

**REVITALISASI KEBUN RAYA JOMPIE DALAM
MENINGKATKAN MINAT WISATA MASYARAKAT
KOTA PAREPARE (ANALISIS EKONOMI ISLAM)**



2020

**REVITALISASI KEBUN RAYA JOMPIE DALAM
MENINGKATKAN MINAT WISATA MASYARAKAT
KOTA PAREPARE (ANALISIS EKONOMI ISLAM)**



Oleh

**MUH. SAINAL S
NIM. 14.2200.091**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH.)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**REVITALISASI KEBUN RAYA JOMPIE DALAM
MENINGKATKAN MINAT WISATA MASYARAKAT
KOTA PAREPARE (ANALISIS EKONOMI ISLAM)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum (SH.)**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**MUH. SAINAL S
NIM. 14.2200.091**

Kepada

PAREPARE

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muh. Sainal S
Judul Skripsi : Revitalisasi Kebun Raya Jompie dalam
Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Kota
Parepare (Analisis Ekonomi Islam)
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2200.091
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Rektor IAIN Parepare
B. 3071/Sti. 08/PP. 00. 01/10/2017

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Hannani, M.Ag
NIP : 9720518 199903 1 111
Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag
NIP : 19730129 200501 1 004

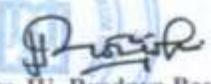
()
()

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dekan,




/ Dr. Hi. Rusdava Basri, Lc., M.Ag. /
NIP: 19711214 200212 2 002

SKRIPSI

**REVITALISASI KEBUN RAYA JOMPIE DALAM
MENINGKATKAN MINAT WISATA MASYARAKAT
KOTA PAREPARE (ANALISIS EKONOMI ISLAM)**

disusun dan diajukan oleh

MUH. SAINAL S

NIM. 14.2200.091

telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 14 Januari 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Hannani, M.Ag
NIP : 19720518 199903 1 111
Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair,
M.Ag
NIP : 19730129 200501 1 004



Rektor IAIN Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427/198703 1 002

Dekan
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Hj. Rusdava Basri, Lc., M.Ag.
NIP. 19711214 200212 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Muh. Sainal S
Judul Skripsi : Revitalisasi Kebun Raya Jompie dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam)
NIM : 14.2200.091
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Rektor IAIN Parepare
B. 3071 /Sti. 08/PP. 00. 01/10/2017

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Hannani, M.Ag	Ketua	(.....)
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag	Sekretaris	(.....)
Drs. H. A. M. Anwar Z, M.A., M.Si	Anggota	(.....)
Dr. Hj. Saidah. S.HI.,M.H	Anggota	(.....)

Mengetahui:

Rektor IAIN Parepare

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640127 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt berkat hidayah, taufik, dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Hukum” pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare. Shalawat dan salam tidak lupa penulis haturkan kepada Baginda nabitta’ Muhammad saw. Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tuaku yang tercinta Ibunda St. Subaedah dan Ayahanda Sahabuddin, serta Saudara dan keluarga tercinta dimana dengan pembinaan dan berkat doa tulusnya, penulis mendapat kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik pada waktu yang tepat.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Hannani, M.Ag dan Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan/ menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc.,M.Ag sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan Ibu dosen seluruh program studi yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama kuliah di IAIN Parepare.

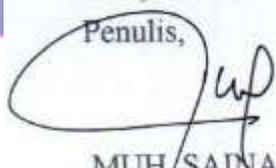
4. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
5. Para sahabat seperjuangan yang meluangkan waktu menemani dan membantu penulis dalam mencari referensi, , Nuraeni S.H, Marjono Amin, S.H dan Asmir, S.Kes.
6. Kepada Kakanda dan kawan-kawan yang seorganisasi yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
7. Teman-teman seperjuangan Muamalah 2014

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt,. Berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 20 Januari 2020

Penulis,


MUH/SAINAL S
NIM. 14.2200.091

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

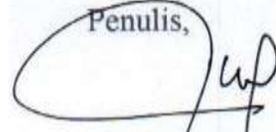
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muh. Sainal S
NIM : 14.2200.091
Tempat/Tgl. Lahir : Belawa/ 06 November 1994
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Judul Skripsi : Revitalisasi Kebun Raya Jompie dalam Meningkatkan Minat
Wisata Masyarakat Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 20 Januari 2020

Penulis,



MUH. SAINAL S
NIM. 14.2200.091

ABSTRAK

MUH. SAINAL S. *Revitalisasi Kebun Raya Jompie Dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam)* (dibimbing oleh Hannani dan Muhammad Kamal Zubair).

Kebun Raya Jompie adalah kawasan hijau yang berfungsi sebagai paru-paru kota, objek wisata, kawasan pelestarian alam, dan tempat penelitian bidang biologi/botani. Sementara itu, kawasan disekitarnya merupakan daerah perkampungan yang padat penduduk. Sejumlah 58 rumah (kepala keluarga) yang menghuni kawasan hutan jompie telah berhasil dipindahkan keluar dari kawasan. Revitalisasi Kebun Raya Jompie dilakukan agar dapat menghidupkan kembali Kebun Raya Jompie (Hutan Jompie) dengan menambah beberapa fasilitas sehingga membuat minat wisata masyarakat Kota Parepare maupun wisatawan dari luar daerah Parepare untuk berkunjung kesana meningkat. Setelah direvitalisasi, kebun raya jompie telah mengalami peningkatan wisatawan, akan tetapi seiring berjalannya waktu mengalami penurunan.

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif, adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Intinya, penelitian ini berupaya menggambarkan kondisi faktual yang diperoleh dari hasil pengolahan data secara kualitatif melalui observasi peneliti terhadap Pemerintah Daerah (Dinas Lingkungan Hidup) dan wisatawan yang berkunjung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Bentuk-bentuk revitalisasi kebun raya jompie yang difasilitasi oleh pihak Pemerintah Daerah adalah gerbang utama, tempat parkir, boulevard, taman hias, gedung konservasi, menara pandang, gedung pengelola, toilet, taman palem, taman terasering, rumah kompos, rumah pembibitan permanen, gerbang samping, rumah kaca, rumah pembibitan semipermanen, rumah anggrek, rumah permanen tanaman merambat, dan taman kering. 2) Strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan minat kunjungan wisatawan Kebun Raya Jompie Parepare ada empat elemen bauran pemasaran yang digunakan yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

Kata Kunci: Revitalisasi, Meningkatkan Minat Wisata, Analisis Ekonomi Islam

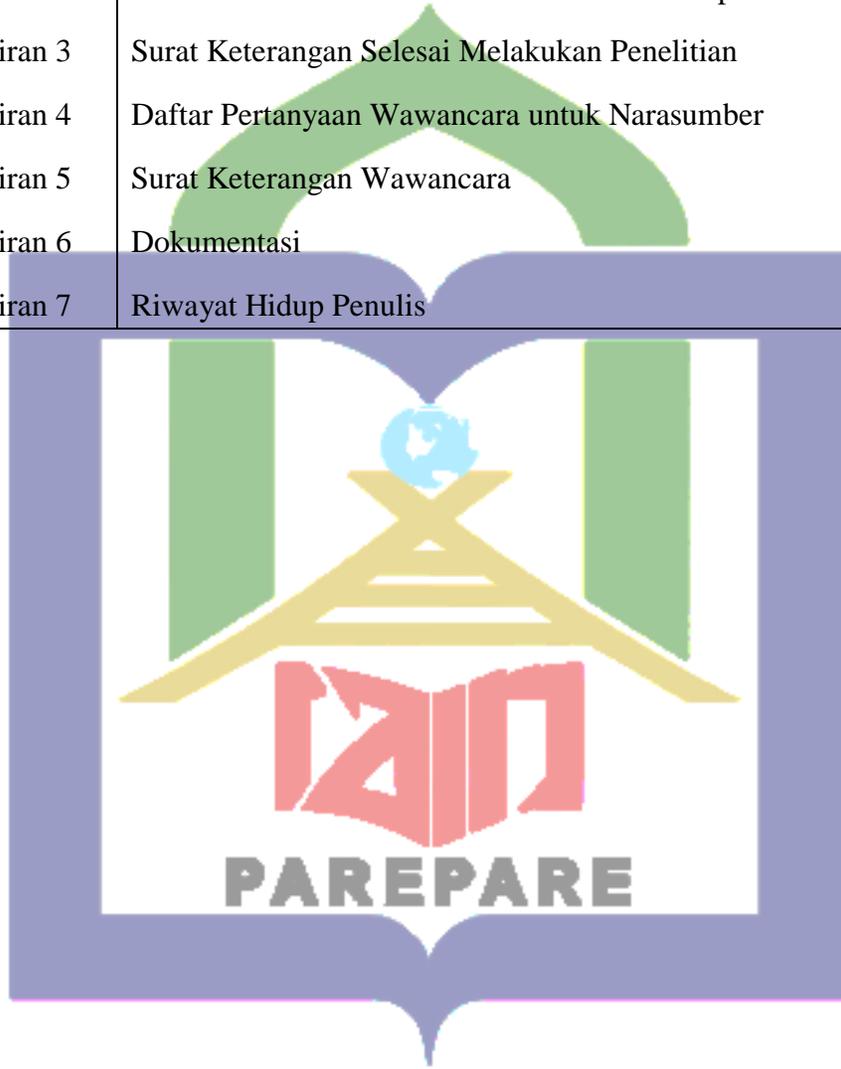
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Tinjauan Teoritis.....	7
2.2.1 Teori Revitalisasi.....	7
2.2.2 Teori Minat	9
2.2.3 Teori Strategi.....	12
2.2.4 Teori Ekonomi Islam.....	15
2.3 Tinjauan Konseptual.....	22

2.4 Bagan Kerangka Pikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Fokus Penelitian	27
3.4 Sumber Data	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
4.2 Bentuk Revitalisasi Kebun Raya Jompie Kota Parepare.....	35
4.3 Strategi dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Terhadap Kebun Raya Jompie.....	42
4.4 Strategi dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Berkunjung di Kebun Raya Jompie Kota Parepare Ditinjau Dari Analisis Ekonomi Islam.....	56
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp.	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian dari BAPEDA Kota Parepare
Lampiran 3	Surat Keterangan Selesai Melakukan Penelitian
Lampiran 4	Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Narasumber
Lampiran 5	Surat Keterangan Wawancara
Lampiran 6	Dokumentasi
Lampiran 7	Riwayat Hidup Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Kesatuan Republik Indonesia merupakan negara yang kaya akan keindahan alam, flora dan fauna serta beraneka ragam budaya, yang semua dapat memberikan devisa yang cukup besar bagi dunia pariwisata. Secara umum pariwisata dipandang sebagai sektor yang dapat mendorong dan meningkatkan kegiatan pembangunan, membuka lapangan usaha baru, membuka lapangan kerja dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta pendapatan asli daerah, apabila dapat dikelola dan dikembangkan secara maksimal.

Sarana dan prasarana dalam suatu objek wisata itu sangat diperlukan untuk menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang disediakan di suatu objek wisata akan membuat wisatawan nyaman dan betah menikmati objek wisata tersebut. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa pariwisata ialah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah.¹

Pariwisata sebagai generator pertumbuhan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan devisa dan perluasan kesempatan kerja bagi masyarakat. Tujuan lain dari pariwisata adalah untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia. Pembangunan kepariwisataan merupakan suatu hal yang diperlukan bagi daerah-daerah yang menjadikan sektor pariwisata menjadi unggulan

¹Wardana, “Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat” (Skripsi sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Bandar Lampung, 2017), h. 1.

dan andalan daerah dengan berbasis pada sumber daya alam, sumber daya budaya, obyek daya tarik buatan dan sumber daya lain yang mendukung.

Salah satu langkah yang kemudian diambil oleh Pemerintah Daerah (PEMDA) Kota Parepare Sulawesi Selatan adalah merevitalisasi Hutan Jompie. Hutan Jompie yang terletak di Kota Parepare adalah salah satu kawasan hutan yang alami yang ada di Indonesia. Selain Kota Parepare juga terdapat di Bogor kawasan hutan yang alami.²

Hutan Jompie adalah salah satu tempat wisata yang terdapat di Kota Parepare yang terletak di Kelurahan Bumi Harapan, Kecamatan Soreang, Sulawesi Selatan dengan jarak dari pusat Kota Parepare sekitar 3,5 kilometer. Setelah melakukan revitalisasi, PEMDA Kota Parepare merubah nama hutan Jompie menjadi Kebun Raya Jompie. Perubahan nama yang diberikan oleh PEMDA Kota Parepare tentunya bukan tanpa alasan. Salah satu penyebabnya adalah kebun raya Jompie diisi dengan beberapa tumbuhan kawasan pesisir *wallacea* dengan menonjolkan keanekaragaman tumbuhan obat, tumbuhan adat dan ethobotani.

Selain daripada tumbuhan, fasilitas lain juga terdapat didalam kebun raya jompie seperti kolam renang, 14 unit *shalter* (tempat istirahat), ruang pertemuan, area perkemahan dan saluran drainase. Setelah melakukan revitalisasi, masyarakat Parepare dan sekitarnya penasaran dan tertarik untuk berkunjung di kebun raya jompie. Revitalisasi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah mendapat respon positif oleh masyarakat dan membuat masyarakat berdatangan untuk menikmati dan mengambil gambar.

²Gardena Puteri Ayudila, “Kebun Raya Jompie,” *Blog Gardena Puteri Ayudila*. <https://blog.reservasi.com/kebun-raya-jompie/> (1 Desember 2018).

Keberhasilan Pemerintah Kota Parepare merevitalisasi Hutan Jompie dan memberi nama baru menjadi Kebun Raya Jompie tentunya memberikan warna baru tersendiri. Selain daripada itu, mempromosikan Kebun Raya Jompie tentunya memiliki strategi agar masyarakat memiliki minat untuk berkunjung ke Kebun Raya Jompie. Ketertarikan peneliti untuk meneliti revitalisasi Kebun Raya Jompie karena melihat keberhasilan dari pihak pemerintah mengembalikan hutan Jompie menjadi salah satu pilihan objek berkunjung meskipun dengan nama yang berbeda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan. Adapun pokok permasalahan tersebut sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana bentuk revitalisasi Kebun Raya Jompie Kota Parepare ?
- 1.2.2 Bagaimana strategi dalam meningkatkan minat wisata masyarakat terhadap tempat wisata Kebun Raya Jompie Kota Parepare ?
- 1.2.3 Bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang diterapkan di Kebun Raya Jompie ?

1.3 Tujuan Penelitian

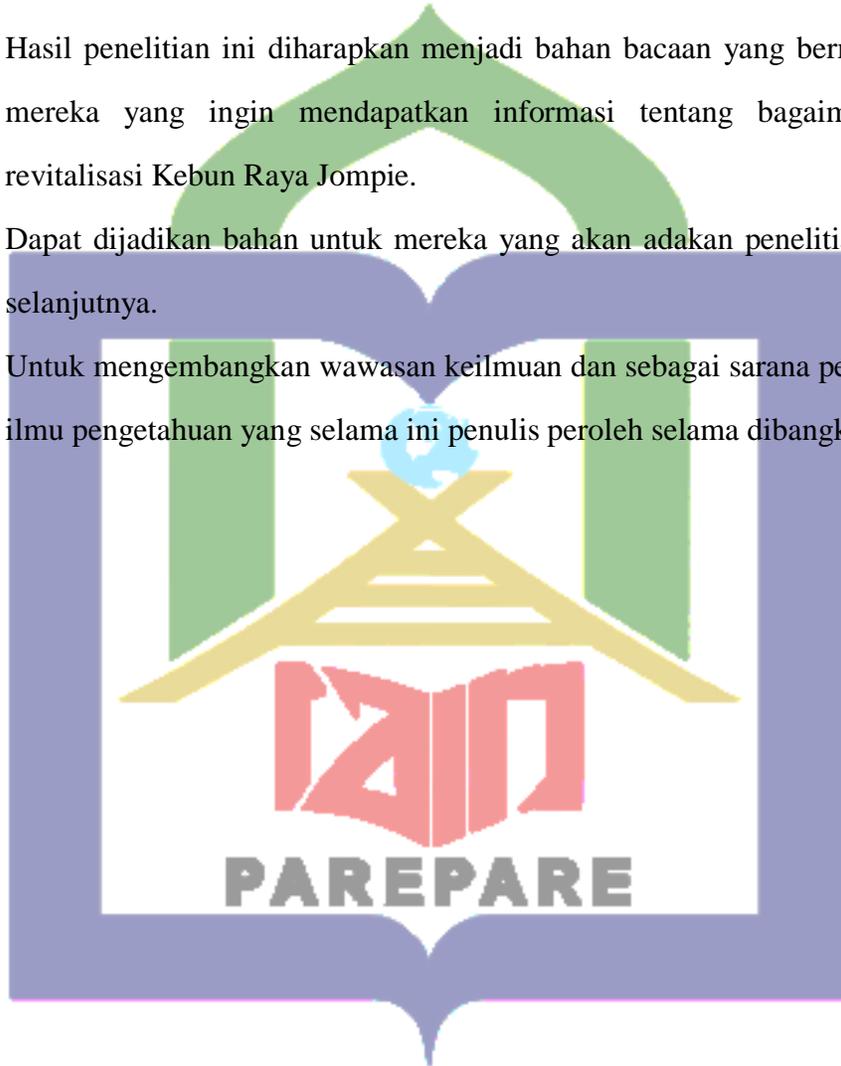
Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui bentuk revitalisasi Kebun Raya Jompie Kota Parepare.
- 1.3.2 Untuk mengetahui strategi meningkatkan minat wisata masyarakat terhadap tempat wisata Kebun Raya Jompie.
- 1.3.3 Untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang diterapkan di Kebun Raya Jompie.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat guna memperbanyak ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam, adapun manfaat lainnya sebagai berikut :

- 1.4.1 Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi mereka yang ingin mendapatkan informasi tentang bagaimana bentuk revitalisasi Kebun Raya Jompie.
- 1.4.2 Dapat dijadikan bahan untuk mereka yang akan adakan penelitian-penelitian selanjutnya.
- 1.4.3 Untuk mengembangkan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan dari ilmu pengetahuan yang selama ini penulis peroleh selama dibangku kuliah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan hasil penelitian pada intinya dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak ada pengulangan dalam penelitian kali ini. Sepanjang penelusuran referensi yang telah penulis lakukan, ada beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan masalah revitalisasi tempat wisata, diantaranya sebagai berikut:

- 2.1.1 Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Mailiza Damayanti mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang, dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang pada Obyek Wisata Permandian Air Panas Guci di Kabupaten Tegal”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang pada obyek wisata pemandian air panas GUCI di kabupaten Tegal. Metode penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sample sebanyak 150 responden pada orang-orang yang mengunjungi obyek wisata pemandian air panas GUCI di Kabupaten Tegal. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) yang dioperasikan dengan program AMOS versi 20. Jenis data adalah primer dan menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka tertutup.³

³Mailiza Damayanti, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang pada Obyek Wisata Permandian Air Panas Guci di Kabupaten Tegal” (Skripsi sarjana; Fakultas Ekonomika dan Bisnis Islam: Semarang, 2015), h.1-59.

- 2.1.2 Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Yulia Tri Hapsari Mahasiswi Universitas Diponegoro Semarang, dengan judul “Revitalisasi Taman Balaekambang Sebagai Tempat Rekreasi di Surakarta”. Metodologi yang digunakan dalam pembahasan Laporan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur adalah deskriptif analitis yaitu dengan memberikan suatu penjelasan dan menguraikan tentang data-data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder kemudian di analisa dengan mengacau pada konteks permasalahan yang muncul. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung di lapangan dan wawancara, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari data statistic dan kepustakaan yang berkaitan dengan perencanaan.⁴
- 2.1.3 Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ririn Nur Arsanti mahasiswi Universtas Pasundan Bandung, dengan judul ”Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Pantai Tanjung Pendam di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Belitung”. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam metode ini akan menggambarkan tentang situasi dilapangan tempat penelitian berlangsung, dengan menggunakan beberapa tahapan yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan dengan cara penyebaran angket, wawancara, dan observasi pada salah satu responden. populasi yang cukup besar. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi dinas pariwisata dalam meningkatkan

⁴Yulia Tri Hapsari, “*Revitalisasi Taman Balaekambang Sebagai Tempat Rekreasi di Surakarta*” (skripsi sarjana; Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik: Semarang, 2002), h. 1- 63

minat wisatawan pantai Tanjung Pendam, serta hambatan-hambatan yang dialami pihak dinas pariwisata dan ekonomi kreatif kabupaten Belitung⁵

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, terdapat persamaan dengan penelitian ini, yaitu dari segi minat wisatawan dan revitalisasi wisata. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek penelitiannya dan teori keilmuannya. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini akan membahas secara khusus mengenai minat wisata masyarakat di Kebun Raya Jompie Kota Parepare berdasarkan Ekonomi Islam. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan judul “Revitalisasi Kebun Raya Jompie dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam)”.

2.2 Tinjauan Teoritis

Penelitian ini akan menggunakan suatu bangunan kerangka teoritis atau konsep-konsep yang menjadi *grand* teori dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti atau untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah dibangun sebelumnya. Adapun tinjauan teori yang digunakan adalah:

2.2.1 Revitalisasi

2.2.1.1 Pengertian Revitalisasi

Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital hidup akan tetapi mengalami kemunduran dan degradasi. Proses revitalisasi sebuah kawasan atau bagian kota mencakup perbaikan

⁵Ririn Nur Arsanti, “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Pantai Tanjung Pendam di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Belitung” (Skripsi sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Bandung, 2016), h. 1-68

aspek fisik dan aspek ekonomi dari bangunan maupun ruang kota. Revitalisasi fisik merupakan strategi jangka pendek yang dimaksudkan untuk mendorong terjadinya peningkatan kegiatan ekonomi jangka panjang. Revitalisasi fisik diyakini dapat meningkatkan kondisi fisik (termasuk juga ruang ruang publik) kota, namun tidak untuk jangka panjang. Untuk itu, tetap diperlukan perbaikan dan peningkatan aktivitas ekonomi (*economic revitalization*) yang merujuk kepada aspek sosial budaya serta aspek lingkungan (*environmental objectives*).

Hal tersebut mutlak diperlukan karena melalui pemanfaatan yang produktif, diharap akan terbentuk sebuah mekanisme perawatan dan kontrol yang langgeng terhadap keberadaan fasilitas dan infrastruktur kota.

2.2.1.2 Tahap-tahap revitalisasi

Sebagai sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi terjadi melalui beberapa tahapan dan membutuhkan kurun waktu tertentu serta meliputi hal-hal sebagai berikut.

2.2.1.2.1 Intervensi fisik

Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan ruang terbuka kawasan (*urban realm*). Isu lingkungan (*environmental sustainability*) pun menjadi penting, sehingga intervensi fisik pun sudah semestinya memperhatikan konteks lingkungan. Perencanaan fisik tetap harus dilandasi pemikiran jangka panjang.

2.2.1.2.2 Rehabilitasi ekonomi

Perbaikan fisik kawasan yang bersifat jangka pendek, diharapkan bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal (*local economic development*), sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi kawasan kota. Revitalisasi yang diawali dengan proses peremajaan artefak urban harus mendukung proses rehabilitasi kegiatan ekonomi. Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi campuran yang bisa mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial (vitalitas baru).

2.2.1.2.3 Revitalisasi sosial/institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terukur bila mampu menciptakan lingkungan yang menarik (*interesting*), jadi bukan sekedar membuat *beautiful place*. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga (*public realms*). Kegiatan perancangan dan pembangunan kota untuk menciptakan lingkungan sosial yang berjati diri (*place making*) dan hal ini pun selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik.⁶

2.2.2 Minat

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk tingkah laku yang berorientasi pada objek, kegiatan atau pengalaman tertentu, dan kecenderungan tersebut antara individu yang satu dengan individu yang lain tidak sama intensifnya. Minat diartikan pula sebagai kesadaran seseorang terhadap suatu objek, suatu masalah ataupun suatu

⁶“Revitalisasi,” *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Revitalisasi> (5 Agustus 2018).

situasi yang mempunyai sangkut paut dengan dirinya yang dilakukan dengan sadar serta diikuti rasa senang.

Menurut Crow and crow, minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman, yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.⁷

Sementara minat menurut Muhibbin Syah, kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.⁸ Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa minat diindikasikan rasa semangat yang tinggi terhadap suatu pekerjaan, rasa semangat tersebut diiringi oleh kesungguhan, sehingga tercapai kebahagiaan karena yang dilakukan itu tanpa ada rasa terpaksa.

Usaha memperoleh sesuatu, diperlukan adanya minat, besar maupun kecilnya minat yang dimiliki akan sangat berpengaruh terhadap hasil yang akan diperoleh. Minat merupakan gejala psikologis yang menunjukkan bahwa adanya pengertian dan perhatian subjek terhadap objek yang menjadi sasaran karena objek menarik perhatian dan menimbulkan perasaan senang sehingga cenderung kepada objek tersebut. Adanya ketertarikan seseorang terhadap sesuatu karena mampu menimbulkan perasaan senang.

2.2.2.1 Unsur-unsur minat

Seseorang dapat dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur antara lain:

⁷Crow D. Leater & Crow Alice, *Psikologi Pendidikan* (Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989). h. 302-303.

⁸Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 136.

2.2.1.1.1 Perhatian

Seseorang dikatakan berminat apabila individu memiliki perhatian, yaitu kreativitas jiwa yang tinggi semata-mata tertuju pada suatu objek, jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu objek yang pasti perhatiannya akan memusat terhadap objek tersebut.

2.2.1.1.2 Kesenangan

Perasaan senang terhadap sesuatu objek orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, orang merasa tertarik kemudian pada gilirannya timbul keinginan yang dikehendaki agar objek tersebut menjadi miliknya.

2.2.1.1.3 Kemauan

Kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu objek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat individu yang bersangkutan.

2.2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat secara umum yaitu,

2.2.2.2.1 Faktor kebutuhan dari dalam.

2.2.2.2.2 Faktor motif sosial, dan

2.2.2.2.3 Faktor emosional.⁹

2.2.3 Strategi

2.2.3.1 Pengertian Strategi

Secara etimologi adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai “komandan militer” pada zaman demokrasi Athena. Pada mulanya istilah strategi digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Sedangkan secara terminologi banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya semuanya itu mempunyai arti atau makna yang sama.¹⁰

Strategi adalah seni memadukan atau mengintraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja.

Menurut Hamel dan Prahalad pengertian strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental*, (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.¹¹

⁹Chris Pearson, “Membangun minat beli,” *Blog Chris Pearson*. <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html> (3 Agustus 2018).

¹⁰“Strategi,” *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi> (1 Agustus 2018).

¹¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet. I ; (Jakarta: Prenada Media, 2009), h. 59-60

Selanjutnya strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Pengertian strategi lainnya seperti yang diutarakan Craig & Grant adalah strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.¹²

Apabila disimpulkan dari beberapa pengertian strategi diatas maka strategi adalah gabungan dari kegiatan yang direncanakan dan reaksi untuk mengantisipasi persaingan dan perkembangan yang tidak terduga.

Setelah menguraikan beberapa pengertian strategi diatas maka dapat diartikan strategi sebagai cara terbaik untuk mencapai suatu sasaran, atau menyelesaikan suatu pekerjaan. Penentuan tujuan dan sasaran dalam jangka panjang organisasi ataupun perusahaan, serta penentuan jumlah dan jenis kegiatan yang dibutuhkan.

2.2.3.2 Proses strategi

Proses strategi adalah proses yang memandu perencanaan, implementasi dan evaluasi strategi, walaupun yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan evaluasi juga sama pentingnya. Bahkan strategi terbaikpun dapat saja gagal bila manajemen tidak mengimplementasikan atau mengevaluasi secara layak.¹³ Proses strategi menjadi bentuk penyederhanaan situasi nyata, proses strategi berorientasi pada suatu sistem yang satu kesatuan yang saling berhubungan, perencanaan tanpa pengimplementasian, dan evaluasi akan gagal dan

¹²Kasmir, *Pemasaran Bank*. h. 60

¹³Stephen P. Robins and Mary Coulter, *Management Tenth Edition*, terj. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera, *Manajemen Edisi Kesepuluh* (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 214.

tidak berjalan dengan baik, maka dari itu perusahaan harus menjalankan tiga proses strategi.

2.2.3.3 Perencanaan Strategi

Perencanaan melibatkan penetapan serangkaian tindakan yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan. Perencanaan strategi yang meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi (keputusan yang bersifat mendasar dan prinsipil) agar memungkinkan organisasi berintraksi secara efektif (misi), dan mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal serta mengukur dan menetapkan kelemahan dan kekuatan internal dan menetapkan tujuan jangka panjang.

2.2.3.4 Implementasi Strategi

Implementasi strategi perusahaan diharapkan menetapkan atau merumuskan tujuan perusahaan, memikirkan dan merumuskan kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dilaksanakan. Mengimplementasikan berarti menggerakkan pada karyawan dan manajer untuk mendapatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Implementasi strategi memerlukan kinerja dan disiplin yang tinggi tetapi juga diimbangi dengan imbalan yang memadai. Tantangan implementasi adalah menstimulir para manajer dan karyawan melalui organisasi agar mau bekerja dengan penuh kebanggaan dan antusias kearah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

2.2.3.5 Evaluasi Strategi

Evaluasi dan pengawasan strategi merupakan tahap terakhir di dalam proses strategi. Pada dasarnya evaluasi strategi mencakup 3 hal, yaitu:

2.2.3.5.1 Mereview faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar bagi strategi yang sedang berlangsung.

2.2.3.5.2 Mengukur kinerja yang telah dilakukan.

Melihat kinerja dari setiap anggota sangat perlu. Memberikan hadiah kepada anggota yang berprestasi sebagai motivasi untuk lebih giat bekerja. Selain daripada itu, dapat juga menjadi dorongan terhadap anggota lain untuk bekerja sebaik mungkin. Mengukur dan melihat kembali kinerja yang telah dilakukan agar dapat diketahui apakah strategi yang sudah dibuat dapat terimplementasikan dengan baik.

2.2.3.5.3 Mengambil berbagai tindakan perbaikan.

Aktivitas perumusan strategi, implementasi dan evaluasi terjadi ditiga tingkat hirarki dalam organisasi yang besar, korporasi, divisi atau unit bisnis strategis, dan fungsional. Evaluasi strategi sangat diperlukan sebab keberhasilan perusahaan saat ini, tidak menjadi jaminan keberhasilan perusahaan dimasa yang akan datang.¹⁴

2.2.4 Ekonomi Islam

2.2.4.1 Pengertian Ekonomi Islam

Secara etimologi kata ekonomi dari bahasa *oikonomemi* (greek atau Yunani), terdiri dari dua kata: *oicos* yang berarti rumah dan *nomos* yang berarti aturan. Jadi ekonomi adalah aturan-aturan untuk menyelenggarakan kebutuhan hidup manusia dalam rumah tangga, baik rumah tangga rakyat (*volkshuishouding*), maupun rumah

¹⁴Stephen P. Robins and Mary Coulter, *Management Tenth Edition*. h.216

tangga negara (*staathuishouding*), yang dalam bahasa Inggris disebutnya sebagai *economics*.¹⁵

Sedangkan ekonomi Islam menurut istilah, beberapa ahli telah mengutarakan pendapatnya tentang ekonomi Islam sebagai berikut;

- 2.2.4.1.1 Hasanuzzaman, ekonomi Islam adalah ilmu dan aplikasi petunjuk dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya material agar memenuhi kebutuhan manusia dan agar dapat menjalankan kewajibannya kepada Allah swt., dan masyarakat.¹⁶
- 2.2.4.1.2 Muhammad Abdul Mannan, ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai Islam.
- 2.2.4.1.3 Nejatullah As-Shiddiqi, ekonomi Islam adalah tanggapan pemikir-pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada zamannya. Dimana dalam upaya ini mereka dibantu oleh al-Qur'an dan Sunnah disertai dengan argumentasi dan pengalaman empiris.
- 2.2.4.1.4 Khan, ekonomi Islam adalah suatu upaya memusatkan perhatian pada studi tentang kesejahteraan manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya di bumi atas dasar kerja sama dan partisipasi.

¹⁵Abdullah hajati; Zaky Al-Kaff, *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, (Bandung: PT. Pustaka Setia Pertama, 2002), h. 18.

¹⁶Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islam Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetap Solusi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 11

2.2.4.1.5 Khurshid Ahmad, ekonomi Islam adalah suatu upaya sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia yang berkaitan dengan masalah itu dari perspektif Islam.¹⁷

Beberapa pendapat yang telah diutarakan oleh para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah perputaran ekonomi yang diambil dari hasil bumi untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tak lepas dari norma-norma yang telah ditetapkan oleh Allah Swt.

Ekonomi Islam seperti dikatakan Shihab, diikat oleh seperangkat nilai iman dan akhlak, moral etika bagi setiap aktifitas ekonominya, baik dalam posisinya sebagai konsumen, produsen, distributor, dan lain-lain maupun dalam melakukan usahanya dalam mengembangkan serta menciptakan hartanya.¹⁸ Jiwa seorang marketer meyakini bahwa setiap perbuatan baik dan buruk akan mendapatkan balasan, Allah Swt berfirman dalam surah Az-Zalzalah/99:7-8

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Terjemahnya :

Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar zarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan) nya pula.¹⁹

Ekonomi Islam juga dapat dikatakan cabang Ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami.

¹⁷Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics*. h. 12.

¹⁸Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 2

¹⁹Kementrian Agama Republik IndonesiaI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Surabaya: Fajar Mulya, 2002), h. 909.

2.2.4.2 Sistem Ekonomi Islam

Islam membedakan antara ilmu ekonomi dengan sistem ekonomi. Definisi umum, sistem merupakan keseluruhan yang kompleks, yakni suatu susunan hal atau bagian yang saling berhubungan, sedangkan ilmu adalah pengetahuan yang dirumuskan secara sistematis. Jadi sistem dapat didefinisikan sebagai setiap peraturan yang lahir dari pandangan dunia atau akidah tertentu yang berfungsi untuk memecahkan dan mengatasi problema hidup manusia, menjelaskan bagaimana cara pemecahan, memelihara serta mengembangkan.²⁰

Perbedaan mengenai ilmu ekonomi dan sistem ekonomi muncul dikarenakan hal berikut:

- 2.2.4.2.1 Dalam pemenuhan urusan masyarakat dari segi pemenuhan harta kekayaan (barang dan jasa) melalui teknik produksi.
- 2.2.4.2.2 Dalam pengaturan urusan masyarakat dari segi cara memperoleh, memanfaatkan dan mendistribusikan kekayaan.

Pembahasan pertama lebih banyak berkaitan dengan kegiatan teknik memperbanyak jumlah barang dan jasa serta bagaimana cara menjaga pengadaannya (produksi), pembahasan ini lebih tepat dikategorikan dalam ilmu ekonomi. Pembahasan kedua sama sekali tidak dipengaruhi oleh banyak sedikitnya kekayaan, tetapi hanya berhubungan dengan tatakerja (mekanisme) pendistribusiannya dan ini lebih tepat dikategorikan sistem ekonomi.²¹ Dengan demikian, sistem ekonomi merupakan bagian dari sistem petanaan kehidupan masyarakat yang terkait dengan

²⁰M. Ismail Yasanto dan M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al-Azhar Press, 2009), h. 13.

²¹M. Ismail Yasanto dan M. Arif Yunus, *PengantarEekonomi Islam*, h. 13-14.

cara pandang atau ideologi tertentu. Berbeda dengan ilmu ekonomi bersifat universal, tidak terkait dengan ideologi tertentu.

2.2.4.3 Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam

Nilai-nilai dasar ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar ini baik nilai filosof, instrumental maupun institusional atau al-Qur'an dan hadits yang merupakan dua sumber normatif tertinggi dalam agama Islam. Inilah hal utama yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional, yaitu ditematkannya sumber ekonomi ajaran agama sebagai sumber utama ilmu ekonomi. Tentu saja, al-Qur'an dan hadits bukanlah merupakan suatu sumber yang secara instan menjadi ilmu pengetahuan. Mengubah nilai dan etika Islam menjadi suatu peralatan operasional yang berupa analisis ilmiah, maka suatu filsafat etika harus disusutkan (diperas) menjadi sekumpulan aksioma yang kemudian dapat berlaku sebagai suatu titik mula pembuat kesimpulan logis mengenai kaidah-kaidah sosial dan perilaku ekonomi Islami, yang sesungguhnya merupakan derivatif dari ajaran Islam dalam bentuk yang lebih fokus.

Menurut Ahmad Saefuddin, ada beberapa nilai yang menjadi sumber dari dasar sistem ekonomi Islam, antara lain:

2.2.4.3.1 Kepemilikan

Nilai dasar kepemilikan dalam sistem ekonomi Islam :

2.2.4.3.1.1 Pemilikan terletak pada kepemilikan pemanfaatannya dan bukan menguasai secara mutlak terhadap sumber-sumber ekonomi.

2.2.4.3.1.2 Pemilikan terbatas pada sepanjang umurnya selama hidup didunia, dan bila orang itu mati, harus didistribusikan kepada ahli warisnya menurut ketentuan Islam.

2.2.4.3.1.3 Pemilikan perorangan tidak dibolehkan terhadap sumber-sumber yang menyangkut kepentingan umum atau menjadi hajat hidup orang banyak.

2.2.4.3.2 Keseimbangan

Merupakan nilai dasar yang pengaruhnya terlihat pada berbagai aspek tingkah laku ekonomi muslim, misal kesedarhanaan (*moderation*), berhemat (*parsimary*) dan menjauhi pemborosan (*extravagance*).

Konsep nilai kesedarhanaan berlaku dalam tingkah laku ekonomi, terutama dalam menjauhi konsumerisme dan menjauhi pemborosan berlaku tidak hanya untuk pembelanjaan yang diharamkan saja, tetapi juga pembelanjaan dan sedekah yang berlebihan.

Allah Swt., berfirman dalam Q.S. Al-Furqan/25: 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Terjemahnya:

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian.²²

Nilai dasar keseimbangan ini, selain mengutamakan kepentingan dunia dan kepentingan akhirat, juga mengutamakan kepentingan perorangan dan kepentingan umum, dengan dipeliharanya keseimbangan antara hak dan kewajiban.²³

²²Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h.511.

²³Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta Pusat: Media Da'wah dan LIPPM), h. 43-49.

2.2.4.3.3 Keadilan

Secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan dimata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak dan hak menikmati pembangunan.²⁴

Berdasarkan muatan kata adil yang ada dalam al-Qur'an :

2.2.4.3.3.1 Keadilan berarti kebebasan yang bersyarat akhlak Islam. Allah swt., berfirman dalam Q.S. Al-Hasyr/ 59:7

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا
ءَاتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ



Terjemahnya:

Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah swt., kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah swt., untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar diantara orang-orang kaya saja diantara kamu. Apa yang diberikan rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarang-Nya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah swt., sesungguhnya Allah swt., amat keras hukumannya.²⁵

2.2.4.3.3.2 Keadilan harus ditetapkan disemua fase kegiatan ekonomi, baik kaitannya dengan produksi maupun konsumsi, yaitu dengan aransemen efisisensi dan memberantas keborosan kedalam keadilan distribusi adalah penilaian terhadap faktor-faktor produksi dan kebijaksanaan harga hasilnya sesuai dengan takaran yang wajar dan ukuran yang tepat atau kadar sebenarnya. Allah swt., berfirman dalam Q.S. Ar-Rahman/55:9

²⁴P3EI, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 59.

²⁵Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h.773.

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿١٠١﴾

Terjemahnya :

“Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”.²⁶

2.2.4.3.3.3 Keadilan berarti kebijaksanaan mengalokasikan sejumlah hasil tertentu dari kegiatan ekonomi bagi mereka yang tidak mampu memasuki pasar atau tidak sanggup membelinya menurut kekuatan pasar, yaitu kebijaksanaan melalui zakat, infaq dan sedekah.²⁷

Demikian yang dimaksud dengan *al-adl'* didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi” implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam.²⁸

2.3 Tinjauan Konseptual (Penjelasan Judul)

Supaya menghindari kesalahan dalam memahami pembahasan skripsi ini, maka penulis memberikan pengertian judul secara harfiah, yaitu:

2.3.1 Revitalisasi

Pengertian dari revitalisasi bisa berarti proses, cara dan atau perbuatan untuk menghidupkan atau menggiatkan kembali berbagai program kegiatan apapun. Sehingga secara umum pengertian dari revitalisasi merupakan usaha-usaha untuk menjadikan sesuatu itu menjadi penting dan perlu sekali.

²⁶Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h. 797

²⁷Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, h. 59-65.

²⁸Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Perseda, 2007), h.

Beragam kata revitalisasi sering dipergunakan untuk melakukan satu tujuan misalkan revitalisasi pendidikan, revitalisasi sebuah kawasan, Revitalisasi Kearifan lokal dan beragam revitalisasi lainnya seiring dengan perkembangan zaman.²⁹

2.3.2 Minat

Minat menurut Muhibbin Syah, kecenderungan dan keairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.³⁰ Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa minat diindikasikan rasa semangat yang tinggi terhadap suatu pekerjaan, rasa semangat tersebut diiringi oleh kesungguhan, sehingga tercapai kebahagiaan karena yang dilakukan itu tanpa ada rasa terpaksa.

Sesuai dengan judul penelitian skripsi ini, maka minat berwisata masyarakat yang ingin diketahui terkait dengan kebun raya jompie yang terdapat di Kota Parepare. Selain daripada itu, untuk mencari tau bagaimana cara pemerintah untuk meningkatkan minat wisata masyarakat untuk berkunjung di Kebun Raya Jompi'e.

2.3.3 Strategi

Secara etimologi adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai “komandan militer” pada zaman demokrasi Athena. Pada mulanya istilah strategi digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Sedangkan secara terminologi banyak ahli telah mengemukakan

²⁹“Pengertian revitalisasi,” *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Revitalisasi/2016/02/15/Pengertian-Revitalisasi.Html>. (4 Agustus 2018).

³⁰Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) edisi revisi, h. 136.

definisi strategi dengan sudut pandang yang berbeda-beda namun pada dasarnya semuanya itu mempunyai arti atau makna yang sama.³¹

Sehingga dapat di simpulkan bahwa strategi adalah seni memadukan atau mengintraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja.

Keterkaitan dengan judul penelitian ini, sekiranya peneliti dapat mengetahui strategi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Parepare dalam meningkatkan minat wisata masyarakat untuk berkunjung di Kebun Raya Jompi'e.

2.3.4 Ekonomi Islam

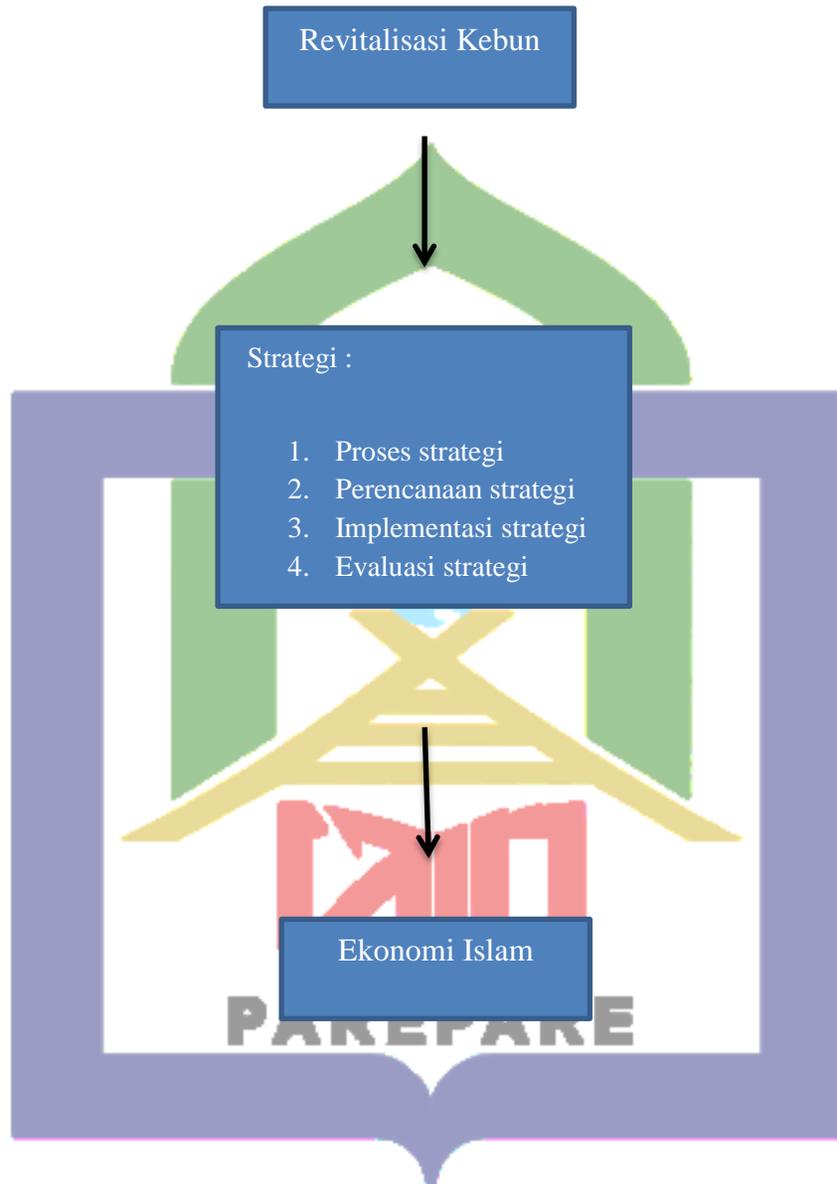
Pendapat Shihab tentang ekonomi Islam yaitu diikat oleh seperangkat nilai iman dan akhlak, moral etika bagi setiap aktifitas ekonominya, baik dalam posisinya sebagai konsumen, produsen, distributor, dan lain-lain maupun dalam melakukan usahanya dalam mengembangkan serta menciptakan hartanya.³²

Berdasarkan pendapat Shihab diatas, dapat di katakan bahwa apapun posisi setiap orang baik itu penjual atau pembeli tetap selalu dibarengi dengan nilai-nilai Islam. Hal ini dapat dikaitkan dengan judul penelitian ini, mulai dari si penjual, si pembeli serta strategi yang dilakukan oleh pemerintah daerah sesuai atau tidaknya yang di harapkan oleh Islam.

³¹“Strategi,” *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi> (1Agustus 2018).

³²Muhammad, *Prinsip-PrinsipEekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 2.

2.4 Kerangka Fikir



Berdasarkan kerangka fikir tersebut, peneliti membuat sesuai masalah yang peneliti angkat yaitu revitalisasi kebun raya jompie dalam meningkatkan minat wisata masyarakat Kota Parepare sesuai dengan ekonomi Islam atau sebaliknya. Kerangka

pikir tersebut sudah menggambarkan bagaimana masalah sebenarnya yang akan menjadi bahan acuan peneliti untuk melakukan penelitian.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini menunjuk pada pedoman tulisan karya ilmiah (makalah dan skripsi) yang diterbitkan STAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa kajian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.³³

3.1 Jenis Penelitian

Merujuk pada permasalahan yang dikaji, maka penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*). Yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada dilapangan sebagaimana adanya. Berdasarkan masalahnya, penelitian digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan apa yang diteliti melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi.³⁴

Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan.³⁵ Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang tidak melakukan manipulasi atau memberikan perlakuan-perlakuan tertentu terhadap variabel atau merancang sesuatu yang diharapkan terjadi pada variabel, tetapi semua kegiatan, keadaan, kejadian, aspek komponen atau variabel berjalan sebagaimana adanya.

³³Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, edisi revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 30-36.

³⁴Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet. VII; Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 26.

³⁵Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Cet. IV; Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 310.

Penelitian ini berkenaan dengan sesuatu keadaan atau kejadian-kejadian yang berjalan. Berdasarkan pandangan tersebut, maka penelitian menetapkan gambaran yang apa adanya pada lokasi penelitian untuk menguraikan keadaan sesungguhnya dengan kualitas hubungan yang relevan karena Sukmadinata pun menegaskan bahwa dekriptif kualitatif lebih memperhatikan karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.³⁶

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi

Lokasi penelitian ini bertempat di Kebun Raya Jompie, jalan Industri kecil Kota Parepare.

3.2.2 Waktu penelitian

Dalam penelitian ini, diperkirakan mengambil waktu kurang lebih dua bulan lamanya.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini mengarah pada kajian tentang revitalisasi Kebun Raya Jompie dalam meningkatkan minat wisata masyarakat Kota Parepare.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan peneliti tersebut.³⁷ Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

³⁶Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, h. 310.

³⁷Joko Suboyo, *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)*, (Jakarta: Rineka Cipta. 2006), h. 89.

3.4.1 Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli dari responden melalui wawancara ataupun kuesioner untuk menunjang keakuratan data, dimana responden merupakan sampel intisari penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah beberapa dari masyarakat Kota Parepare dan pemerintah Kota Parepare.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat pihak lain). Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti buku, laporan, jurnal, literatur, situs internet, serta informasi dari beberapa instansi yang terkait.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian atau penelitian lapangan (*Field Research*) untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data-data konkret yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Pengamatan (*Observasi*)

Suatu metode dalam penelitian yang mana proses pengambilan datanya melalui pengamatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, artinya sengaja atau terencana bukan hanya kebetulan terlihat sepintas.³⁸ Dalam hal ini, peneliti

³⁸Tim Penyusun Ensiklopedi Indonesia, *Ensiklopedi Indonesia*, (Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hoeve Tarsito, 1980), h. 849.

meninjau langsung kelapangan atau lokasi untuk melakukan pengamatan yang real dengan melihat langsung kondisi kebun raya jompie di Kota Parepare.

3.5.2 Wawancara (*Interview*)

Wawancara dapat didefinisikan sebagai interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, yaitu yang melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar di sekitar pendapat dan keyakinannya.³⁹

Teknik wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian. Karena menyangkut data, maka wawancara merupakan salah satu elemen penting dalam proses penelitian..⁴⁰ Wawancara sering disebut sebagai suatu proses komunikasi dan interaksi.

Sehingga dapat dikatakan bahwa wawancara merupakan teknik yang paling efektif dalam mencari data yang akurat dari responden. Walaupun terdapat kekurangan yaitu pada saat responden memberikan keterangan yang bersifat membela diri karena menghindari isu negatif nantinya. Namun peneliti meyakini dengan komunikasi yang baik dan suasana menyenangkan akan menimbulkan keterbukaan kepada responden tentang data yang diinginkan oleh peneliti.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data-data diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dan dalam penelitian ini. Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang

³⁹Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers), h. 50.

⁴⁰Bagong Suryono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana. 2007), h.69

lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah ada seperti indeks prestasi, jumlah anak, pendapatan, luas tanah, jumlah penduduk dan sebagainya.⁴¹

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam mengelola data, penulis menggunakan metode kualitatif dengan melihat aspek-aspek objek penelitian. Data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisa, yakni dengan menggambarkan dengan kata-kata dari hasil yang telah diperoleh.

Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. “Analisis data adalah pegangan bagi peneliti”, dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.⁴²

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.⁴³

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisa deduktif, artinya data yang diperoleh di lapangan secara umum kemudian diuraikan dalam kata-kata yang penarikan kesimpulannya bersifat khusus.

⁴¹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008) h. 158

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. XI; Bandung: Alfabeta, 2010), h.336

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet. XIX; Bandung: Alfabeta, 2014), h.194

Menurut Miles dan Huberman ada tiga metode dalam analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, model data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian, dan pentransformasian data kasar dari lapangan.⁴⁴ Dalam proses reduksi ini, peneliti benar-benar mencari data yang benar-benar valid.

Reduksi data bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis, pilihan-pilihan peneliti potongan-potongan data untuk diberi kode, untuk ditarik ke luar, dan rangkuman pola-pola sejumlah potongan, apa pengembangan ceritanya, semua merupakan pilihan-pilihan analitis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

3.6.2 Model Data/Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Oleh karena itu, sajiannya harus tertata secara apik.

Pada umumnya teks tersebut berpencar-pencar, bagian demi bagian, tersusun kurang baik. Pada kondisi seperti peneliti mudah melakukan suatu kesalahan atau bertindak secara ceroboh dan sangat gegabah mengambil kesimpulan yang memihak, tersekat-sekat dan tidak berdasar. Kecenderungan kognitifnya adalah

⁴⁴Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 209

menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami.⁴⁵

Peneliti selanjutnya dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan yang dijustifikasikan dan bergerak ke analisis tahap berikutnya. Sebagaimana dengan reduksi data, menciptakan dan menggunakan model bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Merancang kolom dan baris dari suatu matrik untuk data kualitatif dan menentukan data yang mana, dalam bentuk yang sama, harus dimasukkan ke dalam sel yang mana adalah aktivitas analisis.⁴⁶

3.6.3 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan “makna” sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proporsi-proporsi. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan ini secara jelas, memelihara kejujuran dan kecurigaan.

Kesimpulan “akhir” mungkin tidak akan terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran korpus dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntutan dari penyandang dana, tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memproses secara induktif.⁴⁷

⁴⁵Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : CV Alfabeta, 2011), h. 101.

⁴⁶Emzir, *Analisis data : Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 132.

⁴⁷Emzir, *Analisis data : Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 132.

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin.⁴⁸



⁴⁸Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 210

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Letak Geografis

Secara administratif Kebun Raya Jompie masuk kedalam wilayah kota Parepare yang terletak di Jalan Industri Kecil, Kelurahan Bukit Harapan, Kecamatan Soreang, Privinsi Sulawesi Selatan dengan batas-batas sebagai berikut:

4.1.1.1 Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan Andi Mappangulung.

4.1.1.2 Sebelah Selatan berbatasan dengan Jalan Jompie.

4.1.1.3 Sebelah Timur berbatasan dengan jalan Industri Kecil.

4.1.1.4 Sebelah Barat berbatasan dengan Jalan Andi Mappangulung.

Lokasinya sangat strategis sekitar 3,5 km dari pusat Kota Parepare dan tapaknya dikelilingi jalan umum beraspal hotmix yang terhubung dengan jaringan jalan perkotaan, sehingga mudah dijangkau dengan kendaraan. Hal ini menjadikan Kebun Raya Jompie Parepare semakin mudah dan strategis untuk dikunjungi.

4.1.2 Sejarah dan Perkembangan Kebun Raya Jompie Parepare

Kebun Raya Jompie Parepare (KRJP) pada mulanya merupakan bagian dari kawasan Hutan Kota Jompie yang yang dibangun melalui penataan kembali kawasan tersebut seluas kurang lebih 13,5 ha. Hutan Kota Jompie merupakan bagian dari kompleks Hutan Alitta yang kaya dengan jenis tumbuhan, baik yang tumbuh secara alami maupun ditanam oleh pemerintah daerah dan masyarakat. Nama Alitta tersebut

diambil dari nama kecil Andi Pangerang Pettarani, salah satu tokoh pahlawan yang berasal dari Parepare.⁴⁹

Kompleks Hutan Alitta disebut juga sebagai area Hutan Produksi Terbatas (HPT) dengan luas 84,80 ha yang terbagi atas dua bagian yaitu Alitta I dengan luas 40,00 ha dan Alitta II seluas 44,80 ha. Kawasan ini merupakan daerah tangkapan dan resapan air yang berfungsi juga sebagai pelestarian plasma nutfah. Selain itu, kawasan hutan Alitta telah dicadangkan sebagai kawasan Taman Hutan Raya (Tahura) Provinsi Sulawesi Selatan oleh Gubernur Sulawesi Selatan.

4.2 Bentuk Revitalisasi Kebun Raya Jompie Kota Parepare

Berdasarkan kebijakan Pemerintah Kota Parepare, kawasan Hutan Jompie ditetapkan sebagai kawasan hijau yang berfungsi sebagai paru-paru kota, objek wisata, kawasan pelestarian alam, dan tempat penelitian bidang biologi/botani. Sementara itu, kawasan disekitarnya merupakan daerah perkampungan yang padat penduduk. Sejumlah 58 rumah (kepala keluarga) yang menghuni kawasan hutan jompie telah berhasil dipindahkan keluar dari kawasan.

Bangunan fisik yang pernah terbangun didalam Hutan Jompie meliputi bangunan pagar permanen, jalanan paving, jalan setapak, gazebo, jalan aspal yang mengelilingi tapak, kolam renang, baruga, toilet, rumah kaca, gedung atau rumah permanen, kolam (mata air), pemukiman penduduk, dan gerbang masuk kolam renang. Namun kondisi bangunan tersebut tampak kurang terawat dan belum berfungsi sebagaimana yang diharapkan. Hal ini didukung oleh salah satu penduduk yang tinggal disekitar kebun raya jompie sebelum direvitalisasi:

“Dulu itu sebelum direnovasi seperti sekarang masih ada beberapa rumah warga yang tinggal didalam kawasan jompie parepare, bahkan binatang kaya’

⁴⁹ Aulia Rahmanianda, et. Eds., *Menapak Tilas Kebun Raya Jompie Parepare* (Makassar: DIPA Pusat Konservasi Tumbuhan Raya LIPI, 2017), h. 25

kambing sering keluar masuk dari hutan jompie. Kalau masyarakat yang berkunjung ada juga dari luar daerah”⁵⁰

Penegelolaan kawasan hutan jompie awalnya secara umum masih sangat minim, sehingga belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan lingkungan daerah. Kondisi fisik hutan jompie bahkan cenderung semakin menurun dari waktu ke waktu seiring dengan semakin meningkatnya tekanan dari lingkungan disekitarnya. Bagian utara kawasan ini terganggu oleh aktivitas penduduk yang masuk area hutan dan membangun rumah tinggal permanen. Selain itu, kondisi pagar kawasan yang belum sempurna mengakibatkan hewan-hewan peliharaan seringkali masuk kearea hutan dan merusak tanaman yang ada. Penduduk yang bermukiman disekitar kawasan hutan juga memanfaatkan mata air yang ada didalam kawasan untuk mandi dan mencuci sehingga berpotensi menimbulkan pencemaran yang merugikan ekosistem hutan tersebut.

Setelah melalui konsultasi keberbagai instansi terkait, salah satunya pusat konservasi tumbuhan kebun raya (LIPI), dinas pertanian, kehutanan, perikanan, dan kelautan (PKPK) Kota Parepare Provinsi Sulawesi Selatan. Maka dilakukan revitalisasi oleh pihak Pemerintah Daerah (PEMDA) sebagai berikut :⁵¹

4.2.1 Bangunan

Beberapa bentuk bangunan yang difasilitasi oleh pihak Pemerintah Daerah adalah sebagai berikut ;

4.2.1.1 Gerbang Utama

4.2.1.2 Tempat Parkir

4.2.1.3 Boulevard

⁵⁰Wawancara dengan Bapak Abbas, 15 Agustus 2019

⁵¹ Aulia Rahmanianda, et. Eds., Menapak Tilas Kebun Raya Jompie Parepare, h. 52

4.2.1.4 Taman Hias

4.2.1.5 Gedung Konservasi

4.2.1.6 Menara Pandang

4.2.1.7 Gedung Pengelola

4.2.1.8 Toilet

4.2.1.9 Taman Palem

4.2.1.10 Taman Terasing

4.2.1.11 Rumah Kompos

4.2.1.12 Rumah Pembibitan Permanen

4.2.1.13 Gerbang Samping

4.2.1.14 Rumah Kaca

4.2.1.15 Rumah Pembibitan Semipermanen

4.2.1.16 Rumah Anggrek

4.2.1.17 Rumah Permanen Tanaman Merambat

4.2.1.18 Taman Kering

4.2.2 Pengelolaan Koleksi :

4.2.2.1 Kebun Koleksi

Kebun koleksi di Kebun Raya Jompie terbagi menjadi 17 petak-petak koleksi (sering disebut vak) yang dimanfaatkan untuk pengelompokkan tanaman koleksi sesuai dengan tema KR Jompie. Tema KR Jompie adalah sebagai pusat koleksi dan konservasi “*Tumbuhan Kawasan Pesisir Wallacea*” yang meliputi keanekaragaman tumbuhan obat, tumbuhan adat, dan ethonobotani Sulawesi Selatan. Saat ini, berdasarkan data terbaru Oktober 2017, jumlah koleksi yang tertanam di Kebun

Raya Jompie Parepare ada hingga bulan Oktober 2017, jumlah koleksi yang tertanam di KRJP ada 48 suku, 140 marga, 164 jenis, dan 707 spesimen.

Penataan tanaman dilakukan berdasarkan konsep campuran antara tematik dan suku. Setiap vak dibatasi dengan jaringan jalan khususnya jalan setapak yang berfungsi sebagai jalur pemeliharaan dan pengamatan. Jalur ini dapat pula dimanfaatkan sebagai elemen sirkulasi bagi pengunjung.

4.2.2.2 Taman

Tanaman koleksi maupun non-koleksi juga dapat ditata dalam bentuk taman yang secara fungsional juga dapat menambah keindahan lanskap kebun raya. Taman untuk tanaman koleksi sering disebut taman tematik, karena dibuat menurut tema tertentu, misalnya berdasarkan kesamaan kegunaan (taman buah, taman obat, taman adat, taman wangi), kesamaan geografis atau ekologi (taman kering, taman air, taman wallacea) atau berdasarkan bentuk tubuh tanaman (koleksi arboreta, koleksi herba).

4.2.2.2.1 Taman Palem

Taman Palem merupakan taman tematik Kebun Raya Jompie Parepare yang didesain khusus untuk jenis-jenis tanaman palem atau termasuk suku Arecaceae. Taman ini termasuk kategori taman tematik berdasarkan suku. Penataan tanaman dilakukan berdasarkan fungsinya baik sebagai pengarah, focal point, maupun pola acak dan zig-zag.

4.2.2.2.2 Taman Kering

Taman kering merupakan taman tematik Kebun Raya Jompie Parepare yang didesain khusus untuk tanaman-tanaman yang mampu hidup di daerah dengan suhu tinggi dan kering. Taman ini dirancang menjadi 4 trap sesuai kontur tanah yang menurun.

4.2.2.2.3 Taman Hias Jompie

Taman Hias Jompie merupakan taman tematik Kebun Raya Jompie Parepare yang didesain khusus untuk tanaman hias dan dan bunga indah, dan tanaman hias merambat, dan tanaman hias air yang tahan dalam kondisi suhu Kota Parepare. Tanaman-tanaman itu ditata seperti *flower bed*. Taman ini juga memperlihatkan permainan bentuk lingkaran yang diaplikasikan dalam bentuk sirkulasi jalan, sehingga terkesan organik dan dinamis.

4.2.2.2.4 Taman Terasering

Taman Terasering merupakan taman tematik di Kebun Raya Jompie Parepare berupa lahan yang dibentuk berteras. Taman ini di masa yang akan datang dapat dirancang ulang dengan penanaman yang lebih menarik dengan menggunakan kombinasi beberapa tanaman.

4.2.2.2.5 Sumber Air

Sumber air di Kebun Raya Jompie Parepare berasal dari tiga mata air yang berada dibelahan selatan tapak, satu kolam renang, dan jaringan air dari PDAM. Namun permasalahannya, pada musim kemarau mata air yang terdapat dalam tapak kadang mengalami kekeringan atau sangat berkurang debit airnya. Selain itu mata air dan alurnya terletak ditempat yang lebih rendah, sehingga sulit dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan air, kecuali dengan bantuan perangkat penampung air dan pompa air. Alternatif lainnya, penyediaan air dilakukan melalui pembuatan sumur artesis dan air bersih dari PDAM yang ditampung sementara di bak air kemudian disalurkan melalui pipa ke beberapa *spot* (titik), seperti kebun koleksi, rumah pembibitan, rumah anggrek, taman, dan fasilitas lain yang membutuhkan air.

4.2.2.2.6 Pembibitan

Fasilitas pembibitan yang terdapat di Kebun Raya Jompie Parepare meliputi satu unit rumah pembibitan permanen termasuk ruang kerja, satu unit rumah pembibitan semipermanen, satu unit rumah pembibitan tanaman merambat berupa bedengan tanah, satu unit rumah anggrek, dan tiga unit rumah kaca.

Fasilitas pembibitan ini diperlukan untuk mempersiapkan bibit tanaman koleksi dan memperbanyak tanaman untuk pertamanan kebun raya atau untuk disebarluaskan. Fasilitas yang ada di dalam area pembibitan berupa bak-bak penyemaian, rumah paranet untuk memelihara bibit-bibit muda, bedengan terbuka untuk menyimpan dan adaptasi bibit yang lebih dewasa, jaringan air untuk penyiraman, serta ruang kerja yang terdiri atas gudang penyimpanan peralatan dan sarana produksi bibit, tempat pengepotan, kantor dan toilet.

4.2.2.2.7 Pengomposan

Fasilitas pengomposan di Kebun Raya Jompie Parepare digunakan untuk mengolah serasah atau sampah organik dari kebun. Fasilitas ini terdapat dua rumah kompos yang digunakan untuk produksi pupuk kompos padat dan pupuk kompos cair. Masing-masing rumah kompos ini dapat dibagi menjadi beberapa ruang, yaitu ruang pemrosesan, ruang penimbunan dan penyortiran, serta ruang pengemasan.

4.2.2.3 Pengelolaan Administrasi :

4.2.2.3.1 Gedung Pengelola

Gedung pengelola merupakan kantor administrasi bagi Kepala Kebun Raya Jompie Parepare, pimpinan dibidang koleksi, pimpinan serta staff administrasi/tata usaha (Keuangan, Administrasi Umum dan Kepegawaian), dan ruang kerja bagi pimpinan dan staff bagian pelayanan jasa ilmiah. Masing-masing unit kerja tersebut

memerlukan ruang kerja ditambah dengan ruang rapat staff (ruang rapat kecil, bersebelahan dengan ruang Kepala kebun Raya), ruang rapat besar (berkapasitas 20-30 orang), ruang tamu (lobi), *pantry*, toilet dan gudang.

Gedung ini dibangun dengan gaya Arsitektur Bugis yang terdiri atas dua lantai. Lantai satu berfungsi sebagai lobi terbuka yang dapat digunakan untuk pameran, pelayanan, perpustakaan, seminar atau *talk show*, dan kegiatan lainnya.

4.2.2.3.2 Gedung Konservasi

Selain gedung pengelola, terdapat Gedung Konservasi atau Gedung Pola yang berfungsi sebagai ruang pertemuan, rapat besar, dan kegiatan lainnya. Gedung ini juga dibangun dengan gaya Arsitektur Bugis yang terdiri atas dua lantai. Selain ruangan besar itu, juga terdapat *pantry* yang dapat digunakan sebagai sebagai tempat bersantai dan ramah tamah karyawan.

4.2.2.3.3 Utilitas

Saat ini, utilitas yang sudah terpasang di Kebun Raya Jompie meliputi jaringan air bersih, jaringan listrik dan jaringan internet (*wifi*). Kelengkapan utinitas ini diperlukan untuk menunjang kegiatan pengelolaan Kebun Raya Jompie.

4.2.2.4 Sirkulasi Pengunjung

4.2.2.4.1 Area Parkir Kendaraan

Area parkir kendaraan terdapat di zona penerimaan untuk mengakomodasi pengunjung yang menggunakan kendaraan bermotor yang terletak disamping gerbang utama dengan luas 190 m². Kapasitas area parkir ini dapat menampung kurang lebih 19 mobil dan 30 motor. Area ini juga dilengkapi dengan pos jaga termasuk didalamnya toilet dan jalur pedestrian untuk mengakomodasi sirkulasi pengunjung dari tempat parkir menuju gerbang masuk Kebun Raya Jompie Parepare.

4.2.2.4.2 Gerbang

Gerbang berfungsi sebagai pintu masuknya pengunjung ke kebun raya dan sebagai ciri identitas kebun raya. Gerbang di Kebun Raya Jompie Parepare terbagi menjadi dua, yaitu gerbang utama dan gerbang samping. Di gerbang utama akan terdapat loket untuk penjualan tiket masuk Kebun Raya Jompie Parepare.

4.2.2.4.3 Jalan Sirkulasi

Pengunjung menjelajahi kebun melalui jalur-jalur sirkulasi yang disediakan. Jalur sirkulasi di Kebun Raya Jompie Parepare berupa jalan primer yang dapat dilalui kendaraan roda empat (*boulevard* dan jalan utama), jalan sekunder yang merupakan jalan setapak di dalam blok-blok koleksi ataupun taman (berukuran lebih kecil dari jalan sekunder).

4.2.2.5 Fasilitas Pendukung

Demi kenyamanan pengunjung, terdapat fasilitas pendukung lainnya di Kebun Raya Jompie Parepare yang meliputi tempat-tempat istirahat (gazebo dan bangku taman), menara pandang, pergola, papan interpretasi, toilet dan bak sampah. Menara pandang terletak dibelakang Gedung Konservasi setinggi 16,5m yang dapat menjangkau seluruh kawasan kebun raya dan sekitarnya dari pandangan atas.

4.3 Strategi dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Terhadap Kebun Raya Jompie Parepare

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; atau keinginan. Sedangkan menurut ahli minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertatik pada sesuatu objek atau menyenangi sesuatu objek, Menurut Crow and Crow minat adalah pendorong yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap orang, sesuatu, aktivitas-

aktivitas tertentu.⁵² Minat mempunyai hubungan dengan intensionalitas, yaitu keterarahan dan pengarahan sebagai tanda penting bagi semua gejala hidup. Kecenderungan ini berbeda dalam intensitasnya pada setiap individu.

Setelah penulis melakukan penelitian selama kurang lebih satu bulan melalui observasi secara langsung dan wawancara dengan Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Parepare serta melakukan studi pustaka dari beberapa literatur yang berhubungan dengan pemasaran, maka penulis berhasil memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Berdasarkan data yang diperoleh langsung pada lokasi penelitian, maka dalam bab ini penulis akan memaparkan sejumlah hasil penelitian tentang strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan minat kunjungan wisatawan Kebun Raya Jompie Parepare seperti yang diuraikan dibawah ini :

4.3.1 Bauran Pemasaran di Kebun Raya Jompie

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan selama kurang lebih 1 (satu) bulan, kegiatan bauran pemasaran di Kebun Raya Jompie Parepare seperti kegiatan bauran pemasaran di daya tarik wisata pada umumnya. Dalam hal ini teori bauran pemasaran menurut Edgell dan Hill, terdapat 10 (sepuluh) elemen bauran pemasaran untuk destinasi pariwisata, tetapi peneliti hanya membatasi 4 (empat) elemen bauran pemasaran yaitu *product, price, place, dan promotion*.

4.3.1.1 *Product* (Produk)

Menurut Oka A.Yoeti, produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri dari 3 bagian yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Selain itu produk pariwisata juga mencakup

⁵² <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>

hal-hal yang tidak berwujud (*intangibles*) seperti sejarah, budaya, dan keindahan alam. Berikut produk pariwisata dari Kebun Raya Jompie Parepare:

4.3.1.1.1 Atraksi

Atraksi wisata menurut Oka A. Yoeti adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata seperti *natural attraction*, *cultural attraction*, *social attraction*, dan *built attraction*. Kebun raya Jompie merupakan *natural attraction* karena memiliki keindahan alam dan masih alami.

4.3.1.1.2 Taman

Taman untuk tanaman koleksi sering disebut taman tematik, karena dibuat menurut tema tertentu, misalnya berdasarkan kesamaan kegunaan (taman buah, taman obat, taman adat, taman wangi), kesamaan geografis atau ekologi (taman kering, taman air, taman wallacea) atau berdasarkan bentuk tubuh tanaman (koleksi arboreta, koleksi herba). Taman di Kebun Raya Jompie berjumlah empat (4), masing-masing memiliki ciri khas tersendiri:

4.3.1.1.2.1 Taman Palem

Taman Palem merupakan taman tematik Kebun Raya Jompie Parepare yang didesain khusus untuk jenis-jenis tanaman palem atau termasuk suku *Arecaceae*.

4.3.1.1.2.2 Taman Kering

Taman kering merupakan taman tematik Kebun Raya Jompie Parepare yang didesain khusus untuk tanaman-tanaman yang mampu hidup di daerah dengan suhu tinggi dan kering. Taman ini dirancang menjadi 4 trap sesuai kontur tanah yang menurun.

4.3.1.1.2.3 Taman Hias Jompie

Taman Hias Jompie merupakan taman tematik Kebun Raya Jompie Parepare yang didesain khusus untuk tanaman hias dan bunga indah, dan tanaman hias merambat, dan tanaman hias air yang tahan dalam kondisi suhu Kota Parepare. Tanaman-tanaman itu ditata seperti *flower bed*. Taman ini juga memperlihatkan permainan bentuk lingkaran yang diaplikasikan dalam bentuk sirkulasi jalan, sehingga terkesan organik dan dinamis.

4.3.1.1.2.4 Taman Terasing

Taman Terasing merupakan taman tematik di Kebun Raya Jompie Parepare berupa lahan yang dibentuk berteras. Taman ini di masa yang akan datang dapat dirancang ulang dengan penanaman yang lebih menarik dengan menggunakan kombinasi beberapa tanaman.

4.3.1.1.3 Amenitas

Amenitas menurut Oka A.Yoeti adalah fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, transportasi, rekreasi dan lain-lain.

4.3.1.1.4 Pintu Gerbang

Gerbang berfungsi sebagai pintu masuknya pengunjung ke kebun raya dan sebagai ciri identitas kebun raya. Gerbang di Kebun Raya Jompie Parepare terbagi menjadi dua, yaitu gerbang utama dan gerbang samping. Di gerbang utama akan terdapat loket untuk penjualan tiket masuk Kebun Raya Jompie Parepare.

4.3.1.1.5 Tempat Sampah

Tempat sampah ini sudah lumayan banyak disediakan di Kebun Raya Jompie. Tapi tetap saja banyak wisatawan yang kurang sadar, membuang sampah sembarangan.

4.3.1.1.6 Aksesibilitas

Aksesibilitas menurut Yoeti adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut.

4.3.1.1.7 Jalan setapak

Jalan setapak ada di setiap taman-taman di Kebun Raya Jompie dan tidak bisa dilalui oleh kendaraan. Jalan setapak ini bukan setapak biasa, tetapi jalan setapak batu alam. Di setiap taman terdapat jalan setapak batu alam sehingga nuansa indah bertambah jika dipandang mata. Pengunjung menjelajahi kebun melalui jalur-jalur sirkulasi yang disediakan. Jalur sirkulasi di Kebun Raya Jompie Parepare berupa jalan primer yang dapat dilalui kendaraan roda empat (*boulevard* dan jalan utama), jalan sekunder yang merupakan jalan setapak di dalam blok-blok koleksi ataupun taman (berukuran lebih kecil dari jalan sekunder).

Kebun Raya Jompie Parepare juga memiliki keunggulan atraksi dibandingkan daya tarik wisata lain yang ada di Parepare, keunggulan tersebut dilihat dari banyaknya kegiatan yang dapat dilakukan seperti penelitian, edukasi, rekreasi dan lain sebagainya. Masyarakat yang berkunjung juga bukan hanya dari Kota Parepare tapi dari berbagai penjuru Kota lainnya. Hal ini didukung oleh pernyataan Bapak Abbas selaku masyarakat yang tinggal disekitar Kebun Raya Jompie:

“wisatawan yang berkunjung kebanyakan dari luar kota seperti kota sengkang, Pinrang, Sidrap bahkan ada yang jauh-jauh dari Kota Palopo hanya untuk bersantai dengan keluarganya.”⁵³

4.3.1.2 *Price* (Harga)

Untuk berkunjung ke Kebun Raya Jompie Parepare tidak dikenakan biaya apapun, jadi wisatawan bisa bersantai dan menikmati pemandangan alam tanpa memikirkan tarif karcis. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Jumadi selaku Juru Parkir di Kebun Raya Jompie Parepare:

”Untuk masuk kesini gratis jhy de’. Yang dibayar itu uang parkir. Kalau kenapa tidak dikasih membayar itu hak pengelola dan saya juga tidak tau kenapa tidak dikasih membayar”⁵⁴

Berkaitan dengan masalah tersebut, berikut ini penjelasan dari Bapak Abdul Wahid selaku Kepala Bidang Tata Lingkungan, Pertamanan dan Kebun Raya Dinas Lingkungan Hidup:

“Saat ini Kebun Raya Jompie masih dalam tahap pembangunan dan penambahan fasilitas baik itu gedung maupun tumbuhan, setelah kami rasa pembangunan telah rampung barulah tarif tiket kami berlakukan yang pasti tidak memberatkan dan masih terjangkau untuk semua kalangan. Dikarenakan fasilitas masih minim, maka tarif masuk untuk saat ini kami bebaskan.”⁵⁵

4.3.1.3 *Place* (Tempat/Distribusi)

Bagian-bagian yang penting (*urgens*) dalam berupa bauran pemasaran adalah distribusi (tempat) lokasi sangat menentukan kesediaan bahan dasar, kelangsungan perusahaan kedepan dan sasaran *user* sehingga produk dapat mencapai pasar yang dituju secara efektif dan efisien.

Tempat atau lokasi Kebun Raya Jompie sangat strategis sekitar 3,5 km dari pusat Kota Parepare dan tapaknya dikelilingi jalan umum beraspal hotmix yang

⁵³ Wawancara dengan Bapak Abbas, 15 Agustus 2019

⁵⁴ Wawancara dengan Bapak Jumadi, 15 Agustus 2019

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid, 13 Agustus 2019

terhubung dengan jaringan jalan perkotaan, sehingga mudah dijangkau dengan kendaraan. Hal ini menjadikan Kebun Raya Jompie Parepare semakin mudah dan strategis untuk dikunjungi.

Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang berkegiatan dalam menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen kepada konsumen. Tujuan dari saluran distribusi adalah agar dapat dengan mudah memperoleh dan membeli produk yang dihasilkan perusahaan hanya saja saluran distribusi di Kebun Raya Jompie Parepare masih belum diterapkan saat ini. Kebun Raya Jompie adalah sebagai pusat koleksi dan konservasi "*Tumbuhan Kawasan Pesisir Wallacea*" yang meliputi keanekaragaman tumbuhan obat, tumbuhan adat, dan ethonobotani Sulawesi Selatan.

Saat ini, berdasarkan data terbaru Oktober 2017, jumlah koleksi yang tertanam di Kebun Raya Jompie Parepare ada hingga bulan Oktober 2017, jumlah koleksi yang tertanam di KRJP ada 48 suku, 140 marga, 164 jenis, dan 707 spesimen sehingga tinggi kemungkinan dimasa yang akan datang beragam tumbuhan tersebut bisa di distribusikan ke kebun raya yang ada di kota lain atau bahkan ke luar negeri.

4.3.1.3.1 Aksesibilitas, yaitu kondisi akses jalan baik menuju lokasi.

4.3.1.3.2 Visibilitas, yaitu lokasi Kebun Raya Jompie strategis, mudah ditemukan karena dikelilingi jalan umum beraspal hotmix yang terhubung dengan jaringan jalan perkotaan.

4.3.1.4 *Promotion* (Promosi)

Pihak Pemerintah Daerah khususnya Dinas Lingkungan Hidup sudah melakukan kegiatan promosi, promosi yang dilakukan ialah publisitas, *website* (situs web), acara, iklan. Sesuai dengan hasil wawancara yang saya lakukan dengan Bapak

Abdul Wahid :

“Kita mengundang secara umum masyarakat untuk hadir pada peresmian kebun raya jompie sebagai bentuk promosi. Kita juga menampilkan di tv peduli dan memanfaatkan sosial media. Kedepannya bukan lagi Dinas Lingkungan Hidup yang menangani Kebun Raya Jompie, karena pihak pemerintah akan membentuk badan yang khusus menangani Kebun Raya Jompie. Pengembangan Kebun Raya Jompie akan tetap dilakukan melihat beberapa kekurangan yang ada”⁵⁶

Beberapa wisatawan yang berada diluar Kota Parepare telah mengetahui keberadaan Kebun Raya Jompie Parepare, seperti wawancara dengan salah satu pengunjung yang berasal dari Kabupaten Pinrang atas nama Nur Afni sebagai berikut:

“Kebetulan ada keperluan di Parepare dan mengetahui juga kalau ada wisata baru. Jadi menyempatkan berkunjung disini. Mendapat infonya dari sosmed dan ada kakakku yang juga dari sini. Tempatnya bagus, udaranya segar dan bagus ditempati foto. Cuma tidak ada mushallahnya dan penjual didalam, sehingga kalau mau belanja dan shalat tempatnya diluar dari lokasi”⁵⁷

⁵⁶Wawancara dengan Bapak Abdul Wahid 13 Agustus 2019

⁵⁷ Wawancara dengan Nur Afni pada tanggal 15 Agustus 2019

Dalam menentukan strategi pemasaran Kebun Raya Jompie Parepare, peneliti melakukan pendekatan analisis SWOT. *Strength* (S), *weaknesses* (W), *opportunity* (O), *threat* (T).

1. *Strength* (S)

- a) Kebun raya dengan luas 13,5 hektar.
- b) Pusat konservasi tumbuhan Ex-situ.
- c) Memiliki nuansa alam yang dapat dinikmati.
- d) Sebagai tempat edukasi.
- e) Keterjangkauan harga.
- f) Akses jalan menuju lokasi baik.
- g) Lokasi mudah ditemukan dan strategis.
- h) Dalam kegiatan promosi, dilakukan hubungan masyarakat dan media internet, media cetak, Tv Peduli maupun radio.
- i) Informasi mengenai Kebun Raya Jompie melalui informasi dari mulut ke mulut.
- j) Tempatnya bersih.

2. *Weaknesses* (W)

- a) Kurangnya fasilitas seperti tempat makan dan tempat ibadah.
- b) Tidak adanya tempat bermain (outbond).
- c) Adanya vandalisme yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, seperti membuang sampah sembarangan.
- d) Tidak tersedianya saluran distribusi di Kebun Raya Jompie seperti agen perjalanan, modal transportasi dan sebagainya.
- e) Promosi yang dilakukan masih minim, karena pegawai belum memadai khususnya dibidang pemasaran dan promosi yang belatar belakang pariwisata.

f) Promosi di media sosial masih minim.

3. *Opportunity* (O)

a) Peningkatan jumlah wisatawan yang akan datang.

Menurut data dari Departemen Pariwisata dan Kebudayaan, *trend* pariwisata tahun 2020 diperkirakan untuk perjalanan wisata dunia akan mencapai 1,6 milyar orang diantaranya 438 juta orang akan berkunjung ke kawasan Asia-Pasifik dan 60 persen diantaranya akan melakukan kunjungan wisata alam. Kondisi ini memberikan peluang bagi industri pariwisata di Indonesia khususnya Kebun Raya Jompie Parepare dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan khususnya wisatawan mancanegara.

b) Trend kunjungan wisatawan lebih memilih destinasi daya tarik wisata alam.

Menurut Fandeli (2002) bahwa terjadi pergeseran konsep pariwisata dunia kepada pariwisata minat khusus atau yang dikenal ekowisata, dimana saat ini ada kecenderungan semakin banyak wisatawan yang mengunjungi objek berbasis alam dan budaya penduduk lokal. Hal ini merupakan peluang besar bagi negara Indonesia khususnya Kebun Raya Jompie yang memiliki panorama arsitektur lengkap yang bernuansa alami.

Kebun Raya Jompie Parepare akan menjadi kebun raya terbesar di Indonesia. Dalam hal ini, jika Kebun Raya Jompie menambahkan sarana atau mengembangkan lebih baik lagi, maka kebun raya ini berpeluang menjadi kebun raya terbesar di Indonesia, seperti mengadakan wahana baru yang lebih menantang adrenalin salah satu contoh yaitu flying box tanpa mengurangi kesan alamnya.

4. *Threats* (T)

- a) Adanya persaingan daya tarik wisata lain yang ada di Kota Parepare.
- b) Wisatawan yang tidak bertanggung jawab.
- c) Kurangnya kesadaran pengunjung dalam membuang sampah pada tempatnya dan kurangnya kepedulian pengunjung dalam melestarikan lingkungan berpotensi merusak kelestarian ekosistem tumbuhan yang terdapat di Kebun Raya Jompie.
- d) Adanya gangguan bencana alam dan pengaruh cuaca.

Perubahan iklim di Indonesia menjadi salah satu faktor yang mengganggu kelestarian tumbuhan di Kebun Raya Jompie. Perubahan iklim tersebut adalah musim kering yang berkepanjangan sehingga rentan mengalami bencana alam seperti longsor dan angin kencang.



Matriks SWOT Analysis

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<p>EFAS</p> <p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Peningkatan jumlah wisatawan yang akan datang. <i>Trend</i> kunjungan wisatawan lebih memilih destinasi daya tarik wisata alam. Kebun Raya Jompie akan menjadi kebun raya terbesar di Indonesia. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Menambahkan fasilitas di daya tarik wisata sehingga luas 13,5 hektar dipergunakan, dan menjadi kebun raya tersebar di Indonesia (S1,S2,S3,S4,O3) Memberlakukan retribusi (S5,S6,S7,O1,O2,O3) Menambah koleksi tumbuhan (S1,S2,S8,S9,O1,O2,O3) 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan sarana dan prasarana di KRM (W1,W5,W6,O1,O2,O3) Melakukan kerjasama dengan dinas pariwisata untuk kegiatan pemasaran dan promosi (W7,W8,W9,O1,O2,O3) Memberikan edukasi kepada wisatawan terhadap kesadaran akan kebersihan lingkungan melalui slogan-slogan kebersihan (W2,W3,O1,O2)

Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Adanya persaingan daya tarik wisata lain yang ada di Kota Parepare. 2. Sampah pengunjung. 3. Adanya gangguan bencana alam dan pengaruh cuaca.	1. Melakukan kegiatan pemasaran dan promosi yang lebih efektif dan efisien (S10,S11,S12,T1) 2. Menyediakan beberapa area yang memadai sebagai tempat berteduh bagi pengunjung (S6,S7,T3) 3. Memperbanyak tempat sampah (S1,S1,T2)	1. Memasang alat pendeteksi perubahan iklim (W6,T3)

Sumber: Hasil Olahan Data, 2017

Keterangan:

a. Strategi SO

- 1) Menambahkan fasilitas di daya tarik wisata sehingga luas 13,5 hektar dipergunakan, dan menjadi kebun raya tersebar di Indonesia.
- 2) Memberlakukan retribusi.
- 3) Menambah koleksi tumbuhan.

b. Strategi WO

- 1) Meningkatkan sarana dan prasarana di Kebun Raya Jompie Parepare
- 2) Melakukan kerjasama dengan dinas pariwisata untuk kegiatan pemasaran dan promosi.
- 3) Memberikan edukasi kepada wisatawan terhadap kesadaran akan kebersihan lingkungan melalui slogan-slogan kebersihan.

c. Strategi ST

- 1) Melakukan kegiatan pemasaran dan promosi yang lebih efektif dan efisien.

- 2) Menyediakan beberapa area yang memadai sebagai tempat berteduh bagi pengunjung.
- 3) Memperbanyak tempat sampah

d. Strategi WT

- 1) Memasang alat pendeteksi perubahan iklim

4.4 Strategi dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Berkunjung di Kebun Raya Jompie Kota Parepare Ditinjau Dari Analisis Ekonomi Islam.

Menurut Arifin yang dikutip oleh Herry Susanto dan Khaerul Imam, mengatakan bahwa Islam mewajibkan para pengusaha untuk berbuat jujur, adil dan amanah demi terciptanya kebahagiaan manusia (*falah*) dan kehidupan yang baik (*hayatan thayyibah*) yang sangat menekankan pada aspek persaudaraan, keadaan sosial ekonomi, dan pemenuhan kebutuhan spritual umat manusia. Umat manusia yang memiliki kedudukan yang sama di sisi Allah swt sebagai khalifah dan sekaligus sebagai hamba-Nya tidak akan dapat merasakan kebahagiaan dan ketenangan hidup, kecuali bila kebutuhan-kebutuhan materil dan spritual telah terpenuhi.⁵⁸

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Sebuah proses penciptaan, penawaran dan perubahan *vales* dari satu insiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islami.

4.4.1 *Produc* (Produk) Kebun Raya Jompie dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Kota Parepare ditinjau dari Analisis Ekonomi Islam

⁵⁸ Hery Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung : Pustaka Setia, 2013), h. 132.

Dalam meningkatkan Produk Kebun Raya Jompie Parepare strategi yang dilakukan adalah *mengupgrade* produk yang telah ada agar terus berinovasi agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh wisatawan sehingga ada kepuasan tersendiri bagi wisatawan ketika mengunjungi Kebun Raya Jompie.

Dalam kegiatan pemasaran dapat diwujudkan dengan pemberian informasi yang benar akan produk yang dipasarkan. Tidak dibuat-buat secara berlebihan dan terkesan jauh dari fakta yang sesungguhnya. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran yang dilakukan dalam bentuk kesungguhan dan ketetapan waktu (*muhajadah* dan *itqan*), baik ketetapan waktu, janji pelayanan, pelaporan berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang fair dan sehat, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi) untuk kemudian diperbaiki secara terus menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik pada diri, teman sejawat, perusahaan dan mitra kerja).

Adapun konsep produk yang dilakukan oleh Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada para pembelinya akan kelebihan dan kekurangan yang beliau jual. Kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan Muhammad SAW. Kejujuran adalah termurah walaupun sulit dan langka ditemukan sekarang. Jika kita menjual produk dengan segala kelebihan dan kekurangannya kita ungkapkan secara jelas, maka yakin produk itu akan terjual dan juga akan dipercayai konsumen kita. Mereka tidak akan meninggalkan kita karena merasa tidak dibohongi dengan ucapan kita. Bukan hanya dalam dunia perdagangan, dalam dunia pariwisata juga hal ini diberlakukan, jujur dan tidak berlebihan dalam memberikan informasi kepada wisatawan sangat diperlukan.

4.4.2 *Price* (Harga) pada Kebun Raya Jompie dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Kota Parepare ditinjau dari Analisis Ekonomi Islam

Dalam menjalankan sebuah aturan haruslah adil yang tidak menguntungkan sebelah pihak saja, sebagaimana Firman Allah dalam *Q.S. An-Nisa (4):58*:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar dan Maha Melihat.”⁵⁹

Pada praktiknya, penetapan harga sangatlah penting hal ini dilakukan dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Hal ini tentu kontradiktif didalam manajemen islam. Ditinjau dari analisis ekonomi islam kita ketahui dalam dunia kerja kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan, sesuatu yang harus disampaikan kebenaran secara transparansi, baik itu dari pihak Kebun Raya Jom[pie maupun dari pihak wisatawan yang berkunjung.

Kejujuran dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kejujuran ini maka etika dalam bisnis islam sangat

⁵⁹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Q.S. An-Nisa:58

menjaga dan preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.⁶⁰

4.4.3 Strategi *Place* (Tempat) pada Kebun Raya Jompie dalam Meningkatkan Minat Wisata Masyarakat Kota Parepare ditinjau dari Analisis Ekonomi Islam

Bagian-bagian yang penting (*urgen*) dalam berupa bauran pemasaran adalah distribusi (tempat) lokasi sangat menentukan kesediaan bahan dasar, kelangsungan perusahaan kedepan dan sasaran *user* sehingga produk dapat mencapai pasar yang dituju secara efektif dan efisien.

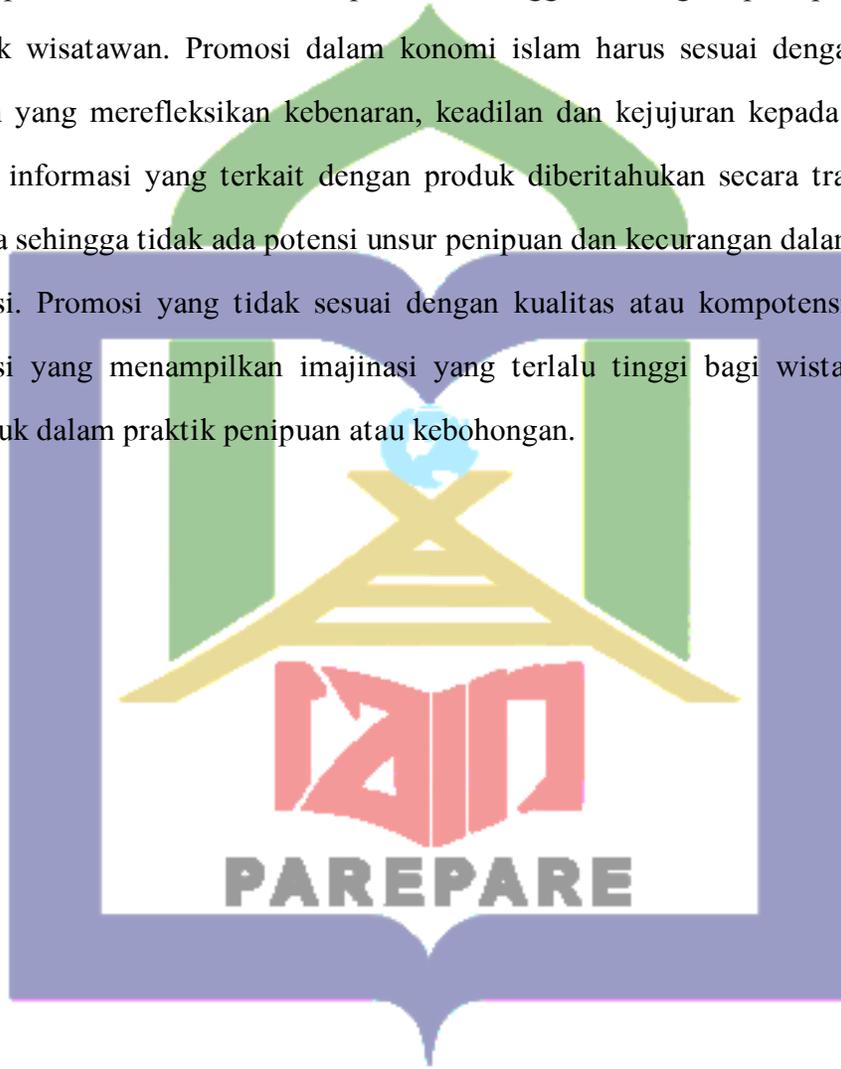
Seorang pebisnis tidak akan melakukan kezaliman terhadap orang lain, suap untuk melicinkan salurannya. Dalam menentukan *place* (tempat), perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market sehingga dapat efektif dan efisien. Lokasi Kebun Raya saat ini bukanlah dibuat tanpa alasan, tapi telah melalui perancangan dari beberapa ahli sehingga terpilihlah lokasi saat ini yang dianggap sangat strategis.

Tempat atau lokasi Kebun Raya Jompie sangat strategis sekitar 3,5 km dari pusat Kota Parepare dan tapaknya dikelilingi jalan umum beraspal hotmix yang terhubung dengan jaringan jalan perkotaan, sehingga mudah dijangkau dengan kendaraan. Hal ini menjadikan Kebun Raya Jompie Parepare semakin mudah dan strategis untuk dikunjungi.

⁶⁰ Aji Firmansyah, *Analisis Implementasi Strategi Marketing MIX pada Manajemen pemasaran Supermarket TIP TOP dari Perspektif Etika Bisnis Islam* (Jakarta : Rineka Cipta, 2015), h. 26-27)

4.4.5 *Promotion* (Promosi) pada Kebun Raya Jompie Parepare ditinjau dari Analisis Ekonomi Islam

Promosi adalah mencoba memperkenalkan produk kepada publik dengan menampilkan semua kelebihan produk sehingga terbangun persepsi yang baik dibenak wisatawan. Promosi dalam konomi islam harus sesuai dengan ketentuan syariah yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi wistawan, adalah termasuk dalam praktik penipuan atau kebohongan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

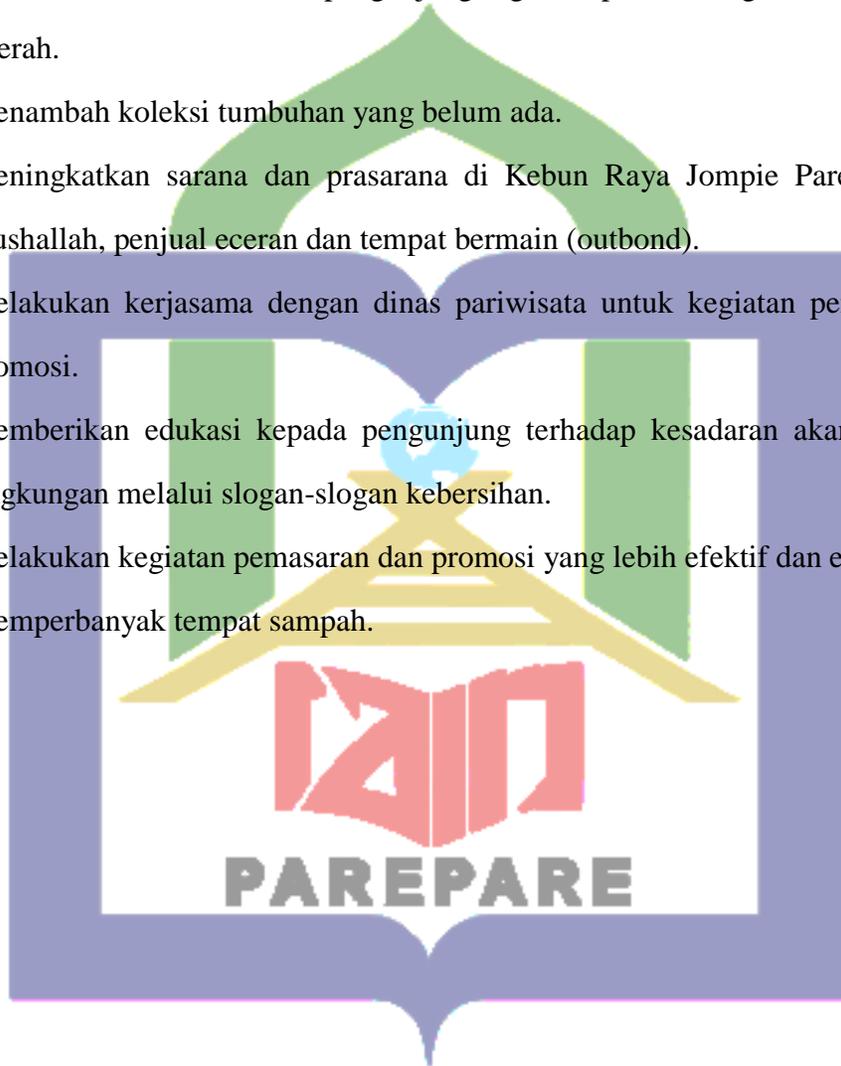
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bangunan fisik sebelumnya yang pernah terbangun didalam Hutan Jompie sebelum di renovasi meliputi bangunan pagar permanen, jalanan paving, jalan setapak, gazebo, jalan aspal yang mengelilingi tapak, kolam renang, baruga, toilet, kolam (mata air) dan gerbang masuk kolam renang. Setelah dilakukan revitalisas, hutan jompie mengalami perubahan yang signifikan dengan memperbaharui fasilitas yang sudah ada sebelumnya dan menambah fasilitas umum seperti gerbang utama, tempat parkir, boulevard, taman hias, gedung konservasi, menara pandang, gedung pengelola, toilet, taman palem, taman terasering, rumah kompos, rumah pembibitan permanen, gerbang samping, rumah kaca, rumah pembibitan semipermanen, rumah anggrek, rumah permanen tanaman merambat, dan taman kering. Selain dari itu, nama hutan jompie diganti dengan kebun raya jompie.
2. Strategi pemerintah daerah memaparkan hasil tentang strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan minat kunjungan wisatawan Kebun Raya Jompie Parepare dengan cara 4 (empat) elemen bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti menganggap ada beberapa kekurangan didalam kebun raya jompie seperti:

1. Memberlakukan retribusi pengunjung agar dapat meningkatkan pemasukan daerah.
2. Menambah koleksi tumbuhan yang belum ada.
3. Meningkatkan sarana dan prasarana di Kebun Raya Jompie Parepare seperti mushallah, penjual eceran dan tempat bermain (outbond).
4. Melakukan kerjasama dengan dinas pariwisata untuk kegiatan pemasaran dan promosi.
5. Memberikan edukasi kepada pengunjung terhadap kesadaran akan kebersihan lingkungan melalui slogan-slogan kebersihan.
6. Melakukan kegiatan pemasaran dan promosi yang lebih efektif dan efisien.
7. Memperbanyak tempat sampah.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- A. Karim, Adiwarmam. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Al-Kaff Zaky Abdullah. 2002. *Ekonomi dalam Perspektif Islam*. Bandung: PT. Pustaka Setia Pertama.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Cet. IV; Jakarta: Rineka Cipta.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- D. Leater, Crow & Alice, Crow. 1989. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Nur Cahaya.
- Emzir. 2011. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firmansyah, Aji. 2015. *Analisis Implementasi Strategi Marketing MIX pada Manajemen pemasaran Supermarket TIP TOP dari Perspektif Etika Bisnis Islam*. Jakarta : Rineka Cipta
- Kasmir. 2009. *Pemasaran Bank*. Cet. I; Jakarta: Prenada Media.
- Kementrian Agama Republik IndonesiaI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 2002. Surabaya: Fajar Mulya.
- M. Saefuddin, Ahmad. *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta Pusat: Media Da'wah dan LIPPM.
- Mailiza Damayanti. 2015. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang pada Obyek Wisata Permandian Air Panas Guci di Kabupaten Tegal". Skripsi sarjana; Fakultas Ekonomika dan Bisnis Islam: Semarang.
- Mardalis. 2014. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* Cet. VII; Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- P. Robins, Stephen and Coulter, Mary. 2010. *Management Tenth Edition*, terj. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putera, *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- P3EI Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2017. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perasada: Jakarta.
- . 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Patilima, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rahmanianda, Aulia. 2017. *Menapak Tilas Kebun Raya Jompie Parepare*. Makassar: DIPA Pusat Konservasi Tumbuhan Raya LIPI

- Ririn, Nur Arsanti. 2016. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Pantai Tanjung Pendam di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Belitung*. Skripsi sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Bandung.
- Rivai, Veithzal dan Buchari, Andi. 2009. *Islam Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sholihah, Ummu. 2016. *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas, Jawa Tengah)*. Purwokerto; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Suboyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cet. XI. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. XIX. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, Bagong. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Syah, Muhibbin. 2010. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Edisi Revisi, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tim Penyusun Ensiklopedi Indonesia. 1980. *Ensiklopedi Indonesia*. Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hoeve Tarsito.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*. Edisi Revisi. Parepare: STAIN Parepare.
- Umam, Khairul dan Hery Susanto. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Pustaka Setia
- Wardana. 2017. *Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat*. Skripsi sarjana; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Bandar Lampung.
- Yasanto, M. Ismail dan Yunus, M. Arif. 2009. *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor: Al-Azhar Press.
- Yulia, Tri Hapsari. 2002. *Revitalisasi Taman Balaekambang Sebagai Tempat Rekreasi di Surakarta*. skripsi sarjana; Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik: Semarang.
- Zakni, Hafid, Muhammad. 2017. *Analisis implementasi program revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dan minat beli konsumen dalam perspektif ekonomi islam (Studi Pada Pasar Tradisional Kangkung, Kelurahan Teluk Betung, Kecamatan Teluk Betung Selatan, Bandar Lampung)*. Lampung; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Sumber Internet

- Ayudila, Gardena Puteri. 2018. "Reservasi Kebun Raya Jompie," Blog Gardena Puteri Ayudia. <https://blog.reservasi.com/kebun-roya-jompie/html> (1 Desember 2018)
- Hajatil. 2011. "Formulasi strategi," Blog hajatil. <http://hajatil.wordpress.com/2011/12/31/formulasi-strategi/html>. (1 Agustus 2018)
- "Strategi," 2016. *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi> (1 Agustus 2018).
- Pearson, Chris. 2011. "Membangun minat beli," Blog Chris Pearson. <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html> (3 Agustus 2018)
- "Pengertian Revitalisasi," 2016. *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Revitalisasi/2016/02/15/Pengertian-Revitalisasi.html>. (5 Agustus 2018)
- Pengertian Minat. 2012. <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html> (8 September 2019)



BIOGRAFI PENULIS



MUH. SAINAL S lahir pada tanggal 06 November 1994 di Kabupaten Wajo Sulawesi Selatan. Anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Sahabuddin dan Subaedah. Penulis mulai masuk pendidikan formal di Sekolah Dasar Darud Da'wah wal'Irsyad (SD DDI) Ujung Baru Parepare dan selesai pada tahun 2007.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Muhammadiyah Parepare dan selesai pada tahun 2010. Tahun 2013 penulis selesai di Madrasah Aliyah (MA) Al-Mustaqim. Kota Parepare, pada Tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (muamalah). Untuk memperoleh gelar Sarjana, penulis mengajukan Skripsi dengan Judul **“REVITALISASI KEBUN RAYA JOMPIE DALAM MENINGKATKAN MINAT WISATA MASYRAKAT KOTA PAREPARE (ANALISIS EKONOMI ISLAM)”**.

Cp: 085396411364

msainal86@gmail.com