebuah perusahaan atau wisata tentu banyaknya peluang dan tantangan yang dihadapi.

“Apa saja peluang dan tantangan pemilik wisata Black KUPI Bukit Cinta dalam menghadapi banyaknya persaingan dengan wisata lain?”

berikut hasil wawancara dengan Ibu Masitah Santi S.E. sebagaimana hasil wawancara yaitu.

*“Peluang yang didapatkan didalam wisata Black KUPI Bukit Cinta ini banyaknya pengunjung yang datang untuk berwisata ke wisata ini dan juga uang pemasukan yang setiap hari kami dapatkan jika pengunjung standar maka hasil yang didapat mencapai lima ratus ribu rupiah perhari, tetapi jika pengunjungnya full maka pemasukan mencapai kurang lebih satu juta ribu rupiah”.*⁵⁵

Khadijah adalah sebagai karyawan wisata Black KUPI Bukit Cinta juga menjelaskan hal yang sama bahwa peluang terhadap wisata Black KUPI Bukit Cinta tersebut adalah, sebagaimana hasil wawancara yaitu.

*“Banyaknya pengunjung yang berwisatawan ke wisata Black KUPI Bukit Cinta ini mereka bisa menghabiskan waktu sampai 6 jam atau lebih untuk menikmati pemandangan dan menu yang ada di wisata ini sehingga semakin lama mereka disini semakin banyak menu yang ingin disajikan, tentu menambah pemasukan dalam sehari karena bukan hanya satu atau dua wisatawan yang berkunjung dalam sehari bisa mencapai tiga puluh orang, apa lagi dihari libur (Minggu) tentu banyak sekali yang datang untuk berwisatawan ke tempat ini”.*⁵⁶

⁵⁵ Hasil Wawancara Ibu Masitah Santi, Pemilik Wisata Black KUPI Bukit Cinta, Pada Hari Rabu 23 Februari 2022.

⁵⁶ Hasil Wawancara Khadijah Karyawan Wisata Black KUPI Bukit Cinta, Pada Hari Kamis 24 Februari 2022.

Berdasarkan hasil wawancara wisata Black Kupu Bukit Cinta tersebut sangat besar peluang untuk menambahkan hasil karena wisata tersebut sangat booming dan sangat disukai oleh kalangan remaja maupun orang yang sudah berkeluarga, lokasi wisata tersebut sangat cocok untuk dijadikan semua moment yang bagus.

Adapun tantangan yang dihadapi oleh wisata ini berikut hasil wawancara dengan Ibu Masitah S.E. sebagaimana hasil wawancaranya.

“Tantangan yang terjadi di wisata Black Kupu Bukit Cinta ini yaitu persaingan antar wisata lain karena banyak wisata lain yang mencoba mengikuti menu yang ada di Black Kupu Bukit Cinta ini”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pemilik wisata Black Kupu Bukit Cinta wisata ini memiliki peluang yang sangat bagus untuk mengembangkan wisata tersebut karena dalam perhariannya wisata ini bisa mencapai pemasukan minimal 1 juta tentu dengan pemasukan tersebut wisata ini lebih mudah lagi untuk menambahkan fasilitas seperti kursi, meja sehingga wisata tersebut bisa berkembang lagi dari sekarang ini. Kemudian tidak banyak tantangan yang terjadi di wisata Black Kupu Bukit Cinta tersebut walau banyak wisata lain yang mencoba mengikuti menu yang ada di wisata Black Kupu Bukit Cinta tersebut akan tetapi rasanya beda, wisata ini masih selalu banyak pengunjung.

Jika dianalisis dengan model analisis SWOT tentu bukan hanya peluang dan tantangan tetapi ada kekuatan kelemahan dan Ancaman karena dalam pengembangan usaha tentu adanya Analisis Swot. Adapun *Kekuatan* dari wisata tersebut yaitu banyaknya dukungan dari kalangan orang-orang yang berperan penting bagi masyarakat seperti

⁵⁷ Hasil Wawancara Ibu Masita Santi, Pemilik Wisata Black Kopi Bukit Cinta, Pada Hari Rabu 23 Februari 2022.

Bupati Gayo Lues. Kemudian adapun *kelemahan* dari wisata tersebut yaitu tentang aspek Islami karena wisata ini merupakan wisata umum yang diperbolehkan siapa saja untuk berkunjung ke wisata tersebut. Kemudian *peluang* dari wisata tersebut yaitu banyaknya pengunjung yang datang kelokasi tersebut untuk berwisata dan menikmati apa yang ada diwisata tersebut. dan yang terakhir *Ancaman* yaitu dari wisata tersebut yaitu tentang sesama wisata lain karena banyak wisata lain yang mencoba mengikuti banyak kesamaan dari wisata Black Kupi Bukit Cinta tersebut.

Kemudian peneliti mendapatkan data hasil pemasukan yang didapatkan selama empat bulan dari pemilik wisata Black Kupi Bukit Cinta tersebut, yaitu dari bulan November, Desember, Januari dan Februari, berikut table data jumlah pemasukan kurang lebih selama empat bulan sebelum melakukan penelitian:

Tabel 1.1

Data jumlah omset wisata Black Kopi Bukit Cinta 2021-2022

Bulan	Jumlah
November	9.000.000.00
Desember	15.000.000.00
Januari	15.000.000.00
Februari	8.000.000.00

Sumber: Arsip Wisata Islami Black Kupi Gayo Lues

D. Pembahasan dan Analisa

Strategi Pengembangan objek wisata Black Kupi Bukit Cinta dengan melakukan beberapa tahap agar wisata ini dapat berkembang dan diminati oleh para pengunjung.

Seperti halnya yang telah dibahas di atas, pengelola atau pemilik wisata Black KUPI melakukan manajemen wisata dengan baik sebelum memulai bisnis pariwisata dengan melakukan perencanaan dengan rapi. Pengorganisasian, penggerak dan aspek pengawasan. Kemudian dalam memulai usaha ini pemilik menuturkan bahwa proses membangun dan pengembangannya juga dilakukan secara bertahap, artinya dalam membangun usaha tidak dilakukan dengan sekali berjalan akan tetapi memerlukan berbagai proses agar usaha menjadi berkembang, dan sesuai dengan zaman artinya wisata tersebut diminati oleh seluruh kalangan baik kaum milenial maupun cocok untuk tempat wisata keluarga, dengan cara menyajikan tempat wisata yang instagrameble tetapi juga ramah lingkungan untuk anak-anak.

Dan untuk saat ini Wisata Black KUPI Bukit Cinta cukup dikenal megah oleh masyarakat Gayo Lues. Namun, untuk menjalankan sebuah bisnis tentunya pasti menghadapi kendala atau pasang surutnya sebuah usaha. Adapun Kendala atau tantangan yang dihadapi oleh Wisata Black KUPI Gayo Lues ini adalah banyaknya tempat wisata lain yang ada di Gayo Lues untuk itu pengelola Black KUPI terus berupaya untuk melakukan pengembangan dan evaluasi bagi setiap aspek di kafe tersebut. Kemudian dari segi pemasaran juga terus dilakukan baik di iklan cetak, radio maupun di media massa seperti film pendek dan facebook. Selain itu kenyamanan dan menu khas Black KUPI terus dijaga agar tempat tersebut terus memiliki daya tarik tersendiri diantara tempat-tempat wisata yang lain.

Kemudian dikatakan bahwa wisata ini merupakan wisata Islami karena dalam salah satu visi misi Bupati Gayo Lues Bapak H. Muhammad Amru adalah membangun wisata Islami yang ada di Gayo Lues artinya semua tempat wisata yang terletak di Gayo

Lues harus sesuai dengan standar menurut Islam. Tempat wisata tidak boleh ditempat yang remang-remang, menjual menu yang halal, dan menyediakan tempat atau fasilitas ibadah seperti tempat berwudhu dan mushola. Tempat wisata Black Kopi Bukit Cinta ini dikatakan wisata Islami karena tempat ini telah menyediakan mushola, dan tempat wudhu yang memisahkan antara laki-laki dan wanita.

Wisata tersebut tidak menyediakan tempat penginapan karena wisata tersebut hanya buka dari jam 9:00 sampai dengan 00:00 dan wisata ini merupakan wisata yang cukup ketat pengawasannya karena setiap minggunya sering didatangi oleh sekelompok satpol PP atau WH untuk memastikan diwisata tersebut tidak ada pelanggaran syariat yang dilakukan. Kemudian pada saat penulis meneliti wisata tersebut terlihat jelas bahwa pelayanan diwisata tersebut sangat ramah dari cara menyapa, kebersihan, keamanan, ketertiban, kesopanan. Wisata Black Kopi Bukit Cinta juga sering dijadikan sebagai tempat *meeting* oleh beberapa pejabat di Gayo Lues selain berwisata mereka juga sambil membahasa tentang hal-hal yang penting karena wisata ini sangat nyaman sambil menikmati menu yang telah disediakan diwisata tersebut.

Karena tempat ini sudah dapat bersaing dan bahkan diatas standar tempat wisata lain tentu hal ini tentu berpengaruh terhadap omset yang dimiliki oleh kafe Black kopi, hal tersebut dapat dilihat semakin lengkapnya fasilitas mulai dari penambahan jaringan internet (WIFI), penambahan karyawan, dan fasilitas lainnya. maka hal ini akan berpengaruh terhadap gaji karyawan yang bekerja di kafe tersebut. Untuk gaji yang didapatkan karyawan selama satu bulan yaitu 800.000 rupiah, tetapi jika setiap minggunya wisata tersebut pengunjungnya ramai atau full maka karyawan mendapatkan bonus dari manajernya, tetapi walau pengunjungnya tidak banyak dan sepi maka gaji

karyawan tetap akan diberikan selama satu bulan 800.000 rupiah. Ibu Masitah Yanti juga sebagai pemilik wisata tersebut sangat bersifat ramah dan juga bertutur kata yang lembut beliau bukan hanya bekerja sebagai pemilik wisata Black kupa Bukit Cinta tetapi juga berprofesi sebagai tenaga pengajar (guru) dan sebagai wartawan yang suka meneliti tempat-tempat yang cocok untuk dijadikan sebagai bahan yang menarik untuk dibaca.

Menurut peneliti wisata ini sangat bagus untuk dijadikan tempat berwisata baik dari segi bangunan, pemandangan, kebersihan, keamanan, pelayanan dan menu yang disajikan. Dari segi pelayanan wisata tersebut sudah sangat bagus dan wisata tersebut wisata yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat di Gayo Lues. Hal ini karena pengelolaan di tempat wisata ini sudah menjalankan manajemen usaha yang baik dari tertata rapi sehingga berpengaruh baik terhadap berjalannya usaha wisata ini.

Jika dilihat dari aspek *perencanaan*; wisata Black Kupa Bukit Cinta tersebut sudah menjalankan perencanaan dengan baik yang mana di wisata tersebut sudah membangun tempat Ibadah, kamar mandi yang dipisahkan Antara laki-laki dan perempuan, perencanaan yang matang seperti mengatur strategi pemasaran perencanaan yang dibuat tersebut karena adanya peluang dalam pengembangan pariwisata di wilayah Gayo Lues.

Aspek *Perorganisasian*; aspek pengorganisasian menjadi hal yang perlu diperhatikan agar struktur yang sudah direncanakan dapat terorganisasi dengan baik. Black Kupa Bukit Cinta memiliki struktur organisasi yang baik dalam mengelola kafe tersebut, karena aspek tersebut sangat penting dalam mengembangkan wisata tersebut sehingga membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi wisata tersebut.

Aspek *Penggerakan*; dalam penggerakan yang dilakukan dalam wisata Black Kupa Bukit Cinta tersebut sudah berjalan baik seperti melayani para pengunjung dan juga

bersikap ramah dan sopan kesetiap wisatawan, untuk menjalankan suatu bisnis perlu diperhatikan aspek penggerak dalam memasarkan dan mempromosikan bisnis tersebut.

Aspek *Pengawasan*; sebagai sebuah organisasi tentu perlu sebuah pengawasan dalam mengelola bisnis tersebut. Untuk itu Ibu Masyitah Santi sebagai pemilik tempat wisata sekaligus memiliki peran penting untuk mengawasi seluruh aspek yang berjalan di kafe Black Kupu. Karena dengan adanya sebuah pengawasan maka suatu bisnis dapat berjalan dengan baik dan teratur.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pengembangan pariwisata adalah suatu kesatuan yang sifatnya komprehensif dan terpadu dari unsur pemerintah, swasta, masyarakat dan akademik untuk mengkaji kendala, kondisi lingkungan internal dan eksternal objek wisata sehingga dapat menjadi destinasi pariwisata. Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara local, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pengembangan perekonomian daerah atau negara. Apabila daerah tersebut pariwisatanya berkembang dengan baik, dengan sendirinya akan memberikan dampak positif bagi daerah tersebut dan dapat memberikan lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat.

Strategi Pengembangan objek wisata Black Kopi Bukit Cinta dengan melakukan beberapa tahap agar wisata ini dapat berkembang dan diminati oleh para pengunjung. Seperti halnya yang telah dibahas di atas, pengelola atau pemilik wisata Black Kopi melakukan manajemen wisata dengan baik sebelum memulai bisnis pariwisata dengan melakukan perencanaan dengan rapi. Pengorganisasian, penggerak dan aspek pengawasan. Kemudian dalam memulai usaha ini pemilik menuturkan bahwa proses pembangunan dan pengembangan. Dan untuk saat ini Wisata Black Kopi Bukit Cinta cukup dikenal megah oleh masyarakat Gayo Lues. Namun, untuk menjalankan sebuah bisnis tentunya pasti menghadapi kendala atau pasang surutnya sebuah usaha.

B. Saran

Menyelesaikan karya ilmiah ini tentu banyak tindakan, tulisan atau metode yang belum sepenuhnya sempurna, untuk itu penulis senang sekali bila ada saran yang positif dalam penyelesaian karya ilmiah ini guna perbaikan untuk kedepannya. Ada beberapa saran yang dapat penulis kemukakan, diantaranya:

- 1) Bagi manajer dan karyawan tetap bekerja sama agar wisata Black Kupa Bukit Cinta menjadi lebih berkembang.
- 2) Mengembangkan hal-hal positif agar wisata Black Kupa Bukit Cinta agar menarik perhatian parawisatawan.
- 3) Perlu memaksimalkan potensi media sosial dalam mempromosikan objek Wisata Black Kupa Bukit Cinta.
- 4) Bagi wisatawan tetap kerja sama dan tidak melanggar syariah agar wisata Black Kupa Bukit Cinta menjadi lebih megah.

C. Rekomendasi

Dalam melakukan penelitian ini tentunya peneliti melihat langsung tempat dan proses pelayanan yang terjadi di kafe tempat wisata Black Kupa Bukit Cinta. Namun karena tempat ini menjadi tempat yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar tentu menjadi peluang besar bagi masyarakat sekitar untuk mendapatkan pekerjaan, untuk itu penulis merekomendasikan agar kafe Black Kupa terus berupaya menjadi wadah bagi masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan supaya bisa menjadi UMKM yang dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat Gayo Lues ditengah sulitnya mendapatkan pekerjaan dan tingginya angka pengangguran dan kemiskinan di Gayo Lues.

Untuk pemerintah Daerah agar tetap memantau agar wisata Black Kupi Bukit Cinta tersebut ini dapat diketahui oleh wisatawan luar karena dukungan dari pemerintah daerah atau orang terpandang juga sangat penting agar wisata tersebut menjadi lebih berkembang lagi dari sekarang ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Bagong Suyanto. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Bakaruddin. *Pengembangan Permasalahan Kepariwisataaan*. Padang: UNP Press. 2009.
- Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Direktoral Jnderal Parawisata. *Pengantar Pariwisata Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo persada. 2009.
- Febdi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Cet. Ke II, 2000.
- Freddy Rangkyuty. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnia*. Jakarta: Salemba Empat 2011.
- Husein Umar. *Management Strategi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaeka Utama. 2006.
- Ibnu Hasim. Gayo Lues: BPS dan BAPEDA. 2015
- James J. Spillane. *Ekonomi Pariwisata*. Yogyakarta: PT Kanisius, 1987.
- Joko, Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Pt Rineka Cipta. 2004.
- Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Vol 4, Nomor 2, Mei 2019.
- Kaelan, *Metode Penelitian: Kualitatif Interdisipliner*, Ed. I, Yogyakarta: Paradigma, 2010.
- Khadijah. Narasumber di Wisata Black Kupi Bukit Cinta. 2022.
- Manafe.Janri D. Tuty Setyorini dan Yermias A. Alang. *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi dan Objek Wisata Alam Seni dan Budaya*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Volume 4, No 1.
- Masitah Santi, Pemilik Wisata Black Kupi Bukit Cinta. Pada Hari Rabu 23 Februari 2022.
- Min Alvi Syahrin. Narasumber Di Wisata Black Kupi Bukit Cinta Gayo Lues. 2022.
- Muljadi A.J. *Kepariwisataaan dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Oka A. Yoeti. *Perencanaan Ilmu Parawisata*. Bandung: PT Angkasa, 1996.
- Pearce Robinso. *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.

Pendit. Nyoman. *Ilmu Pariwisata. Sebuah pengantar perdana*. Jakarta: PT. Pradya Paramitra. 1994.

Rohman Muhammad. *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: PT Prestasi Pustakarya. 2012.

Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama. 2014.

Sudjan. *Manajemen Program Pendidikan untuk Pendidikan Luar Sekolah dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Falah Production. 2000.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.

Sukri, *Upaya pemerintah dalam Pemberdayakan Masyarakat Islam Berbasis Desa Wisata Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Agusen Kecamatan Blangkejeren Kabupaten Gayo Lues*, Program Studi Pengembangan Masyarakat islam, Unibersitas islam Negeri raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2020.

Sulaimansyah, *Minat Masyarakat terhadap Objek Wisata Agusen, (Desa Agusen Kecamatan, Blangkejeren Kabupaten, Gayo Lues)*, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh 2014.

Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gemaisari, Cet. Ke I, 2001.

Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Wahab, *Manajemen Kepariwisataaan*, Jakarta: Pradnya Paramita, 2003.

Yoeti, *Wisata Alam Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia, 1996.



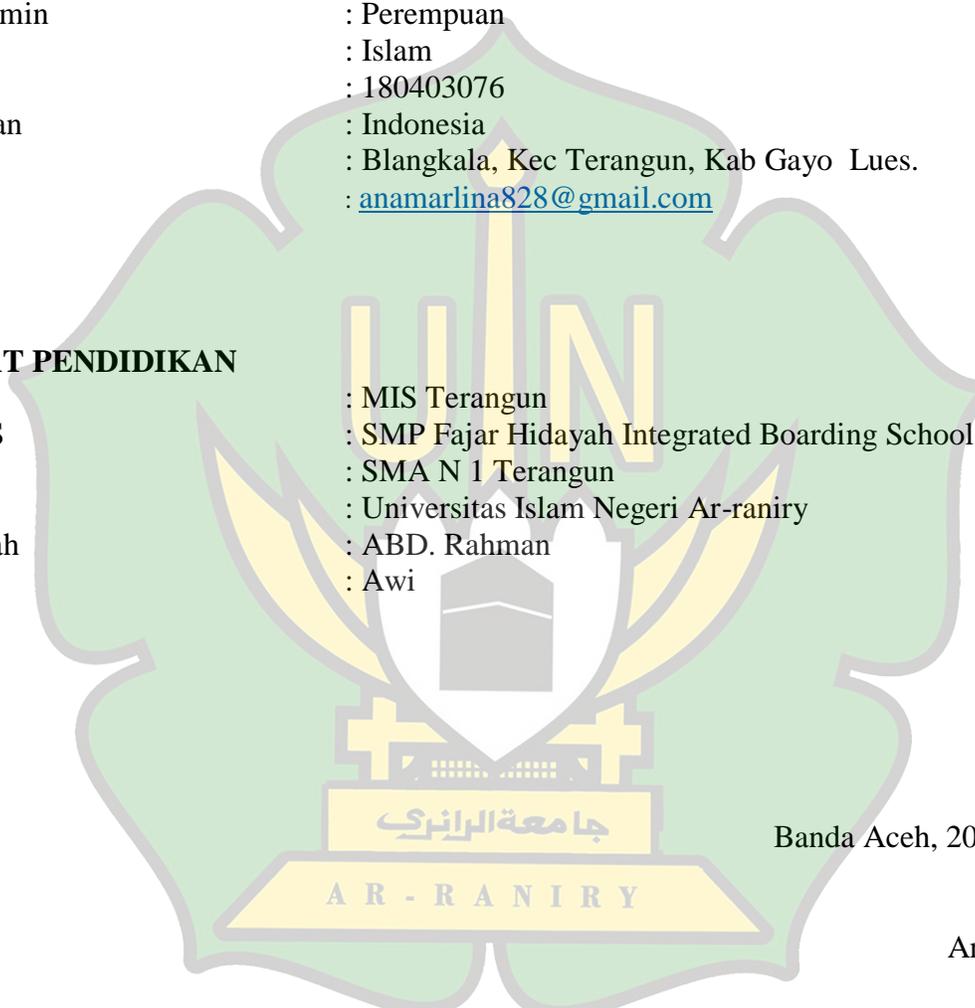
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap	: Ana Marlina
Tempat/tanggal Lahir	: Bukut, 10 Maret 2000
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Nim	: 180403076
Kebangsaan	: Indonesia
Alamat	: Blangkala, Kec Terangun, Kab Gayo Lues.
Email	: anamarlina828@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD/MI	: MIS Terangun
SMP/MTS	: SMP Fajar Hidayah Integrated Boarding School
SMA/MA	: SMA N 1 Terangun
S-1	: Universitas Islam Negeri Ar-raniry
Nama Ayah	: ABD. Rahman
Nama Ibu	: Awi



Banda Aceh, 20 Mei 2022

Ana Marlina

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: B.4018/Un.08/FDK/Kp.00.4/10/2021

Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Ganjil Tahun Akademik 2021/2022

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.
- Pertama** : Menunjuk Sdr. 1). Dr. Jailani, M.Si. (Sebagai Pembimbing Utama)
2). Rahmatul Akbar, M.Ag (Sebagai Pembimbing Kedua)
- Untuk membimbing Skripsi:
Nama : Ana Marlina
NIM/Jurusan : 180403076/Manajemen Dakwah (MD)
Judul : Strategi Pengembangan Usaha dan Objek Wisata Islami Bukit Cinta di Blang Tenggulung Gayo Lues
- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;
- Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
- Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh
Pada Tanggal: 4 Oktober 2021
27 Safar 1443

an. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dekan



Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
3. Pembimbing Skripsi;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.

Keterangan:

SK berlaku sampai dengan tanggal: 4 Oktober 2022

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Sycikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.591/Un.08/FDK-1/PP.00.9/01/2022
Lamp : -
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

1. Kepada Dinas Pariwisata Gayo Lues
2. Kepada Pemilik pengelola wisata Bukit Cinta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **Ana Marlina / 180403076**
Semester/Jurusan : VIII / Manajemen Dakwah
Alamat sekarang : Banda Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul *Strategi Pengembangan Usaha dan Objek Wisata Islami Bukit Cinta di Blang Tenggulun Gayo Lues*

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 07 Februari 2022
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,

Drs. Yusri, M.L.I.S.

Berlaku sampai : 22 Juli 2022

جامعة الرانيري
AR - RANIRY



PEMERINTAH KABUPATEN GAYO LUES

KECAMATAN BLANGKEJEREN

DESA BLANG TENGGULUN

Nomor :
 Lampiran : -
 Perihal : *Telah selesai melakukan Penelitian*

Gayo Lues, 23 Februari 2022
 Kepada Yth,
 Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
 Di -

Banda Aceh

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, tanggal 23 Februari 2022, perihal penelitian ilmiah mahasiswa, maka dengan ini pengelola wisata Bukit Cinta menerangkan bahwa:

Nama : Ana Marlina
 NIM : 180403076
 Jurusan : Manajemen Dakwah
 Semester : VIII (Delapan)

Benar nama tersebut di atas telah melaksanakan penelitian serta pengumpulan data di Desa Blang Tenggulun, Kecamatan Blangkeheren, Kabupaten Gayo Lues, sejak tanggal, dengan judul penelitian:

Strategi Pengelolaan Objek dan Usaha Wisata Bukit Cinta Islami di Blang Tenggulun Gayo Lues.

Demikian surat keterangan telah melaksanakan penelitian ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

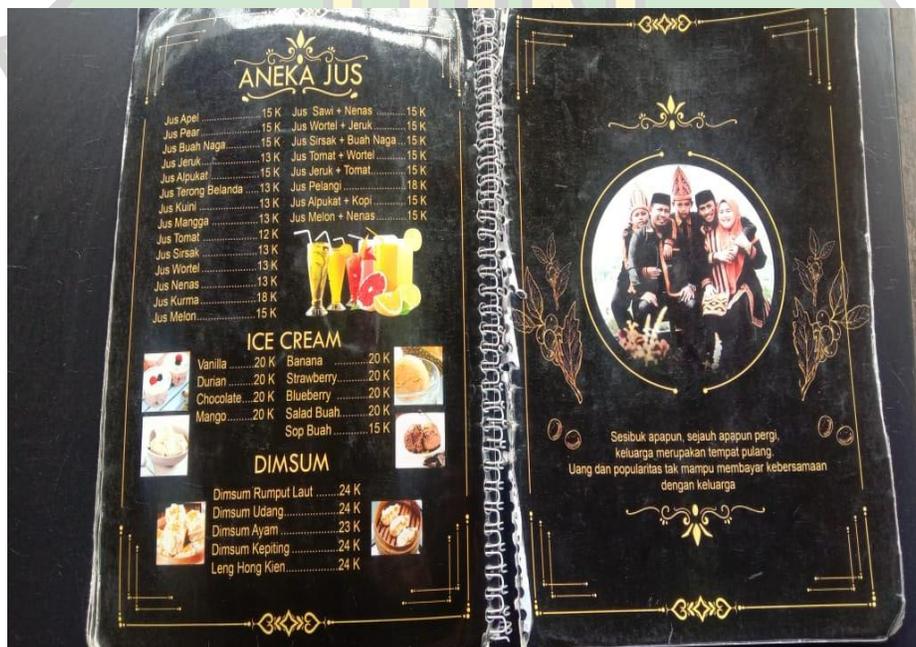
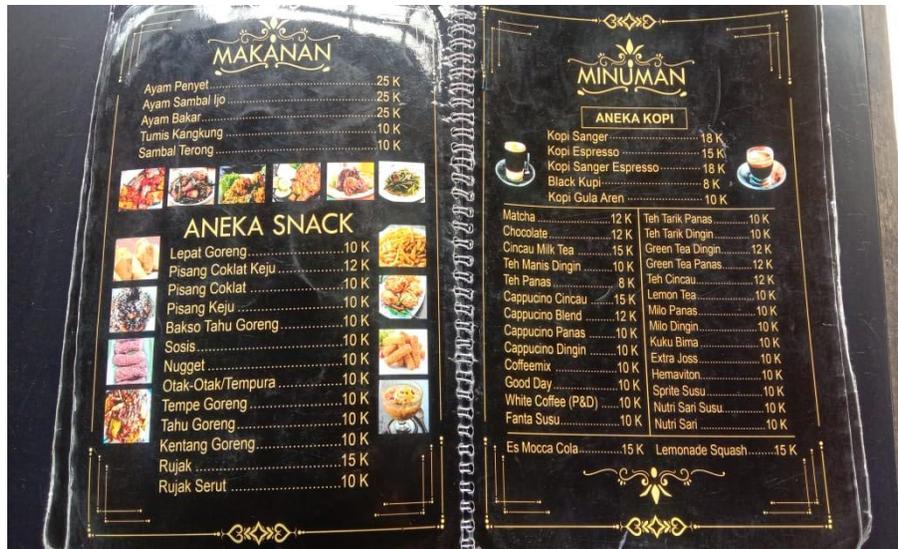
Pemilik wisata.

MASITAH SANTI SE

DOKUMENTASI SELAMA DILAPANGAN



Daftar menu yang disediakan di Wisata Black Kupi Bukit Cinta di Blang Tenggulun Gayo Lues.



Daftar menu yang disediakan di Wisata Black Kupu Bukit Cinta di Blang Tenggulun
Gayo Lues.



Area depan Tempat memasak makanan dan minuman (Dapur)



Rumah yang dicat dengan warna putih adalah Mushollah yang disediakan untuk semua pengunjung dan karyawan.



Area tempat duduk untuk pengunjung yang berwisata ke Black Kupu Bukit Cinta



Pemandangan dari atas lokasi Black Kupa Bukit Cinta



Pemandangan dari bawah lokasi Black Kupa Bukit Cinta.

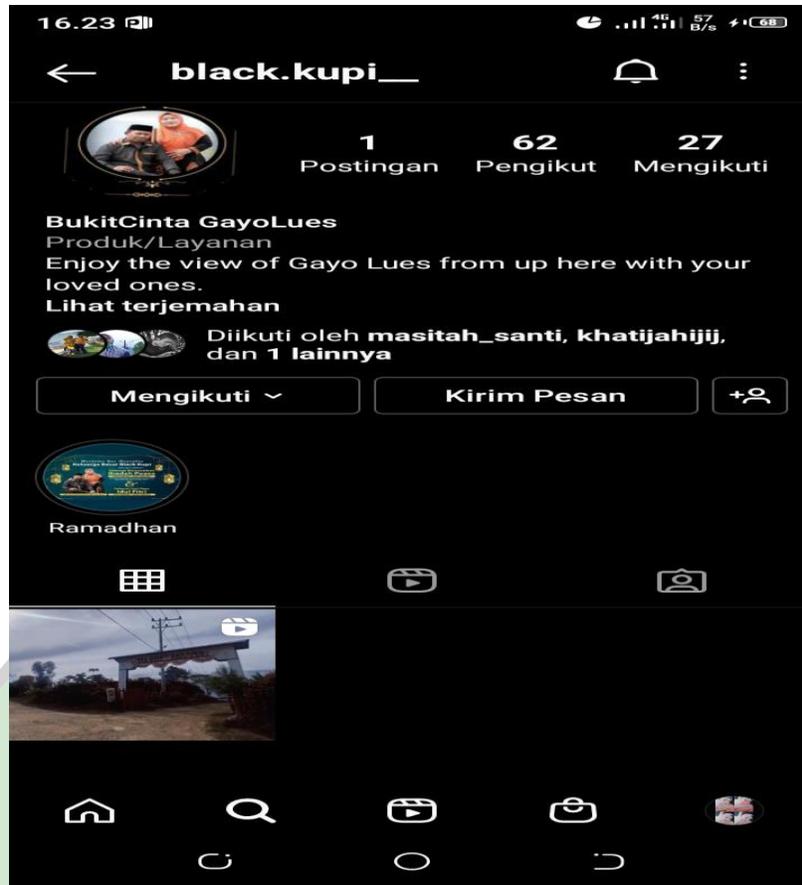


Wawancara dengan pemilik wisata Black Kupu Bukit Cinta Ibu Masitah Santi



A R - R A N I R Y

Wawancara dengan salah satu karyawan paling senior di Black Kupu Bukit Cinta Min Alvi Syahrin



Instagram (akun) Black Kupi Bukit Cinta

