

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN WISATA DALAM MENINGKATKAN
MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI DANTE PINE
KEC. ANGGERAJA KAB. ENREKANG
(ANALISIS PARIWISATA SYARIAH)**



OLEH

**NURHIKMAH
NIM:2020203893202024**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

**STRATEGI PEMASARAN WISATA DALAM MENINGKATKAN
MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI DANTE PINE
KEC. ANGGERAJA KAB. ENREKANG
(ANALISIS PARIWISATA SYARIAH)**



OLEH

**NURHIKMAH
NIM:2020203893202024**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)

Nama Mahasiswa : NURHIKMAH

NIM : 2020203893202024

Program Studi : Pariwisata Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.5152/In.39/FEBI.04/PP.00.9/08/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. An Ras Try Astuti, M.E.

NIP : 199012232015032004

Pembimbing Pendamping : Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M

NIP : 199110302019031006

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalif Muhammadun, M.Ag
NIP. 197102082001122002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)

Nama Mahasiswa : NURHIKMAH

Nomor Induk Mahasiswa : 2020203893202024


Program Studi : Pariwisata Syariah


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam


Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.5152/In.39/FEBI.04/PP.00.9/08/2023


Tanggal Kelulusan : 16 Juli 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. An Ras Try Astuti, M.E (Ketua) 

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. (Sekretaris) 

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd. (Anggota) 

Mustika Syarifuddin, M.Sn. (Anggota) 

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP.197102082001122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Berkat rahmat dan hidayah, taufiknya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayah saya Syahrudin dan Ibu saya Hasnawiah, yang telah banyak membantu saya dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. An Ras Try Astuti, M.E. dan Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana Pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Mustika Syarifuddin, M.Sn. selaku penanggung jawab program studi Pariwisata Syariah atas semua ilmu dan motivasi yang telah diberikan.

4. Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. dan Ibu Mustika Syarifuddin, M.Sn. selaku dosen penguji, yang telah memberikan motivasi, arahan, bimbingan, dan tak henti-hentinya untuk mendorong sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga para staf yang selama ini telah memberikan berbagai ilmu dan kemudahan dalam dunia akademik maupun non akademik.
6. Kepada Orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan bantuan serta menjadi orang-orang yang melihat perjuangan penulis untuk mendapat gelar sarjana dan selalu menyertai penulis dengan doa agar jalan penulis di permudah dalam perkuliahan sampai menyusun tugas akhir ini.
7. Kepada saudara saya yang selalu ada memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Kepada pemilik atau Owner Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang yang membantu saya dalam memberikan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman Mahasiswa Program Studi Pariwisata Syariah angkatan 2020, dan seperjuangan KKN Reguler dan segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu yang telah memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

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

Enrekang, 23 Mei 2024

Penyusun,



Nurhikmah
2020203893202024



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : NURHIKMAH

NIM : 2020203893202024

Tempat/Tgl. Lahir : Salokaraja, 10 November 2001

Program Studi : Pariwisata Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)

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.

Enrekang, 23 Mei 2024

Penyusun,



Nurhikmah
2020203893202024

ABSTRAK

Nurhikmah, *Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)*. (Dibimbing oleh An Ras Try Astuti dan Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin)

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Wisata Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang, untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Pemasaran Wisata Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang dan untuk mengetahui Analisis pariwisata syariah dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Informan penelitian ini sebelas orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara, dokumentasi dan akan dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Product* yang diterapkan sudah maksimal, dengan menyediakan berbagai macam tempat swafoto, cafe, mushollah, area parkir untuk pengunjung, dan kids play atau tempat bermain anak, selain itu menyediakan hiburan untuk wisatawan seperti alunan musik akustik setiap sabtu sore yang di mainkan oleh musisi lokal. *Price* karcis yang ditetapkan sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan di wisata dante pine, dengan harga tiket 10.000 dan camp 25.000, *Place* lokasi wisata dante pine sangat strategis karena berada di jalur trans Sulawesi sehingga mudah dijangkau. dan *Promotion* yang dilakukan oleh pengelola wisata dante pine untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan melalui media sosial instagram. Akan tetapi pihak pengelola sedang merencanakan startegi promosi yang lebih seimbang, termasuk meningkatkan aktivitas promosi di tiktok, facebook dan media sosial lainnya. yang menjadi faktor pendukung yaitu pemandangan alam, reposting dan sarana prasarana, dan faktor yang menjadi penghambat yakni jaringan dan kondisi cuaca jika sedang hujan dan pengunjung yang tidak meng tag akun wisata dante pine. Wisata Dante Pine telah menyediakan fasilitas ibadah dan tempat berwudhu untuk pengunjung akan tetapi belum sepenuhnya bisa dijadikan sebagai wisata yang berbasis Syariah karena wisata Dante Pine terbuka untuk umum atau siapa saja yang ingin berkunjung dan masih kurangnya pemahaman secara mendalam mengenai standar dan persyaratan wisata syariah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Wisata Dante Pine, Pariwisata Syariah.

DAFTAR ISI

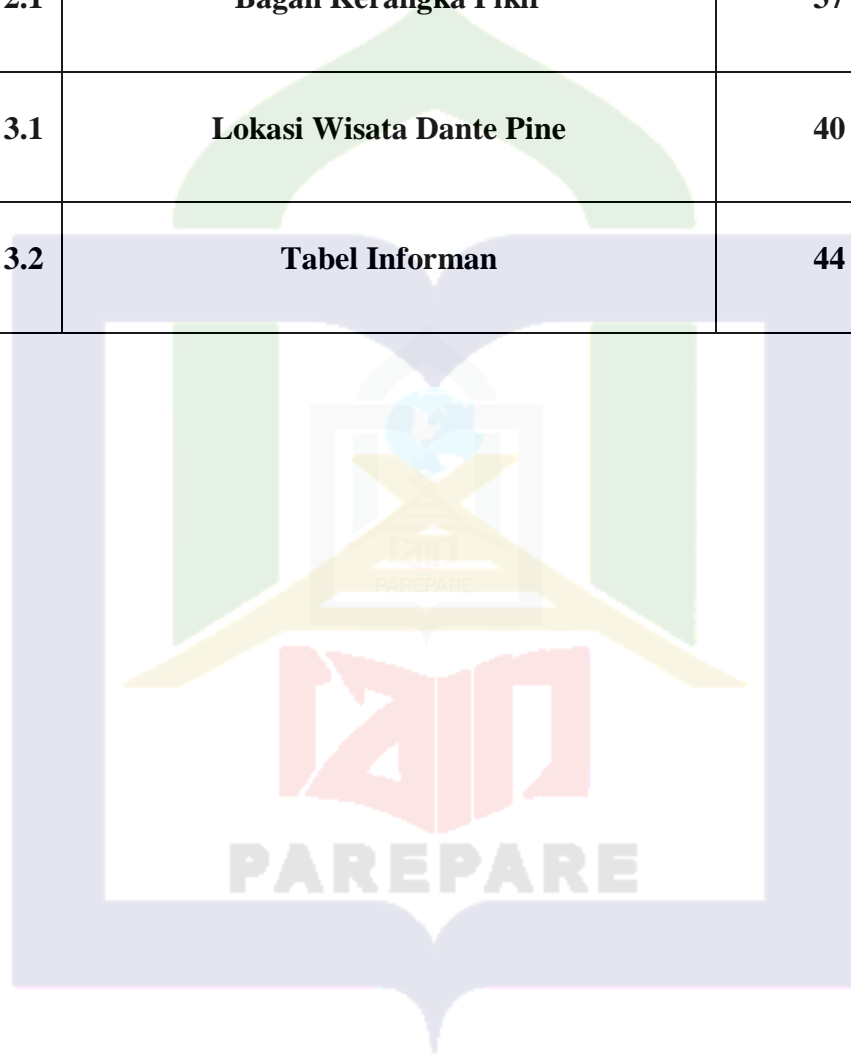
	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori.....	12
C. Tinjauan Konseptual	34
D. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan dan jenis penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
C. Fokus Penelitian	41
D. Jenis dan Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Uji Keabsahan Data.....	45
G. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49

A. Hasil Penelitian	49
B. Hasil Pembahasan	79
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108



DAFTAR GAMBAR

NO	GAMBAR	HALAMAN
2.1	Bagan Kerangka Pikir	37
3.1	Lokasi Wisata Dante Pine	40
3.2	Tabel Informan	44



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Keterangan Izin Penelitian dari Kampus	112
2	Surat izin Penelitian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang	113
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti dari pengelola wisata Dante pine	114
4	Data Kunjungan Wisatawan	115
5	Instrumen Penelitian	117
6	Transkrip Wawancara	120
7	Dokumentasi	130

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نَا / نِيَّ	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِيَّ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas

وُ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas
----	----------------	---	---------------------

Contoh :

مات :māta

رمى : ramā

قيل : qīla

يموت : yamūtu

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمٌ : *nu‘ima*

عُدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta‘murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : syai 'un

أُمْرٌ : Umirtu

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاِلهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata

sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt..	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun

w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4
HR	= Hadis Riwayat
DSN-MUI	= Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia
UU	= Undang-Undang
ATM	= Anjungan Tunai Mandiri
RI	= Republik Indonesia
BUMDes	= Badan Usaha Milik Desa
SDM	= Sumber Daya Manusia

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	= صفحة
دم	= بدون
صلعم	= صلى الله عليه وسلم
ط	= طبعة
بن	= بدون ناشر
الخ	= إلى آخرها / إلى آخره
ج	= جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, di antaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia pariwisata selalu mengalami peningkatan dan memunculkan sesuatu yang di kembangkan. Pengembangan kepariwisataan saat ini makin penting, tidak saja dalam meningkatkan devisa negara, akan tetapi memperluas kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan. hal ini membuat pengembangan sektor pariwisata menjadi suatu aspek penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Selain itu perkembangan pariwisata juga dapat mendorong pertumbuhan sektor lainnya, seperti industri jasa kuliner, dan kerajinan lokal.

Pariwisata merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk tujuan rekreasi. Kata pariwisata sendiri berasal dari bahasa sansekerta “pari” yang berarti berkali-kali sedangkan “wisata” yang berarti bepergian. Sehingga pariwisata bisa di artikan sebagai aktivitas bepergian atau perjalanan ke suatu tempat yang dilakukan berulang-ulang.¹

Pariwisata adalah kegiatan yang melibatkan perjalanan dan kunjungan ke tempat-tempat yang menarik secara alamiah, sejarah, budaya, atau rekreasional. bukan hanya sekedar perpindahan dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga merupakan pengalaman yang melibatkan interaksi dengan lingkungan, budaya, dan masyarakat setempat. Dalam suatu perjalanan pariwisata, seseorang dapat menjelajahi keindahan alam, merasakan nuansa sejarah yang kental, dan meresapi keanekaragaman budaya yang unik. Destinasi pariwisata tidak hanya mencakup tempat-tempat wisata populer seperti situs bersejarah, taman nasional, atau pantai yang indah, tetapi juga melibatkan kehidupan sehari-hari penduduk setempat, kuliner khas daerah, dan tradisi unik yang menjadi daya tarik tersendiri.

¹ Ani Wijayanti, *Strategi Pengembangan Pariwisata Edukasi Di Kota Yogyakarta* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), h.6.

Salah satu yang menjadi andalan untuk pembangunan ekonomi daerah berasal dari bidang pariwisata. Pariwisata merupakan sebuah aktivitas yang menyentuh dan melibatkan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara umum bahwa pengembangan kepariwisataan semakin mendapat perhatian, karena semakin meningkatnya kesadaran bahwa pembangunan kepariwisataan tanpa pertimbangan yang matang dari aspek sosial akan mempengaruhi kepariwisataan itu sendiri.² Pariwisata mampu membuat masyarakat setempat mengalami perubahan pada kehidupan dalam aspek sosial, ekonomi, budaya, lingkungan, ilmu pengetahuan maupun terbukanya lapangan pekerjaan.

Pariwisata sangat layak untuk dipandang sebagai objek kajian dan dikembangkan sebagai ilmu, karena mempunyai sejarah, pustaka, dan prinsip-prinsip yang terstruktur serta berbagai aspek keilmuan. Sebuah obyek pariwisata dapat dikembangkan sebagai salah satu sektor andalan guna mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, pemberdayaan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk melalui promosi dalam rangka meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Pariwisata dan ekonomi kreatif (Parenkraf) menjadi salah satu sektor prioritas dari sekian banyak sektor pembangunan di Indonesia. Dari sektor Parenkraf yang menjadi tulang punggung dari Ekonomi Kreatif Indonesia adalah Sektor Pariwisata. Pemerintah dalam pengembangan sektor Parenkraf melakukan strategi pemasaran yang unik dengan memadukan pariwisata dan budaya dikemas dalam bentuk Storynomic sejalan dengan perkembangan digitalisasi digala sektor.³ Pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan

² Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2014). h.167.

³ Kartini Raden Asri, 'Analisis Swot Terhadap Storynomics Toursm Sebagai Strategi Promosi Pariwisata'. *Dynamic Management Jurnal* 52 (2021), h.59.

dari negara asalnya, di daerah tujuan wisata hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti: transportasi, penginapan, restorasi, pemandu wisata, dan lain-lain. Oleh karena itu, industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata.⁴ Pariwisata memiliki dampak positif, seperti memberikan kontribusi ekonomi bagi suatu daerah, menciptakan lapangan kerja, dan mempromosikan kelestarian lingkungan dan warisan budaya.

Melalui perjalanan pariwisata, seseorang dapat memperluas wawasan, membangun pengalaman berharga, dan memahami keragaman dunia ini. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku pariwisata, baik wisatawan maupun pemerintah setempat, untuk bekerja sama dalam menjaga keseimbangan antara mempromosikan pariwisata dan melindungi keberlanjutan alam dan budaya. Sektor pariwisata merupakan sektor yang berperan penting bagi ekonomi dan sumber penerimaan negara. Selain itu, pariwisata Indonesia menjadi sektor unggulan untuk menarik minat kunjungan wisatawan dalam maupun luar negeri.⁵ keindahan alamnya yang memukau keanekaragaman budayanya, serta keramahan masyarakatnya menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang menggoda untuk dieksplorasi.

Salah satu potensi wisata alam yang belum sepenuhnya dieksplorasi adalah Bumi Massenrempulu Kabupaten Enrekang. Terletak di tengah-tengah keindahan alam Sulawesi, Kabupaten Enrekang memiliki pesona alam yang menakjubkan, di antaranya adalah pesona Wisata Dante Pine. Dante Pine merupakan hutan pinus yang memukau yang terletak di lereng gunung yang hijau, memberikan pengalaman yang unik dan menenangkan bagi para pengunjungnya. Dengan

⁴Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara), 2017 h.13.

⁵Setiawan, Marcellus Bima, and Zon Vanel. "Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang untuk Meningkatkan Wisatawan Candi Gedong Songo." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 6.2 (2023): 266-277.

udara segar yang dihiasi aroma harum pinus, Dante Pine menjadi surga bagi pecinta alam dan para pelancong yang mencari ketenangan jauh dari hiruk-pikuk perkotaan.

Melihat potensi daerahnya yang terhitung menjanjikan merupakan peluang besar bagi Hardiono dan pemuda setempat untuk membangun daerahnya menjadi pusat wisata. Tujuan utama didirikannya wisata dante pine ini selain karena potensi alam yang besar juga karena pengelola ingin mengangkat ekonomi rakyat serta mengurangi tingkat pengangguran.

Wisata Dante Pine ini tidak dinaungi oleh Dinas Pemuda Olah raga dan pariwisata Kabupaten Enrekang namun pengelola berharap wisata ini dapat memajukan, menggali potensi dalam sektor pariwisata serta dapat meningkatkan kembali lapangan kerja dan pendapatan masyarakat terutama di sekitar objek wisata. Selain itu untuk mewujudkan visi-misi pembangunan di Kabupaten Enrekang yaitu “Enrekang Maju, Aman, Sejahtera (Emas) yang Berkelanjutan Religius”.

Bukan hanya itu terdapat juga fasilitas-fasilitas yang cukup lengkap, mulai tempat duduk, caffe, hingga diiringi musik alam yang menjadikan pengunjung betah bersantai lama-lama, selain itu, banyak tempat hunting foto yang cukup keren, dari backround hutan pinus hingga latar pemandangan Gunung Nona. Biaya untuk masuk ke obyek wisata dante pine pun sangat terjangkau, cukup dengan membayar Rp 10 Ribu per orangnya, pengunjung sudah dapat masuk ke lokasi wisata dan merasakan panorama alam Gunung Nona.

Meskipun fasilitas “Dante Pine” memiliki fasilitas yang lengkap dan berkualitas, namun tantangan utama yang dihadapi pengelola wisata Dante pine saat ini terletak pada kurangnya promosi dan akses jalan yang kurang memadai menuju Objek wisata. Fasilitas yang berkualitas memang menjadi pondasi

penting, tetapi keberhasilan destinasi juga sangat tergantung pada sejauh mana destinasi tersebut dikenal dan diminati oleh para pengunjung.

Beberapa bulan belakangan pada tahun 2023 jumlah wisatawan pada kawasan objek wisata Dante Pine menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung dengan angka berfluktuatif atau bervariasi mengalami naik turun jumlah pengunjung.

Bulan	Jumlah kunjungan
Januari	2.675
Februari	1.260
Maret	1.161
April	3.134
Mei	1.699
Juni	1.609
Juli	2.039
Agustus	1.016
September	733
Oktober	653
November	771
Desember	1.529

Sumber: pengelola wisata Dante Pine

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan Dante Pine mengalami naik turun pada tahun 2023. Pada bulan januari, minat pengunjung sangat banyak karena bertepatan dengan libur tahun baru, tetapi pada bulan Februari hingga Maret mengalami penurunan yang cukup menarik perhatian pengelola wisata Dante Pine, hingga pada bulan April wisatawan Dante Pine mengalami kenaikan yang sangat drastis dan kembali mengalami penurunan pada Bulan Mei sampai pada bulan Juni, tetapi jumlah wisatawan tersebut bukanlah hal yang serius karena jumlah wisatawan dari bulan Juni ke Juli bertambah lagi

menjadi 430 wisatawan sehingga jumlah wisatawan pada bulan Juli sebesar 2.039, tetapi pada bulan Agustus sampai dengan bulan Oktober jumlah wisatawan Dante Pine mengalami penurunan yang sangat drastis disebabkan oleh kebakaran hutan yang mengakibatkan sekitaran objek wisata menjadi rusak dan menurunnya daya tarik serta fasilitas yang rusak. Kemudian, pada bulan November hingga Desember mengalami peningkatan dari jumlah 771 sampai dengan 1.529. Namun yang menjadi permasalahan adalah peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada Bulan Desember tidak sebanyak jumlah kunjungan wisatawan pada bulan Januari karena kurangnya *event* dan promosi. Berdasarkan hal tersebut, ada baiknya untuk merancang sebuah media promosi sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung di wisata Dante Pine.

Hal inilah yang mendasari penulis untuk mengangkat judul “**Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah) .**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Wisata Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Pemasaran Wisata Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang?
3. Bagaimana Analisis pariwisata syariah dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari ini penelitian adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui Bagaimana strategi Pemasaran Wisata Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang?
2. Untuk mengetahui Apa faktor pendukung dan penghambat Pemasaran Wisata Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang?
3. Untuk mengetahui Analisis pariwisata syariah dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja Kab. Enrekang?

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi dan pengetahuan kepada yang membutuhkan, khususnya kepada mahasiswa agar dapat mengetahui bagaimana pemasaran wisata dalam meningkatkan minat kunjungan di wisatawan di dante pine, Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan yang bermanfaat kepada masyarakat tentang bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di dante pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian terdahulu menggambarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Pemaparan tinjauan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui persamaan dan perbedaan objek ataupun permasalahan yang diteliti sehingga bisa digambarkan perbedaan yang sangat mendasar dari penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dan terhindar dari anggapan plagiasi.

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Tety Eka Oktaviyani dengan judul penelitian “*Analisis Strategi Pemasaran terhadap pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di kabupaten Magetan*”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi pemasaran yang digunakan pengelola Wisata Telaga Sarangan yaitu menggunakan marketing mix. Untuk segi product, place, people, proses Wisata Telaga Sarangan secara umum sudah melakukan strategi sebagaimana teori, tetapi untuk peningkatan dan perbaikan ada beberapa hal yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan, dari segi price Wisata Telaga Sarangan ada beberapa produk atau wahana yang masih relatif mahal khususnya bagi masyarakat menengah ke bawah. Promotion yang dilakukan Wisata Telaga Sarangan juga masih kurang maksimal hal ini ditandai dengan pasifnya pengelola untuk mempromosikan atau kurangnya metode promosi. Dan secara physical eviden, masih kurang untuk lingkungan Wisata Telaga Sarangan, masih banyak produk-produk yang harus diperbarui.⁶

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa Wisata Dante Pine menerapkan strategi pemasaran yaitu: Product, Price, Place,

⁶ Tety Eka Oktaviyani, “*Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan*”. (IAIN Ponorogo 2020).

Promotion. Dalam Hal ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Wisata Dante Pine juga selalu memaksimalkan keempat elemen ini untuk meningkatkan minat wisatawan datang mengunjungi wisata dante pine. tetapi untuk peningkatan dan perbaikan ada beberapa hal yang perlu di evaluasi dan dibenahi, dari segi place dan promotion Wisata dante pine. ada beberapa produk atau spot foto yang perlu di tambah, Promotion yang dilakukan Wisata dante pine juga masih kurang maksimal hal ini ditandai dengan promosi yang dilakukan hanya berfokus pada media Instagram saja.

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Dian Hardianti Aulia yang berjudul “*Strategi Pemasarn Taman Wisata Puncak Bila Kabupaten Sidrap Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan (Analisis Manajemen Syariah)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan Wisatawan pengelola Taman Wisata Puncak Bila mampu memberikan pelayanan kepada wisatawan dengan cara wisatawan merasa nyaman jika datang berkunjung dengan keluarga juga Dalam meemenuhi kebutuhan Wisatawan atau menciptakan nilai bagi Wisatawan dan membangun hubungan yang kuat dengan menjaga rasa aman dan menimbulkan kenyamanan kepada wisatawan dengan cara menerapkan aturan dilarang membawa hal-hal yang dapat merugikan wisatawan maupun peengelola Taman Wiasata Puncak Bila.

Adapun beberapa strategi pemasaran yang dilakukan taman wisata puncak bila kabupaten sidrap dalam meningkatkan minat wisatawan sesuai dengan manajemen prinsip syariah diantaranya sebagai berikut: Strategi pasar sasaran (targetting) yang digunakan dalam meningkatkan minat wisatawan yaitu dalam target pasarnya Taman Wisata Puncak Bila menerapkan prinsip keadilan, amanah dan tangng jawab serta komunikatif. Pengelola Taman Wisata Puncak Bila dalam meningkatkan kebutuhan wisatawan lebih mengutamakan fasilitas atau

wahana yang benar-benar dibutuhkan wisatawan.⁷ Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa Wisata Dante Pine menerapkan strategi pemasaran yaitu: Product, Price, Place, Promotion. Dalam Hal ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Wisata Dante Pine juga selalu memaksimalkan keempat elemen ini untuk meningkatkan minat wisatawan datang mengunjungi wisata dante pine. tetapi untuk peningkatan dan perbaikan ada beberapa hal yang perlu di evaluasi dan dibenahi, dari segi place dan promotion Wisata dante pine. ada beberapa produk atau spot foto yang perlu di tambah, Promotion yang dilakukan Wisata dante pine juga masih kurang maksimal hal ini ditandai dengan promosi yang dilakukan hanya berfokus pada media Instagram saja.

Ketiga penelitian yang dilakukan oleh Rismi Ilma Aprilya yang berjudul “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Temuan utama dari studi ini adalah bahwa Taman Salma Shofa telah berhasil menerapkan strategi namun masih banyak pekerjaan yang harus dilakukan untuk terus meningkatkan jumlah pengunjung. Kemudian untuk meningkatkan kunjungan wisatawan pengelola diharapkan melakukan promosi yang lebih efektif tidak hanya berfokus pada media sosial, tetap menjaga keamanan serta kebersihan dilingkungan Taman Salma Shofa, menambah wahana seluncur yang bisa dinikmati setiap kalangan.⁸

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa Wisata Dante Pine menerapkan strategi pemasaran yaitu: Product, Price, Place, Promotion. Dalam Hal ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Wisata Dante Pine juga selalu memaksimalkan keempat elemen ini untuk meningkatkan minat wisatawan datang mengunjungi wisata dante pine. tetapi untuk peningkatan

⁷ Dian Hardianti Aulia, ‘*Strategi Pemasaran Taman Wisata Puncak Bila Kabupaten Sidrap Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan*’ (IAIN Parepare, 2020)

⁸ Rismi Ilma Aprilya, “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda*”, (Universitas Mulawarman 2022).

dan perbaikan ada beberapa hal yang perlu di evaluasi dan dibenahi, dari segi place dan promotion Wisata dante pine. ada beberapa produk atau spot foto yang perlu di tambah, Promotion yang dilakukan Wisata dante pine juga masih kurang maksimal hal ini ditandai dengan promosi yang dilakukan hanya berfokus pada media Instagram saja.

Keempat penelitian yang dilakukan oleh Nurulhuda Aris yang berjudul “*Starategi Pemasaran UPTD Kebun Raya Jompie Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kebun Raya Jompie (Analisis Pariwisata Syariah)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kebun Raya Jompie adalah kebun raya jompie menyediakan berbagai fasilitas yang dapat menarik wisatawan salah satunya flying fox, harga yang di tawarkan kebun raya jompie sangat murah untuk menikmati fasilitas yang ada.⁹

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa Wisata Dante Pine menerapkan strategi pemasaran yaitu: Product, Price, Place, Promotion. Dalam Hal ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Wisata Dante Pine juga selalu memaksimalkan keempat elemen ini untuk meningkatkan minat wisatawan datang mengunjung wisata dante pine. tetapi untuk peningkatan dan perbaikan ada beberapa hal yang perlu di evaluasi dan dibenahi, dari segi place dan promotion Wisata dante pine. ada beberapa produk atau spot foto yang perlu di tambah, Promotion yang dilakukan Wisata dante pine juga masih kurang maksimal hal ini ditandai dengan promosi yang dilakukan hanya berfokus pada media Instagram saja.

⁹ Nurulhuda Aris, “*Starategi Pemasaran UPTD Kebun Raya Jompie Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kebun Raya Jompie (Analisis Pariwisata Syariah)*, (IAIN Parepare 2024).

B. Tinjauan Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Kata "strategi" adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani yaitu *stratēgos*. Adapun *stratēgos* dapat diterjemahkan sebagai 'komandan militer' pada zaman demokrasi Athena. Prinsip-prinsip Strategi berawal dari semua perencanaan dan tindakan strategis adalah kebijakan nasional (kebijakan perusahaan).¹⁰ Sekali tujuan nasional ditetapkan oleh para pemimpin negara, pemimpin mempersiapkan rencananya. Dia harus mempertimbangkan berbagai hal; seperti, faktor ruang dan waktu, kekuatan yang dimiliki, niat dan kemampuan musuh, dan reaksi di dalam dan di luar negeri atas gerakan yang diarahkannya. Pada teori peperangan, strategi dan taktik secara umum diletakkan dalam kategori yang terpisah. Dua bidang yang secara tradisi didefinisikan dalam dimensi yang berbeda: strategi berhubungan dengan ruang yang luas, periode waktu yang panjang, dan Bergeraknya kekuatan yang besar. Sedangkan taktik kebalikan dari strategi.

Strategi mengenai kondisi dan situasi dalam proses public merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan, tanpa terkecuali di dalam proses pelayanan yang baik kepada masyarakat. Strategi menurut Stephanie K. Marrus strategi di definisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹¹ Strategi adalah peta jalan untuk mencapai tujuan dengan cara yang efektif dan efisien.

Sedangkan strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai suatu tujuan

¹⁰ Siti Nurhasanah, *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta: Edu Pustaka, 2019), h.2.

¹¹ Stephanie K. Marrus, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta : Rajawali Press, 2016), h.38.

tertentu.¹² Dengan melihat beberapa pendapat ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui untuk menuju target yang diinginkan.

1) Konsep Strategi

Setiap organisasi, perusahaan maupun lembaga mempunyai sasaran untuk mencapai sebuah tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Tujuan tersebut dapat dicapai apabila sebuah atau suatu lembaga melakukan strategi yang baik dan tepat untuk dapat meraih peluang yang ada. Oleh karena itu strategi, mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha terkhusus dibidang pemasaran.

Strategi pada dasarnya adalah serangkaian rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu, memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tertentu.¹³ Dalam merumuskan suatu strategi, kita harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritikal, yaitu:

- a) Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi
- b) Mengembangkan profil tertentu bagi organisasi, artinya menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dimiliki suatu organisasi
- c) Pengenalan tentang lingkungan dengan mana organisasi akan berinteraksi, terutama situasi yang membawa suasana persaingan yang mau tidak mau harus dihadapi oleh organisasi apabila organisasi tersebut ingin tidak hanya mampu melanjutkan eksistensinya, akan tetapi juga meningkatkan efektivitas dan produktifitas kerjanya.
- d) Mempersiapkan tenaga kerja yang memenuhi berbagai persyaratan

¹² Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armilo, 2013), h.59.

¹³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015),h. 167-168.

- e) Menciptakan suatu system umpan balik sebagai instrument yang ampuh bagi semua pihak.¹⁴ Dengan adanya umpan balik maka produsen lebih muda untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Setiap organisasi bisnis dihadapkan kepada dua jenis lingkungan, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Semakin besar suatu perusahaan, lembaga maupun organisasi maka semakin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi kedua jenis lingkungan tersebut. Salah satu implikasi kompleksitas itu adalah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit. Untuk itulah diperlukan adanya suatu manajemen strategi.

2) Tahap-Tahap Strategi

a) Perumusan

Menjelaskan tahapan pertama yang mencakup analisis lingkungan internal maupun eksternal adalah penentuan visi dan misi, perencanaan dan tujuan strategi.¹⁵ Perumusan strategi merupakan suatu proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi, merupakan tujuan strategi serta merancang strategi guna mencapai tujuan dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.

b) Pelaksanaan

Pelaksanaan strategi merupakan tahap yang sangat sulit dalam proses strategi mengingat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan di lapangan dan mungkin tidak sesuai dengan perkiraan semula. Strategi yang berhasil harus didukung oleh perusahaan yang capable dengan seorang pemimpin yang solid,

¹⁴ Sondang Paian Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 16.

¹⁵ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*. (Malang: Bayumedia Publishing, 2015), h.5

alokasi sumber daya yang cukup, kebijaksanaan yang tepat, budaya, situasi serta kondisi terhadap keberhasilan pelaksanaan strategi.¹⁶

Strategi yang baik dapat memberikan gambaran tindakan utama serta pola keputusan yang dipilih untuk mewujudkan tujuan dari organisasi. Strategi juga dapat diartikan sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan. Pelayanan *public* yang baik adalah keinginan bagi setiap orang, pelayanan *public* dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pelayanan yang baik juga dikaitkan dengan jasa layanan yang dilaksanakan oleh instansi dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan serta menumbuhkan kepercayaan dari pihak pelanggan.

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai kepada konsumen.¹⁷ Dalam industri pariwisata, pemasaran merupakan system yang saling berkordinasi melakukan berbagai kebijaksanaan bagi perusahaan-perusahaan industri pariwisata, baik milik individu atau swasta maupun instansi pemerintah baik lokal, regional, nasional, atau internal untuk mencapai kepuasan wisatawan.

Kegiatan pertama yang harus dilakukan dalam pemasaran pariwisata adalah melakukan penelitain pasar dalam upaya untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan, sehingga dapat diketahuinya karakteristik wisatawan, maka usaha pariwisata lebih mudah dapat menawarkan produknya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Dengan demikian, kegiatan pemasaran tersebut dikatakan dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada wisatawan yang akhirnya wisatawan

¹⁶ Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta: Raja Grafindo Prasada, 2015), h.23.

¹⁷ Mubasit, *Manajemen Pemasaran*, (Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2012), h.1.

dapat memperoleh kepuasan dalam perjalanannya dan sebaliknya usaha pariwisata dapat memperoleh keberhasilannya. Pemasaran pariwisata merupakan kegiatan yang sangat kompleks sekali, karena produk yang dihasilkan oleh industri pariwisata mempunyai karakteristik yang khas apabila dibandingkan dengan produk berupa barang, dalam Pemasaran pariwisata amat berbeda dengan pemasaran produk pada umumnya. Perbedaannya terletak pada proses produksi, dan elemen pembentuk produknya terdapat lima elemen yang mesti dilibatkan secara bersamasama, kelima elemen tersebut adalah

- 1) Elemen permintaan pasar.
- 2) Elemen biro perjalanan.
- 3) Elemen lembaga- lembaga pariwisata pada destinasi.
- 4) Elemen penawaran dan elemen fisik aksesibilitas
- 5) elemen dengan produk destinasi pariwisata.¹⁸

Industri Produk pariwisata tidak dapat dijual dengan cara yang sama seperti produk manufaktur. Oleh karena itu pembelian tidak memberikan konsumen kepemilikan sebenarnya yang dapat digunakan atau dikonsumsi. Produksi dan konsumsi produk pariwisata berlangsung di suatu tempat tertentu, dan produsen serta konsumen menentukan tempat atau tempat di mana mereka ingin menikmati produk yang dijanjikan. Oleh karena itu para pekerja atau pegawai di bidang pariwisata harus selalu memberikan pelayanan dan mampu berkomunikasi secara terbuka dengan seluruh lapisan masyarakat, hal ini saling menguntungkan, termasuk komunikasi dalam pemasaran produk pariwisata. Dalam hal ini perlu dilakukan evaluasi yang baik terhadap produk pariwisata yang disediakan agar calon konsumen mau menikmatinya.

Dari pengertian pemasaran diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran pariwisata adalah kegiatan memberikan informasi kepada calon wisatawan dan masyarakat luas

¹⁸ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017)

tentang suatu produk pariwisata, disisi lain juga juga untuk membangun hubungan yang kuat dan menciptakan kepercayaan calon wisatawan, agar memiliki kemauan untuk menikmati produk pariwisata yang ditawarkan.

c. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Menurut Kotler dan Armstrong, strategi pemasaran adalah “proses dimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk menangkap nilai dari mereka. Produk akan mudah dijual jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk yang memberikan nilai superior kepada pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk tersebut secara efektif”. Pemasaran dapat ditelaah mencakup seluruh jenis/ bidang kegiatan industri atau ekonomi.¹⁹

Bauran Pemasaran merupakan salah satu cara pemasaran yang digunakan untuk mencapai target sasaran konsumen yang sudah di tentukan pangsa pasar.²⁰ bauran Pemasaran (marketing mix) adalah strategi yang digunakan dengan mencampurkan unsur kegiatan pemasaran, agar terciptanya kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang diharapkan. Marketing mix merupakan kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.²¹ Menurut Kotler dan Gary Armstrong unsur atau elemen bauran pemasaran terdiri dari “harga (price), produk (product), tempat (place), dan promosi (promotion)”.

1) *Product* (Produk)

produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar kepada konsumen. Produk yang diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi para konsumen

¹⁹ Slamet Riyadi Bistri, *Strategi keunggulan Kooperatif usaha menengah kecil dan menengah dalam pemasaran internasional*, (CV Diva Pustaka. 2022).

²⁰ Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*. (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 53.

²¹ Kotler, dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: PT Erlangga, 2012).

sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang bersangkutan dengan kata lain, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.²² produk merupakan segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun suatu kumpulan organisasi. Suatu perusahaan seringkali menjual atau memasarkan tidak hanya satu produk saja tapi bermacam produk yang dipasarkannya. Karena dengan memasarkan banyak produk artinya besar kemungkinan perusahaan dapat memperoleh suatu keuntungan yang besar. mayoritas pengguna internet indonesia memanfaatkan *search engine* dalam mencari atau memasarkan produk.²³ jika suatu produk tersebut mengalami kegagalan atau tidak disenangi lagi konsumen, maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan. Maka dari itu, banyak perusahaan yang sering menciptakan produk/barang lebih dari satu jenis.

2) *Price* (Harga)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dengan kata lain, harga yang ditetapkan merupakan kesesuaian nilai tukar dengan produk atau jasa yang ditawarkan dan dapat dijangkau oleh konsumen agar dapat merasakan manfaat dari penggunaan produk atau jasa tersebut.¹⁷ harga merupakan kebijakan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan. Pendapatan sebuah perusahaan adalah hasil perkalian dari kuantitas yang dijual dengan harga yang diterapkan dalam penjualan. Harga juga menjadi hal penting karena harga yang akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk dan sekaligus pada saat yang sama untuk menentukan berapa besar keuntungan yang didapat perusahaan.

²² Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015)

²³ Dessy Aliandrina, *Pemasaran Internasional*. (Kubung: Insan Cendikia Mandiri Group, 2022).

Menurut Suharno menyatakan bahwa harga sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Unsur-unsur yang terdapat dalam bauran harga menurut Suharno dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Keterjangkauan harga.
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat.²⁴

Dalam arti luas, harga adalah sejumlah pengorbanan yang diperlukan untuk mendapat suatu produk. harga mencakup semua pengorbanan yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu produk atau layanan.

3) *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan salah satu bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilakukan guna menjangkau pasar.²⁵ pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran. sama halnya dengan daya tarik suatu wisata, untuk meningkatkan jumlah kunjungan suatu wisata pengelola harus mampu berusaha untuk menyebarkan dan mempromosikan suatu informasi, agar dapat mempengaruhi/membujuk, suatu wisatawan agar tertarik untuk berkunjung ke suatu wisata dante pine.

Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha mengkomunikasikan, menginformasikan, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada

²⁴ Suharno, *Marketing in Practice*, (Kalimantan Timur: KP.Books, 2017). h. 143.

²⁵ Soemanagara, *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. (Bandung: alfabeta, 2015), h.15.

Ayat di atas memberi penegasan kepada orang-orang beriman agar hanya mengonsumsi makanan yang halal dan baik. Kriteria halal ini yang menentukan adalah syariat bukan logika. Pengertian halal sendiri adalah lawan dari haram. Dengan demikian, suatu produk dikatakan halal apabila dari sisi bentuk atau zatnya tidak mengandung unsur haram, seperti khamr, terbuat dari daging babi atau anjing, maupun benda najis. Sementara kriteria baik ditentukan oleh medis dengan memperhatikan kandungan makanan atau minuman disesuaikan dengan kondisi kesehatan orang yang mengkonsumsinya. Dari hal di atas maka dapat dipahami bahwa dalam pandangan Islam produk yang bernilai haram tidak memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang karenanya tidak dianggap sebagai barang ekonomi. Dalam kaitannya dengan pemasaran syariah maka dilarang memproduksi produk-produk semacam itu, membuka tempat usahanya, maupun memasarkannya ke masyarakat.

Adapun hadisnya yaitu Hadis dari Sahih Al-Bukhari No. 2079 Dari Hakim bin Hizam ra., Rasulullah saw bersabda:

فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي - أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا - الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا
بِئِعْهُمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَهُ بَيْعُهُمَا

Terjemahnya:

"Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (memilih) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan keadaan barangnya, maka jual beli mereka diberkahi. Dan jika keduanya berbohong dan menyembunyikan keadaan barangnya, maka jual beli mereka tidak diberkahi".²⁹

Hadis ini menegaskan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam jual beli.

Dalam pemasaran, ini berarti informasi yang disampaikan tentang produk atau layanan harus akurat, dan tidak ada upaya untuk menipu atau menyembunyikan kelemahan produk. Dengan demikian, hubungan dengan pelanggan dibangun

²⁹ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail, *Ensiklopedia hadits; shahih al-Bukhari I, Terj. Masyhar dan Muhammad Suhadi*, Jakarta: Almahira, Cet. 1, 2011.

berdasarkan kepercayaan dan integritas, yang akan membawa keberkahan dalam bisnis.

4) *Place* (Tempat)

Tempat dalam *marketing mix* biasa disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen. Tempat adalah suatu Tindakan untuk memilih dan mengelola saluran pemasaran produk maupun jasa dengan menggunakan kumpulan perusahaan atau individu yang membantu pendistribusian produk atau jasa dalam melayani pasar sasaran sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Unsur-unsur yang terdapat dalam bauran tempat menurut Fandy Tjiptono dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Akses, misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau menggunakan transportasi.
- b) Visibility, yaitu lokasi atau tempat dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c) Lalu lintas (*Traffic*) menyangkut tentang banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang terhadap keputusan pembelian, serta kepadatan dan kemacetan lalu lintas juga bisa memberikan peluang terhadap keputusan pembelian.
- d) Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman untuk konsumen.³⁰

Selain itu, minat juga memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan dan kesejahteraan dalam hidup. Ketika seseorang terlibat dalam aktivitas yang sesuai dengan minat mereka, mereka cenderung merasa lebih bahagia, bermakna, dan puas dengan hidup mereka secara keseluruhan.

2. Minat Wisatawan

a. Pengertian Minat

³⁰ Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. (Yogyakarta: Andi. 2011).

Minat adalah kecenderungan terhadap sesuatu, atau dorongan untuk melakukan segala sesuatu yang diinginkan.³¹ Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap satu obyek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan obyek tersebut. Teori minat yang terkenal adalah *Theory of Planned Behavior (TPB)* yaitu teori yang merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Dalam (TRA) dijelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) dan *subjective norms* (norma subyektif), sedangkan dalam (TPB) ditambahkan satu faktor lagi yaitu *perceived behavioral control* (persepsi perilaku tertentu).

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.³² Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Schiffman dan Kanuk menjelaskan bahwa minat dapat diukur melalui beberapa komponen, yaitu:

1) Tertarik Untuk Mencari Informasi Mengenai Produk

Konsumen yang terangsang akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Level rangsangan ini dibagi menjadi dua, yaitu pencarian informasi yang lebih ringan (penguatan perhatian) dimana pada level ini orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi, mencari bahan bacaan, bertanya pada teman, atau mengunjungi beberapa tempat yang sama untuk mempelajari produk.

2) Mempertimbangkan Untuk Membeli

Melalui pengumpulan informasi, konsumen mempelajari merek-merek yang bersaing serta fitur merek tersebut. Melakukan evaluasi terhadap

³¹ Dwi Nastiti, *Asesment Minat dan bakat, Teori dan Aplikasinya*. (Surabaya : Umsida Press, 2020). h.15.

³² Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.

pilihan-pilihan dan mulai mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut.

3) Tertarik Untuk Mencoba

Setelah konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, mempelajari merek-merek yang bersaing serta fitur merek, konsumen akan mencari manfaat dari solusi produk dan melakukan evaluasi terhadap produk-produk tersebut. Evaluasi ini dianggap sebagai proses yang berorientasi kognitif. Maksudnya adalah konsumen dianggap menilai suatu produk secara sangat sadar dan rasional hingga mengakibatkan ketertarikan untuk mencoba

4) Ingin Mengetahui Produk

Setelah memiliki ketertarikan untuk mencoba suatu produk, konsumen akan memiliki keinginan untuk mengetahui produk. Konsumen akan memandang produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

5) Ingin Memiliki Produk

Para konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya. Kemudian, pada akhirnya konsumen akan mengambil sikap (keputusan preferensi) terhadap produk melalui evaluasi atribut dan membentuk niat untuk membeli atau memiliki produk yang disukai.³³

Minat adalah refleksi dari apa yang kita sukai, apa yang kita temukan menarik, dan apa yang memberi kita kepuasan. Selain itu, respons terhadap pengalaman liburan juga dapat mengungkapkan minat seseorang. Misalnya, seseorang yang sangat menikmati menjelajahi tempat-tempat baru, mencoba makanan

³³ Schiffman, L., & Kanuk, L. L. *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2007).

lokal, atau berinteraksi dengan penduduk setempat mungkin memiliki minat yang besar dalam mempelajari budaya dan tradisi baru.

b. Wisatawan

Wisatawan berasal dari kata “*wisata*” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris. Jadi orang yang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “*traveler*” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “*wan*” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya keadannya jabatannya dan kedudukan seseorang.³⁴ Jadi wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan untuk tujuan rekreasi, liburan, atau untuk mengunjungi tempat-tempat menarik di suatu daerah atau negara.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

Faktor pendukung adalah elemen atau kondisi yang memberikan dukungan, memfasilitasi, atau memperkuat suatu proses, kegiatan, atau tujuan.³⁵ Ini dapat mencakup berbagai aspek seperti:

1) Sumber Daya

Sumber daya adalah segala sesuatu, baik berupa benda nyata maupun bukan benda nyata, yang terdapat pada satu wilayah dan yang dapat dimanfaatkan manusia untuk kelangsungan hidupnya.

2) Kondisi Lingkungan

³⁴ Aniesa Samira Bafadhal, *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. (Malang: Media Nusa Creative, 2020), h. 23.

³⁵ Laila Rochmawati, *Faktor Pendukung Motivasi Taruna pada Pembelajaran Aviation English Melalui E-Learning*, (Surabaya: Pustaka Rumah Cinta, 2020), h. 23.

Kondisi lingkungan adalah keadaan atau situasi dari berbagai aspek alam, seperti udara, air, tanah, flora, fauna, dan interaksi manusia dengan komponen-komponen tersebut. Ini mencakup keseimbangan ekosistem, polusi, perubahan iklim, dan berbagai faktor lain yang mempengaruhi keberlangsungan hidup semua makhluk di Bumi.

3) Keterampilan

Keterampilan adalah kemampuan atau keahlian yang dimiliki seseorang untuk melakukan suatu tugas atau aktivitas dengan baik dan efektif.

4) Motivasi

Motivasi adalah dorongan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak, mencapai tujuan, atau memenuhi kebutuhan. ini bisa berasal dari faktor internal seperti ambisi, keinginan untuk berkembang, atau nilai-nilai pribadi, maupun dari faktor eksternal seperti penghargaan, pujian, atau tekanan sosial.

5) Teknologi

Teknologi adalah kumpulan pengetahuan, keterampilan, dan proses yang digunakan untuk menciptakan barang dan layanan yang memenuhi kebutuhan manusia.

Adapun Al-Qur'an dan hadis yang relevan dengan faktor pendukung pemasaran wisata:

1) Al-Qur'an: Surah Al-Hujurat (49:13):

اللَّهُ عِنْدَ أَكْرَمِكُمْ إِنَّ لِنَعَارِفُوهَا وَقَبَائِلِ شُعُوبًا وَجَعَلْنَاكُمْ وَأَنْتَى دَكْرٍ مِّنْ خَلْقَانِكُمْ إِنَّا النَّاسُ بِآيَاهَا
 ١٣ خَيْرٌ عَلَيْنَا اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ

Terjemahnya:

"Wahai manusia! Sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti".³⁶

Ayat ini mengandung pesan penting tentang keberagaman dan mengenal satu sama lain. Dalam konteks pemasaran wisata, ini mendukung konsep pariwisata sebagai sarana untuk memperkenalkan dan memahami berbagai budaya dan tradisi dari berbagai bangsa, yang dapat menarik wisatawan untuk mengenal keindahan dan kekayaan budaya di destinasi tertentu.

2) Hadis: Hadis dari Ibnu Abbas r.a., Rasulullah SAW bersabda:

بِاللَّهِ يُؤْمِنُ كَانَ وَمَنْ لِيَصْنُمْتُ، أَوْ خَيْرًا، فَلْيُقَلِّلِ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ يُؤْمِنُ كَانَ مَنْ
ضَيْفَهُ فَلْيُكْرِمِ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ يُؤْمِنُ كَانَ وَمَنْ جَارَهُ، فَلْيُكْرِمِ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ

Terjemahnya:

"Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan Hari Akhir, hendaklah dia memuliakan tamunya." (HR. Bukhari dan Muslim).³⁷

Hadis ini menekankan pentingnya memuliakan tamu, yang selaras dengan prinsip hospitality dalam industri pariwisata. Dalam pemasaran wisata, aspek pelayanan yang ramah dan penghormatan terhadap tamu (wisatawan) adalah faktor kunci yang dapat mendukung keberhasilan destinasi wisata dalam menarik dan mempertahankan pengunjung. hal ini menunjukkan bahwa pentingnya keberagaman budaya dan pelayanan yang baik, yang keduanya merupakan aspek esensial dalam pemasaran wisata.

³⁶ Kementerian Agama Ri, *Al-Qur'an dan Terjemahannya QS.49: 13*, (Surabaya: Karya Agung Surabaya. 2016).

³⁷

Faktor pendukung minat wisatawan dapat memiliki dimensi yang lebih kompleks. Faktor pendukung melibatkan aspek-aspek seperti keindahan alam yang memukau, keberagaman atraksi wisata, ketersediaan fasilitas yang memadai seperti akomodasi dan transportasi, promosi pariwisata yang efektif, serta keamanan dan kenyamanan destinasi. Keberadaan warisan budaya dan tradisi lokal, program acara atau festival, serta inovasi dalam layanan pariwisata juga dapat memperkuat daya tarik sebuah destinasi.

b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat adalah segala sesuatu hal atau kondisi tertentu yang memiliki sifat menghambat atau bahkan menghalangi dan menahan terjadinya suatu tujuan.³⁸ faktor penghambat meliputi:

- 1) Kurangnya promosi

Jika destinasi wisata tidak dipromosikan secara efektif atau tidak memiliki strategi pemasaran yang baik, potensi untuk menarik wisatawan menjadi terbatas.

- 2) Kurangnya infrastruktur

Infrastruktur yang buruk atau kurang memadai, seperti jalan yang rusak atau transportasi yang tidak efisien, dapat menghambat akses wisatawan ke destinasi.

- 3) Kurangnya ketersediaan informasi

Kurangnya informasi tentang destinasi wisata, seperti kurangnya situs web resmi, panduan wisata atau informasi tentang kegiatan yang tersedia, dapat menghambat minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.

³⁸ Rusli Risman, *Public Relations*, (Jakarta: Rena Cipta Mandiri, 2022), h.34.

4. Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah menurut Tohir Bawazir yaitu perjalanan wisata yang semua prosesnya sejalan dengan prinsip-prinsip nilai syariah Islam. Baik dimulai dari niatnya semata-mata untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah.³⁹ selama dalam perjalanannya tidak meninggalkan ibadah dan setelah sampai tujuan wisata, tidak mengarah ke hal-hal yang bertentangan dengan syariah, makan dan minum yang halal dan thayyiban, hingga kepulangannya pun dapat menambah rasa syukur kita kepada Allah.

Pariwisata syariah adalah jenis wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, seperti tidak melibatkan hal-hal yang diharamkan seperti minuman keras, perjudian, atau pergaulan bebas.⁴⁰ Konsep pariwisata syariah berkembang sebagai respons terhadap kebutuhan pasar akan opsi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan dan etika. Ini menjadi pilihan menarik bagi wisatawan Muslim yang ingin menjalankan ibadah mereka tanpa mengabaikan kesenangan liburan, serta bagi non-Muslim yang mencari pengalaman wisata yang berorientasi pada etika dan nilai-nilai universal. Pariwisata yang pada dasarnya adalah *people to people business*, merupakan industri jasa yang padat karya, oleh karena itu masalah daya manusia sangat menentukan suksesnya industri pariwisata.⁴¹

Wisata syariah adalah perwujudan dari ciptaan manusia tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.⁴² Pariwisata Syariah juga kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Pariwisata Syariah dapat dimanfaatkan

³⁹ Tohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013), h.22.

⁴⁰ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2019 Tentang Kepariwisataan, Bsb 1

⁴¹ Francois dan Lionel becherel, *Pemasaran Pariwisata Internasional*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2018).

⁴² Ibnu Elmi AS Pelu, *Pariwisata Syariah pengembangan wisata hala*, (Yogyakarta: K-Media, 2020) h.24

oleh banyak universal selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika Syariah.⁴³ Berdasarkan uraian di atas, wisata syariah mencakup aktivitas yang mendukung nilai-nilai islam, seperti kunjungan ke tempat-tempat bersejarah islam, partisipasi dalam kegiatan amal, dan menjaga adab serta etika selama perjalanan.

Penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip Syariah boleh dilakukan dengan syarat mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa. Prinsip umum penyelenggaraan pariwisata Syariah berdasarkan fatwa DSN MUI adalah wisata wajib:

- 1) Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tadzir/israf. Dan kemungkaran.
- 2) Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spritual.⁴⁴

Pariwisata syariah dalam perspektif masyarakat pada umumnya berupa wisata ziarah, umrah, haji dan lain-lain. Sebenarnya pariwisata syariah bukan hanya wisata ziarah melainkan pariwisata adalah tren baru pariwisata dunia yang dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang keseluruhannya dibingkai dalam nilai-nilai islam. Seperti yang disebutkan di dalam firman Allah Swt Q.S Al-Imran ayat 137 sebagai berikut :

عَاقِبَةُ كَآنَ كَيْفَ فَآنظُرُوا الْآرَضِ فِي فَسِيرُوا سُنَّ قَبْلِكُمْ مِنْ خَلَّتْ قَدْ
 الْمَكْذِبِينَ

Terjemahnya :

“Sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah Swt, karena itu berjalan kamu di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul).”⁴⁵

⁴³ Muliana, Zainal Said, An Ras Try Astuti, Potensi Wisata Syariah Pada Taman Wisata Puncak Bila di Kabupaten Sidrap, *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, Vol. 1 No 2, 2023, h. 128.

⁴⁴ Syufa'at, Ahmad Zayyadi, *Islamic Tourism Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2022), h. 41.

⁴⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya QS.3: 137*, (Surabaya: Karya Agung Surabaya. 2016).

Ayat diatas menunjukkan kepada manusia untuk merenungi keindahan ciptaan Allah swt, menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk meningkatkan keimanan terhadap keesaan Allah swt dan memotivasi memenuhi kewajiban hidup.

Dalam konteks analisis pariwisata syariah, terdapat beberapa prinsip dalam Al-Quran dan Hadis yang dapat memberikan panduan tentang bagaimana meningkatkan minat kunjungan wisatawan dengan memperhatikan nilai-nilai syariah. Berikut adalah beberapa contoh:

1) Keadilan dan Keseimbangan dalam Pariwisata:

- Al-Quran Surah Al-Hadid (57:25) menyatakan:

الْحَدِيدَ وَأَنْزَلْنَا بِالْقِسْطِ النَّاسَ لِيُقُومَ وَالْمِيزَانَ الْكِتَابَ مَعَهُمْ وَأَنْزَلْنَا بِالْبَيِّنَاتِ رُسُلَنَا أَرْسَلْنَا لَقَدْ قَوِيَ اللَّهُ إِنَّ بِالْغَيْبِ وَرُسُلَهُ يَنْصُرُهُ مَنْ اللَّهُ وَلِيَعْلَمَ لِلنَّاسِ وَمَنَافِعُ شَدِيدٌ بَأْسٌ فِيهِ
○ ٢٥ عَزِيزٌ

Terjemahnya:

"Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang jelas dan Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca agar manusia dapat menjaga keadilan".⁴⁶

Ayat ini menegaskan pentingnya keadilan dan keseimbangan dalam semua aspek kehidupan, termasuk pariwisata. Dalam konteks ini, pariwisata syariah menekankan pentingnya keadilan dalam pelayanan kepada wisatawan, termasuk dalam hal harga, kualitas layanan, dan perlakuan.

2) Perilaku dan Etika Berinteraksi dengan Wisatawan:

- Dalam Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim, Rasulullah saw bersabda:

⁴⁶ Kementerian Agama Ri, Al-Qur'an dan Terjemahannya QS.57: 25, (Surabaya: Karya Agung Surabaya. 2016).

لَا مَنْ "مَوْسَلٌ عَلَيْهِ اللهُ صَلَّى اللهُ رَسُوْلُهُ قَالَ قَالَ اللهُ، عَبْدُ بِنِ جَرِيْرٍ حَدَّثَنَا
صَحِيْحٌ حَسَنٌ حَدِيْثٌ هَذَا عِيْسَى أَبُو قَالَ . " اللهُ يَرْحَمُهُ لِأَنَّ النَّاسَ يَرْحَمُ

Terjemahnya:

"Barangsiapa yang tidak menunjukkan belas kasihan kepada orang lain, maka tidak akan mendapat belas kasihan dari Allah".⁴⁷

Hadis ini mengajarkan pentingnya perilaku yang baik dan etika dalam berinteraksi dengan orang lain, termasuk wisatawan. Dalam pariwisata syariah, ini mengarah pada pentingnya perilaku yang ramah, jujur, dan penuh kasih sayang dalam melayani wisatawan.

b. Konsep Pariwisata Syariah

Kegiatan kepariwisataan adalah kegiatan yang mengutamakan pelayan dengan berorientasi pada kepuasan wisatawan, pengusaha di bidang pariwisata, pemerintah dan masyarakat. Sebagai salah satu aktivitas dan psikis manusia.⁴⁸ Makna pariwisata syariah atau wisata halal mungkin akan berbeda-beda bagi setiap orang, ada yang mengartikan sebagai penyajian makanan dan buah-buahan yang halal atau aturan-aturan pariwisata yang mengikuti tata cara dalam syariat islam.

Wisata halal bermakna industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim dan pelayanan merujuk pada islam. Artinya pemerintah akan melarang aktor-aktor pariwisata menjajakan minuman yang mengandung *genre-genre* yang berbau non islam, menyediakan fasilitas yang terpisah antara laki-laki atau perempuan yang non-muhrim.⁴⁹ Istilah wisata halal dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *islamic tourism*, *Syariah Tourism*, *halal travel*, *halal friendly* dan lain-lain. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan

⁴⁷ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail, *Ensiklopedia hadits; shahih al-Bukhari l, Terj. Masyhar dan Muhammad Suhadi*, Jakarta: Almahira, Cet. 1, 2011.

⁴⁸ I Ketut Suwarna, I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasa Ilmu Pariwisata*, (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), h.24.

⁴⁹ Unggul Priyadi, *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*,. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), h.92.

menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan *traveler* muslim. Dalam hal ini hotel yang prinsip Syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas yang terpisah untuk pria dan wanita. Kriteria Pariwisata Syariah menurut Riyanto Sofyan

a) Berorientasi pada kemaslahatan umum

Pariwisata syariah berfokus pada prinsip-prinsip islam dalam pengelolaan dan penyediaan layanan pariwisata. Tujuannya adalah untuk mencapai kemaslahatan umum dengan mengedepankan nilai-nilai keadilan, kesopanan, dan keberkahan dalam setiap aspek perjalanan wisata.

b) Berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan

Bertujuan untuk memberikan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan secara fisik, tetapi juga memberikan kedamaian spiritual dan mental kepada para wisatawan. ini bisa mencakup program yang menawarkan kesempatan untuk merenung, bermeditasi, atau menikmati alam dengan tenang, sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip islam.

c) Menghindari kemusyurukan dan *khurafat*

Pariwisata Syariah menekankan pada penghindaran dari praktik kemusyrikan dan khurafat, sehingga mempromosikan pengalaman wisata yang sesuai dengan ajaran islam yang murni dan bebas dari unsur yang bertentangan dengan keyakinan.

d) Bebas maksiat

Pariwisata syariah yang bebas dari maksiat mengutamakan penghindaran dari Tindakan yang bertentangan dengan ajaran islam, seperti perjudian, minuman keras, dan pergaulan bebas, sehingga menciptakan lingkungan yang sesuai dengan nilai-nilai agama bagi para wisatawan.

e) Menjaga kewanan dan kenyamanan

Pariwisata syariah menegaskan pentingnya menjaga keamanan bagi para pengunjungnya dengan memastikan bahwa lingkungan wisata bebas dari potensi gangguan atau ancaman, serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan nilai islam untuk memastikan pengalaman yang baik bagi para wisatawan.

f) Menjaga kelestarian lingkungan

Menjaga kelestarian lingkungan dalm konteks pariwisata Syariah berarti mempertahankan dan melestarikana alam serta sumber daya alam yang ada.

g) Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Artinya memperhatikan dan menghargai adat dan budaya setempat, serta melibatkan komunitas lokal dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata, bertujuan untuk mempromosikan keberagaman budaya dan memastikan bahwa pengalaman wisata tidak mengganggu atau merusak warisan sosial dan budaya yang ada.⁵⁰

Kriteria-kriteria tersebut membantu menciptakan pengalaman wisata yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam, serta memberikan panduan bagi para wisatawan yang mencari pengalaman liburan yang menghormati keyakinan dan prinsip-prinsip mereka.

C. Tinjauan Konseptual

1. Strategi Pemasaran

strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi tersebut berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran

⁵⁰. Riyanto Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*, (Jakarta: Republika, 2012), hlm.12

pemasaran. Pada umumnya perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen, karena perusahaan inilah yang mampu menguasai pasar mendalam jangka panjang.⁵¹ Strategi pemasaran merupakan rencana yang hendak digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya.

2. Minat

Minat adalah suatu hal yang personal dan berkaitan erat dengan sikap, minat sangat penting dalam pengambilan keputusan dan dapat membuat seseorang ingin melakukan suatu hal karena telah menarik minatnya, Minat dapat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan terhadap sesuatu, atau dorongan untuk melakukan segala sesuatu yang diinginkan⁵². Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap satu obyek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan obyek tersebut.

3. Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah adalah jenis wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, seperti tidak melibatkan hal-hal yang diharamkan seperti minuman keras, perjudian, atau pergaulan bebas. Wisata syariah adalah perwujudan dari ciptaan manusia tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.⁵³ Berdasarkan uraian di atas, wisata syariah mencakup aktivitas yang mendukung nilai-nilai islam, seperti kunjungan ke tempat-tempat bersejarah islam, partisipasi dalam kegiatan amal, dan menjaga adab serta etika selama perjalanan.

⁵¹ Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2012)

⁵² Etika Sabariah, *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), h.21.

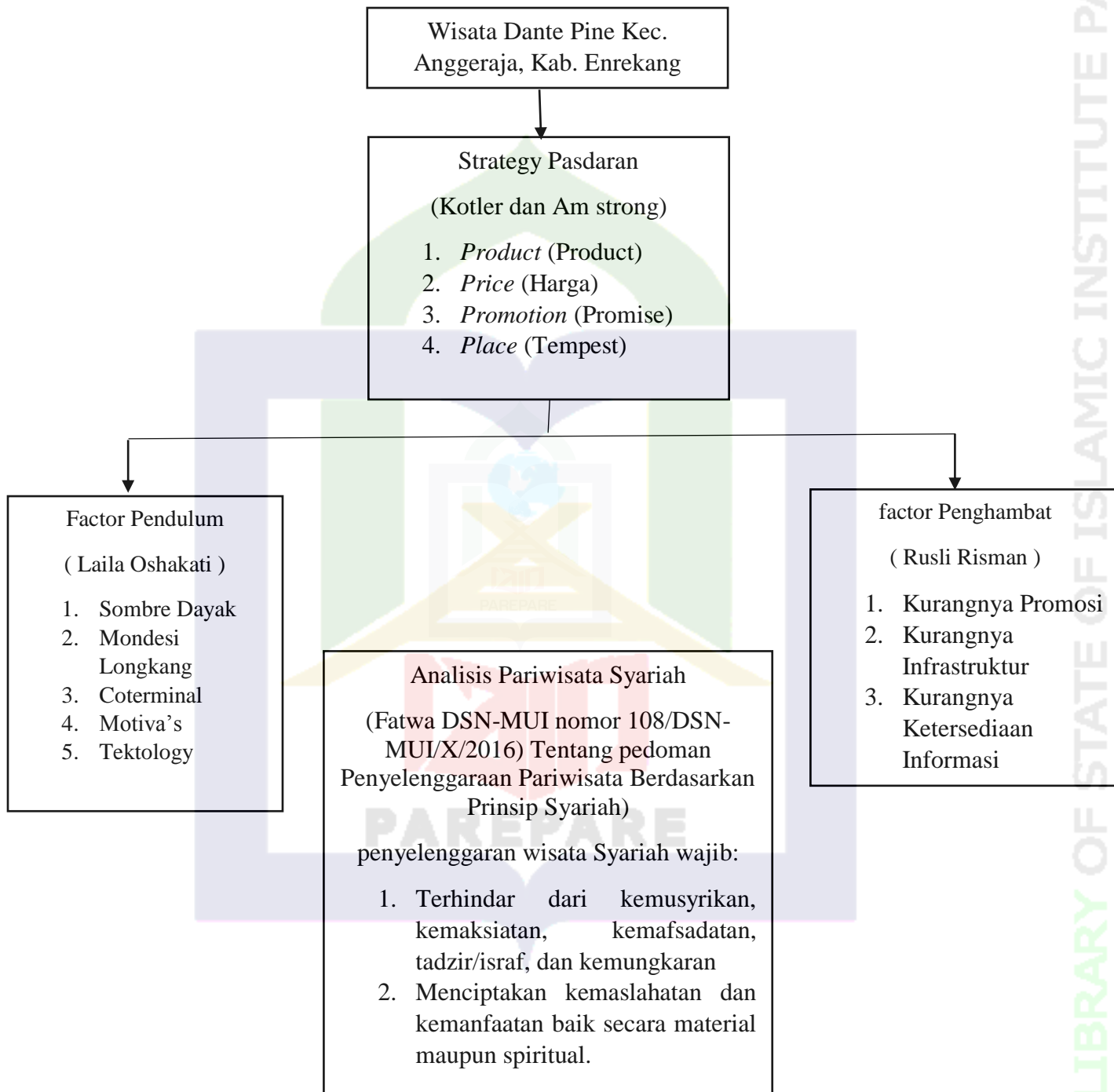
⁵³ Ibnu Elmi AS Pelu, *Pariwisata Syariah pengembangan wisata hala*, (Yogyakarta: K-Media, 2020) h.24.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir digunakan sebagai seperangkat konsep definisi yang saling berhubungan dan mencerminkan suatu pandangan yang sistematis mengenai fenomena. Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau Batasan-batasan tentang teori yang akan dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Dengan konteks penelitian diatas, maka penelitian menggambarkan kerangka pikir penelitian “Strategi pemasaran wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di dante pine kec. Anggeraja, Kab. Enrekang”.



Bagan Kerangka Pikir



2. 1 Gambar Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penyusunan proposal skripsi ini merujuk pada pedoman penulisan Karya Ilmiah yang diterbitkan oleh IAIN Parepare dengan merujuk kepada buku-buku metode penelitian yang ada. Metode penelitian yang ada dalam buku tersebut mencakup beberapa bagian, yaitu jenis penelitian, subjek, objek, lokasi dan waktu penelitian, sumber data yang digunakan, Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data.⁵⁴

A. Pendekatan dan jenis penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. berdasarkan pendekatan studi fenomenologi, tujuannya untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dengan melihat realitas kehidupan manusia yang tampak dan menginterpretasikannya dalam bentuk deskriptif atau penjelasan.⁵⁵ Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk melihat perilaku dalam situasi yang sebenarnya tanpa adanya rekayasa. Selain itu, teknik kualitatif dapat meningkatkan kedalaman pemahaman peneliti terhadap fenomena yang tengah diteliti karena peneliti terjun langsung ke lapangan dan berinteraksi serta berhadapan langsung dengan fenomena yang terjadi.⁵⁶

Dengan menggunakan teknik penelitian kualitatif, peneliti akan dapat meneliti kejadian di lapangan dari sudut pandang struktural dan fungsional. Fungsional menunjukkan bahwa peneliti harus mampu memahami sebuah fenomena dari sudut pandang fungsinya dengan fenomena atau informan lain, namun struktural berarti

⁵⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare*, (Parepare : IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h.23.

⁵⁵Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Ella Devi Lestari (Sukabumi: CV Jejak, 2018), h. 8.

⁵⁶Morissan, *Riset Kualitatif* (Jakarta Pusat-Indonesia: Kencana, 2017):h.15-16.

peneliti harus mampu melihat fenomena sosial dengan tidak melepaskan diri dari struktur yang terkait dengan struktur lainnya.⁵⁷

Hasil metode kualitatif berupa kata-kata lisan atau tulisan dari individu dan perilaku yang dapat diamati. Sifat metode ini yang lebih asli membuatnya lebih siap untuk menunjukkan hubungan yang adil antara peneliti dan informan. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif untuk menyaring data informan dengan menggunakan metode yang lebih natural, yaitu wawancara langsung dengan informan, sehingga diperoleh jawaban yang natural. Selain itu, permasalahan yang diteliti juga cukup rumit dan dinamis.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yaitu jenis penelitian yang berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan fakta-fakta yang ditemukan melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi.⁵⁸ Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran wisata dalam meningkatkan minat wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

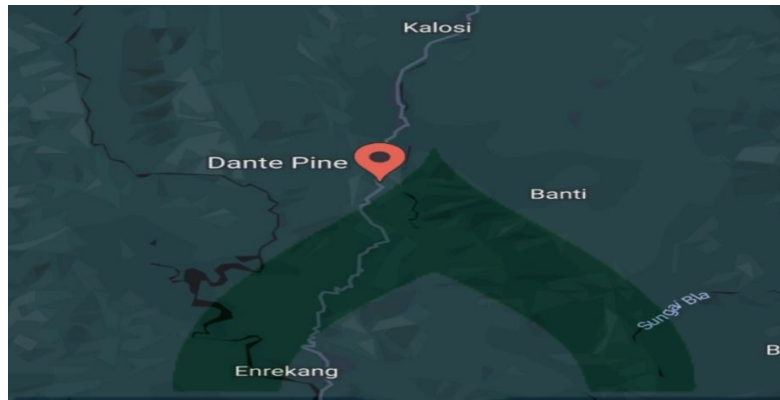
1. Lokasi penelitian

Wisata Dante Pine, Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang menjadi lokasi penelitian ini. Peneliti memilih lokasi ini karena Wisata Dante Pine merupakan salah satu wisata di Kabupaten Enrekang yang memiliki potensi wisata alam berupa pemandangan yang indah. Selain keindahan alamnya Dante Pine sering menjadi tujuan wisata karena suasananya yang sejuk dan nyaman, serta lokasinya yang

⁵⁷ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018):h. 33.

⁵⁸ Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 26.

strategis sehingga memberikan pemandangan indah ke Gunung Nona yang merupakan salah satu ikon wisata utama Enrekang.



Gambar 3.1. Lokasi Wisata Dante Pine

Kawasan wisata Dante Pine terletak di Sulawesi Selatan, Kabupaten Enrekang Kecamatan Anggeraja Desa Tanete. Dante Pine ini dikelola oleh Hardiono, S. T. yang diresmikan oleh Bupati Enrekang. Nama Dante Pine berasal dari kombinasi antara bahasa daerah dan bahasa Inggris. Dante berasal dari bahasa Enrekang yang artinya halaman depan rumah dan Pine berasal dari bahasa Inggris artinya pohon pinus. Kenapa, karena disana terdapat banyak pohon pinus yang menjulang tinggi dan berpose gagah ketika para pengunjung memasuki tempat ini. Luas wilayah Dante Pine adalah 2 Ha.

Letak geografis Kabupaten Enrekang berada di jantung Jasirah Sulawesi Selatan yang dalam peta batas wilayah memang bentuknya seperti jantung. Kabupaten Enrekang terletak antara $3^{\circ} 14'36''$ LS dan $119^{\circ}40'53''$ BT. Jarak dari ibukota Provinsi Sulawesi Selatan (Makassar) ke kota Enrekang dengan jalan darat sepanjang 235 Km.

Kabupaten Enrekang pada umumnya memiliki Topografi Wilayah yang bervariasi berupa perbukitan, pegunungan, lembah dan sungai dengan ketinggian 47-3.293 m dari permukaan laut serta tidak mempunyai wilayah pantai. Secara umum keadaan Topografi Wilayah didominasi oleh bukit-bukit atau gunung-gunung yaitu

sekitar 84,96% dari luas wilayah Kabupaten Enrekang sedangkan yang datar hanya 15,04%.

Adapun batas daerah Kabupaten Enrekang, sebagai berikut.

- a. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Pinrang
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Luwu dan Sidenreng Rappang.
- c. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Tana Toraja.
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidenreng Rappang.

2. Waktu penelitian

Adapun Durasi waktu penelitian yang dilakukan peneliti di dalam penyusunan penelitian, sekurang-kurangnya menggunakan waktu dua bulan dengan terhitung pada tanggal 22 April sampai 22 Juni 2024 Dengan pertimbangan bahwa jarak kampus dengan lokasi penelitian cukuplah jauh, sehingga data-data yang diperlukan dapat terpenuhi.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian sebagai hal-hal yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian. Telah ditetapkan oleh peneliti pada awal penelitian karena fokus penelitian inilah yang nantinya akan berfungsi memberi batas hal-hal yang akan peneliti teliti. Fokus penelitian ini akan berguna dalam memberikan arah kepada peneliti selama proses penelitian, utamanya pada saat pengumpulan data, yaitu untuk membedakan antara data mana yang relevan dengan tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mengetahui Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang.

D. Jenis dan Sumber Data

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 penelitian tersebut.⁵⁹ Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer, yaitu informasi yang dikumpulkan langsung dari suatu sumber dan dicatat untuk pertama kali. Peneliti mengumpulkan data asli dengan mengumpulkannya secara pribadi. Peneliti dapat memperoleh data primer dengan menggunakan teknik seperti observasi lapangan dan proses wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi dari pihak lain, atau informasi yang diperoleh dari sumber selain lokasi penelitian. Informasi ini diperoleh dari buku-buku dan sumber literatur lain, seperti jurnal yang relevan dengan topik yang sedang dibahas yaitu terkait strategi pemasaran wisata dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan.⁶⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan data

Proses pengumpulan data merupakan salah satu tahapan dalam penelitian yang menentukan tingkat keakuratan hasil penelitian. Proses data yang sistematis akan membantu dalam proses penelitian selanjutnya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa jenis metode pengumpulan data, yaitu:

⁵⁹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta. 2015), h. 87.

⁶⁰ Masayu Rosyidah and Rafiq Fijra, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021):h. 76.

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan dengan sengaja, sistematis mengenai kondisi yang terjadi dilokasi penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipasi yaitu penulis yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.⁶¹ Observasi yang peneliti gunakan yaitu observasi partisipasi pasif, artinya peneliti yang datang kelokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati. Dalam observasi ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat fenomena yang terjadi, pengamatan akan fenomena ini dikhususkan kepada pemilik wisata dante pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi dengan berinteraksi secara langsung antara dua orang yang saling berhadapan, dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai suatu objek.⁶² Pada dasarnya wawancara merupakan teknik yang sering digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan/atau informasi dalam suatu penelitian. Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara terhadap pemilik wisata dante pine dan pengunjung wisata yang ada di Kecamatan. Anggeraja, Kab. Enrekang.

Adapun jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara yang tidak terstruktur. Jika dalam suatu wawancara terstruktur peneliti menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Sedangkan wawancara yang tidak terstruktur sangat berbeda dalam hal waktu bertanya dan memberikan respon, yaitu cara ini lebih bebas iramanya. Pertanyaan biasanya tidak tersusun lebih dahulu namun tetap sesuai dengan keadaan dan ciri yang unik dari informan,

⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, h.204.

⁶² Emzir, *Analisis Data: Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.50.

tanya jawab mengalir seperti percakapan sehari-hari. Adapun kisi-kisi wawancara tak terstruktur pada penelitian ini di susun bukan berupa daftar tetapi berupa poin-poin pokok yang akan di tanyakan kepada informan dan dikembangkan pada saat wawancara berlangsung.⁶³ Hal ini di maksudkan agar proses wawancara berlangsung secara alami dan mendalam seperti yang di harapkan dalam penelitian kualitatif. Dalam proses penelitian yang menjadi narasumber peneliti adalah pihak pengelola wisata dante pine kemudian wisatawan yang berkunjung. Berikut tabel narasumber peneliti.

No	Nama	Posisi	Pekerjaan
1	Hardiono	Pemilik wisata dante Pine	Wiraswasta
2	Hastuti	Karyawan wisata dante pine	Karyawan
3	Adrian Maharaja	Pengunjung Wisata	Kontraktor Pertambangan
4	Selfi	Pengunjung Wisata	Pegawai Swasta
5	Arianto	Pengunjung Wisata	Wiraswasta
6	Nurfadillah	Pengunjung Wisata	Mahasiswa
7	Jusriani	Pengunjung Wisata	Mahasiswa
8	Nurrahmadani	Pengunjung Wisata	Pegawai Swasta
9	Saldi	Pengunjung Wisata	Mahasiswa
10	Muh Agus Saputra	Pengunjung Wisata	Pegawai BPN
11	Putri Nurfadilla Ajmul	Pengunjung Wisata	Pegawai Swasta

Gambar 3.2. Daftar Tabel Informan

Berdasarkan tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa informan dalam penelitian ini memiliki latar belakang profesi yang beragam, termasuk wiraswasta, pegawai

⁶³Sujarweni, V. W. (Metodelogi penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss. 2014)

swasta, pegawai BPN, kontraktor pertambangan, karyawan dan mahasiswa. Mayoritas informan merupakan pengunjung wisata dante pine, sedangkan dua diantaranya adalah pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan tempat tersebut, yaitu pemilik dan karyawan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang diperlukan untuk penelitian, seperti catatan, data arsip, serta catatan lain yang berkaitan dengan topik pembahasan yang diteliti. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini.

Dokumentasi adalah pengumpulan arsip-arsip, buku-buku, majalah, sebagai bukti yang menunjukkan peristiwa atau kegiatan yang berhubungan dengan penelitian ini. Penggunaan foto sebagai pelengkap data yang diperoleh melalui wawancara, observasi yang bertujuan untuk mengabadikan peristiwa yang terjadi di lapangan yang terkait dengan penelitian. Dan data yang ditemukan berupa dokumen data pengunjung.

F. Uji Keabsahan Data

1. Uji Kredibilitas (*Credibility*).

Uji kredibilitas berfungsi untuk: pertama, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; kedua mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

Uji keabsahan data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji *triangulasi* data. *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai

pembandingan terhadap data tersebut.⁶⁴ Dalam penelitian ini yang digunakan penulis adalah triangulasi *data source triangulation*. Triangulasi ini menggunakan data dari berbagai sumber untuk menjawab pertanyaan penelitian. Misalnya, seorang peneliti dapat menggunakan catatan arsip dan observasi lapangan untuk mempelajari sejarah suatu tempat atau peristiwa tertentu. Dengan menggunakan berbagai sumber, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang pertanyaan penelitian dan mengurangi potensi bias dari penggunaan satu sumber.⁶⁵

2. Uji Dependabilitas

Ketika temuan penelitian diulang atau digunakan oleh peneliti lain dalam situasi atau proses yang sama, dan didapatkan dengan melaksanakan suatu analisis data yang terstruktur dan berusaha untuk menginterpretasikan hasil penelitian dengan baik sehingga peneliti lain dapat membuat kesimpulan yang sama dengan menggunakan perspektif, metode, dan analisis penelitian yang sama. Penelitian yang *dependable* atau dapat dipertahankan dan dipertanggungjawabkan membutuhkan konsultasi dan penilaian dari beberapa pihak. Dalam uji dependabilitas penelitian ini, peneliti akan mengkonsultasikan penelitiannya dengan dosen pembimbing.

3. Uji Kepastian (*Confirmability*) data.

Uji kepastian data merupakan uji untuk memastikan bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang. Jika disepakati oleh beberapa atau banyak orang, barulah dikatakan objektif.⁶⁶ Dalam melakukan uji kepastian data, peneliti menguji keabsahan dari data berbagai sumber yaitu beberapa informasi yang berbeda dalam hal pemilik wisata untuk di minta keterangan tentang kebenaran data yang didapatkan.

⁶⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2014), h. 330.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT IKPI, 2008), H. 47.

⁶⁶ Lexy J Meolang, *metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2014) h. 324-326.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Ketajaman dan ketepatan dalam penggunaan alat analisis sangat menentukan keakuratan pengambilan kesimpulan, karena itu kegiatan analisis data merupakan kegiatan yang tidak dapat diabaikan begitu saja dalam proses penelitian.⁶⁷ Berikut tiga cara dalam mengumpulkan data sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling pertama dalam rangkaian analisis data penelitian ini, tujuannya untuk memperoleh data yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Mereduksi data bisa berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya.⁶⁸ Dalam teknik reduksi data hal pertama yang peneliti lakukan adalah memilih hal-hal pokok yang dianggap valid dalam penelitian. Kemudian membuang data yang dianggap tidak valid.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis, berbentuk diagram alur, uraian naratif, tabel dan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, dimana data diarahkan agar

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h.206.

⁶⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, h.92.

tersusun pola hubungan.⁶⁹ Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan (data sekunder) maupun penelitian dari lapangan (data primer) dan dianalisis secara deskriptif kualitatif.

4. Penarikan Kesimpulan atau verifikasi

Tahap ini merupakan tahap dimana peneliti melakukan interpretasi dan penetapan makna dari data yang tersaji. Kegiatan ini dilakukan dengan cara komparasi dan pengelompokan. Data yang tersaji kemudian dirumuskan menjadi kesimpulan sementara.⁷⁰ Dalam tahap ini, peneliti membuat rumusan yang terkait dengan logika, mengangkatnya sebagai temuan temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, mengelompokkan data yang telah terbentuk, dan proposisi yang telah dirumuskan. Tahap akhir atau kesimpulan dalam proses analisa data bertujuan untuk mencari makna data yang telah dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaannya.⁷¹

⁶⁹ Iman Supragyogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosadakarya, 2011), h. 194.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, h. 246.

⁷¹ Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (literasi media publishing, 2015), h. 122-124.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran Wisata Dante Pine

Strategi pemasaran pada hakekatnya merupakan suatu pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Langkah awal dalam pelaksanaan strategi ialah bagaimana mewujudkan sesuatu yang telah direncanakan sebelumnya, melaksanakan rencana pencapaian (sasaran) dan rencana kegiatan penetapan tujuan.

Pada bagian ini peneliti menyajikan data pada hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada BAB I, yaitu: Bagaimana Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang, Apa Saja Faktor Penghambat Dan Pendukung Yang Dihadapi Dalam Pemasaran Wisata Dante Pine dan bagaimana analisis pariwisata syariah dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selain itu peneliti melakukan pengamatan langsung kelapangan sehingga dapat mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.

a. Produk

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang bisa memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Wisata dante pine memiliki pemandangan alam yang indah dan beberapa tempat swafoto yang dijadikan sebagai obeejok utama. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Di wisata dante pine juga telah menyediakan berbagai tempat swafoto, cafe,

dan juga *kids play* atau taman bermain buat pengunjung yang membawa anaknya untuk berwisata di dante pine, selain itu setiap sabtu sore pengunjung bakal ditemani alunan musik akustik yang dimainkan oleh musisi lokal. Kami selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik untuk para pengunjung dari segi fasilitas dan kenyamanan”.⁷²

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa di wisata dante pine di sediakan berbagai macam tempat swafoto yang cukup menarik, cafe dan kids play atau taman bermain anak bagi pengunjung yang membawa anaknya, Pengelola wisata dante pine selalu berupaya memeberikan pelayanan terbaik dari segi fasilitas dan kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan dante pine yaitu kak Hastuti menjawab sebagai berikut:

“Wisata dante pine ini menawarkan beberapa tempat swafoto dari *background* hutan pinus hingga latar belakang gunung nona yang menjadi daya tarik tersendiri di wisata dante pine,disini juga di sediakan tempat camp buat pengunjung yang ingin menginap”.⁷³

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Hastuti, mengatakan bahwa wisata dante pine menawarkan beberapa tempat swafoto dari backround hutan pinus dan latar belakang gunung nona menjadi daya tarik sendiri di wisata dante pine, kak hastuti juga mengatakan bahwa di dante pine juga sudah di sediakan tempat camp buat pengunjung yang ingin menginap.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung, bernama kak Saldi dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine.

“Kualitas produk disini menurut saya sudah sangat bagus dengan pemandangan alamnya yang begitu wah, apa lagi disini juga sudah disediakan tempat berfoto yang menurut saya sangat *instagramable*”.⁷⁴

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Saldi selaku pengunjung,

⁷² Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

⁷³ Hastuti, *Karyawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 juni 2024.

⁷⁴ Saldi, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sangat bagus dengan pemandangan alamnya yang begitu wah, di dante pine juga sudah tersedia tempat berfoto yang sangat *instagramable*.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak Adrian dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine.

“Kalau menurut saya kualitas produk disini sudah cukup bagus apa lagi pemandangan alamnya cuman mungkin perlu di tambah lagi tempat swafotonya biar kita yang ingin berkunjung kembali tidak itu-itu aja tempat fotonya”.⁷⁵

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Adrian selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sudah cukup bagus apa lagi pemandangan alamnya tetapi tempat swafotonya perlu di tambah supaya pengunjung tidak bosan jika ingin berkunjung lagi ke wisata dante pine.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak Selfi dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine.

“Menurut saya kualitas produknya sudah bagus cuman disini belum ada tempat sewa kamera atau jasa foto, apa lagi kalau kita mau foto bareng jadi tidak enak aja kalau mau nyuruh orang buat foto kita”.⁷⁶

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Selfi selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sudah bagus tetapi belum ada tempat sewa kamera atau jasa foto yang di sediakan di dante pine.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak Arianto dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine.

“Kualitas produknya menurut saya sudah bagus,nyaman dengan angin sepoi-sepoi apa lagi buat saya yang suka dengan udara segar di tambah pemandangan alamnya yang juga indah”.⁷⁷

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Arianto selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sudah bagus, nyaman dengan

⁷⁵ Adrian, *Wisatawan*, Wawancara di lakukan Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 juni 2024.

⁷⁶ Selfi, *Wisatawan*, Wawancara dilaukam di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁷⁷ Arianto, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggerja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

angin sepoi-sepoi, dengan udaranya yang segar di tambah pemandangan alamnya yang juga indah

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak Nurfadillah dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine sebagai berikut:

“Saya baru pertama kali kesini kalau kualitas produknya menurut saya sudah bagus di banding tempat wisata lain yang pernah saya kunjungi karena disini tempat swafotonya banyak dan pemandangannya juga bagus”.⁷⁸

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Nurfadillah selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sudah bagus di banding tempat wisata lain karena di wisata dante pine sudah menyediakan tempat swafotonya banyak dan pemandangan yang bagus.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak Nurrahmadani dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine sebagai berikut:

“Kualitas produknya sudah bagus apa lagi tempat swafoto juga sudah di sediakan cuman kurang tempat sewa kamera aja saja si menurut saya”.⁷⁹

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Nurrahmadani selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sudah bagus krena sudah terdida tempat swafoto akan tetapi tempat sewa kamera belum ada.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak putri dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine sebagai berikut:

“Menurut saya kualitasnya sangat bagus apa lagi untuk saya yang suka berfoto, tempat swafotnya juga sudah disediakan jadi sangat bagus menurut saya”.⁸⁰

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Putri selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sangat bagus apa lagi untuk yang

⁷⁸ Nurfadillah, *Wisatawan*, Wawancara dilakukam di Wisara dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang. Pada tanggal 8 juni 2024.

⁷⁹ Nurrahmadani, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Dante Pine kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁸⁰ Putri, *Wisatawan*, Wawancara dilaukam di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

suka berfoto, dan tempat swafotnya juga sudah disediakan.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak Jusriani dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine sebagai berikut:

“Kualitas produknya menurut saya sudah bagus apa lagi dilengkapi tempat swafoto dan pemandangan yang indah”.⁸¹

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Jusriani selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sudah bagus karena sudah dilengkapi tempat swafoto dan pemandangan yang indah.

Peneliti juga mewawancarai pengunjung lainnya, bernama kak Agus dengan memberikan pertanyaan serupa mengenai kualitas produk di Wisata Dante Pine sebagai berikut:

“Kalau menurut saya kualitas produknya sudah bagus dilengkapi berbagai macam tempat foto apa lagi suasananya yang nyaman”.⁸²

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Agus selaku pengunjung, mengatakan bahwa kualitas produk wisata dante pine sudah bagus karena sudah dilengkapi dengan berbagai macam tempat swafoto dan juga suasananya yang nyaman.

Dari hasil wawancara di atas dengan beberapa pengunjung ada beberapa pengunjung yang mengatakan tempat swafoto di dante pine perlu di tambah lagi dan belum adanya tempat sewa kamera yang di sediakan di dante pine. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola mengenai produk yang kurang dan perlu di tambahkan di lokasi wisata dante pine pihak pengelola menjawab sebagai berikut:

“Selaku pengelola kami selalu berupaya memberikan yang terbaik bagi pengunjung dengan menghadirkan tempat-tempat foto yang menarik untuk berswafoto, tetapi untuk menambah tempat swafoto mungkin dilakukan secara bertahap dan mengenai tempat sewa kamera disini belum disediakan karena pengunjung biasanya menggunakan kamera hp sendiri saat ingin berswafoto, tetapi kami sangat menghargai masukan yang di berikan oleh pengunjung dan

⁸¹ Jusriani, *Wisatawan*, Wawancara dilaukam di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁸² Agus, *Wisatawan*, Wawancara dilaukam di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

akan mempertimbangkan dalam rencana pengembangan fasilitas kami”.⁸³

Dari wawancara di atas dengan pihak pengelola mengenai beberapa tanggapan pengunjung yang mengatakan bahwa tempat swafoto di Dante Pine perlu di tambah lagi dan belum adanya tempat sewa kamera yang di sediakan di Dante Pine pihak pengelola mengatakan selaku pengelola selalu berupaya memberikan yang terbaik bagi pengunjung dengan menghadirkan tempat foto yang menarik untuk berswafoto akan tetapi untuk menambah tempat swafoto pihak pengelola melakukannya secara bertahap, mengenai tempat sewa kamera yang belum di sediakan pihak pengelola akan mempertimbangkan dalam rencana pengembangan fasilitas.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan kualitas yang diberikan oleh Wisata Dante Pine sudah cukup bagus, tersedia berbagai macam tempat swafoto, cafe, kids play atau tempat bermain anak, dan alunan musik akustik dan juga fasilitas pendukung lainnya seperti keterangan yang diberikan oleh pengunjung yang peneliti wawancarai. Berdasarkan wawancara keseluruhan kepada key informan dan informan mengenai kualitas produk pada Wisata Dante Pine pengunjung memberikan respon sangat baik dengan apa yang disediakan oleh Wisata Dante Pine meskipun ada beberapa pengunjung yang belum puas dengan produk yang disediakan karena belum adanya tempat sewa kamera dan penambahan tempat swafoto namun pihak pengelola akan melakukannya secara bertahap dan mempertimbangkan dalam rencana pengembangan fasilitas.

b. Harga

Untuk berkunjung ke wisata Dante Pine biaya yang dikeluarkan tidak terlalu mahal, dan wisatawan yang berkunjung sudah bisa menikmati berbagai fasilitas dan menikmati pemandangan alam tanpa harus memikirkan biaya tarif tiket masuknya sebagaimana yang di sampaikan oleh pengelola wisata Dante Pine Pak Hardiono:

“Biaya untuk masuk ke wisata Dante Pine perorang itu 10.000, dan camp 25.000 harga tersebut sudah sesuai dengan produk yang kami tawarkan, dengan harga tiket

⁸³ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

10.000 pengunjung sudah bisa menikmati seluruh fasilitas dan pemandangan alam yang menarik untuk berswafoto. Apa bila ingin berlama-lama kita tidak permasalahan karena waktunya kami tidak batasi”⁸⁴.

Dari wawancara dengan Bapak Hardiono selaku pengelola Wisata dante pine bahwa penetapan harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan di wisata dante pine, dengan harga tiket 10.000 dan camp 25.000 pengunjung sudah bisa menikmati seluruh fasilitas dan pemandangan alam yang menarik untuk berswafoto.

Peneliti juga melakukan wawancara mengenai harga tiket wisata dante pine dengan beberapa pengunjung, pengunjung pertama yaitu kak Saldi:

“Harga tiket untuk masuk di wisata dante pine terbilang murah dengan harga 10.000 menurut saya sudah pas dengan pemandangan yang begitu wow, tempatnya sangat nyaman, sangat sejuk, apa lagi disini juga sudah ada cafe yang menyediakn berbagai makanan dan minuman yang harganya terjangkau.”⁸⁵

Menurut kak Saldi harga tiket masuk ke wisata dante pine murah dengan harga 10.000 menurutnya sudah pas dengan pemandangan yang ditawarkan,tempatnya sangat nyaman,sejuk, dan sudah tersedia cafe yang menyediakan berbagai makanan dan minuman yang harganya terjangkau.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung pertama, saat peneliti mewawancarai pengunjung kedua yang bernama kak Adrian menjawab sebagai berikut:

“Harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah dan pemandangan yang ditawarkan lebih memuaskan. Apa lagi sudah disediakn cafe jadi pengunjung sudah tidak repot-repot lagi membawa makanan dan minuman.”⁸⁶

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Adrian selaku pengunjung,

⁸⁴ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 6 Juni 2024.

⁸⁵ Saldi, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁸⁶ Adrian, *Wisatawan*, Wawancara di lakukan Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 juni 2024.

mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah dan pemandangan yang ditawarkan lebih memuaskan di wisata dante pine juga sudah menyediakan cafe jadi pengunjung sudah tidak repot-repot lagi membawa makanan dan minuman.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung kedua, saat peneliti mewawancarai pengunjung ketiga yang bernama kak Arianto menjawab sebagai berikut:

“Harga tiket yang di tawarkan cukup murah ya sebandinglah dengan pemandangan yang di tawarkan”.⁸⁷

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Arianto selaku pengunjung, mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine cukup murah dan sudah sebanding dengan pemandangan yang di tawarkan.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung ketiga, saat peneliti mewawancarai pengunjung keempat yang bernama kak Putri menjawab sebagai berikut:

“Harga karcis wisata dante pine terbilang worth it dengan fasilitas yang ada, yang membuat saya senang berkunjung kewisata ini adalah kerna tidak adanya larangan untuk membawah makanan dari luar, maka dari itu tidak ada alasan untuk tidak berkunjung kembali kesini”.⁸⁸

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Putri selaku pengunjung, mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine terbilang worth it dengan fasilitas yang ada dan tidak adanya larangan untuk membawah makanan dari luar.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung keempat, saat peneliti mewawancarai pengunjung kelima yang bernama kak Selfi menjawab sebagai berikut:

“Harga tiketnya yang di tawarkan lumayan murah sepadan dengan apa yang ditawarkan, apa lagi juga sudah dilengkapi fasilitas seperti tempat ber

⁸⁷ Arianto, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁸⁸ Putri, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

swafoto”.⁸⁹

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Selfi selaku pengunjung, mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine lumayan murah sepadan dengan apa yang ditawarkan, apa lagi sudah dilengkapi fasilitas seperti tempat ber swafoto.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung kelima, saat peneliti mewawancarai pengunjung keenam yang bernama kak Nurfadillah menjawab sebagai berikut:

“Harga yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah, dengan cukup membayar Rp. 10.000 sudah bisa menikmati bermacam tempat swafoto dalam 1 tempat, tapi untuk sebaiknya untuk hari- hari weekend diadakan diskon atau promo”.⁹⁰

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Nurfadillah selaku pengunjung, mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah, dengan cukup membayar Rp. 10.000 sudah bisa menikmati bermacam tempat swafoto dalam 1 tempat, akan tetapi untuk sebaiknya untuk hari- hari weekend diadakan diskon atau promo.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung keenam, saat peneliti mewawancarai pengunjung ketujuh yang bernama kak Nurrahmadani menjawab sebagai berikut:

“Harga tiket masuk ke wisata dante pine terbilang murah cukup bagus bagi yang mau liburan bareng keluarga disini”.⁹¹

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Nurrahmadani selaku pengunjung, mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine terbilang murah cukup bagus bagi yang mau liburan bareng keluarga disini.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung ketujuh, saat peneliti mewawancarai pengunjung kedelapan yang bernama kak Agus menjawab sebagai

⁸⁹ Selfi, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁹⁰ Nurfadillah, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁹¹ Nurrahmadani, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

berikut:

“Harga yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah, dengan cukup membayarRp. 10.000 sudah bisa menikmati bermacam tempat foto menurut saya sudah sepadan dengan produk yang ditawarkan”.⁹²

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Agus selaku pengunjung, mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah, dengan cukup membayarRp. 10.000 sudah bisa menikmati bermacam tempat foto dan sudah sepadan dengan produk yang ditawarkan.

Tidak jauh berbeda dengan jawaban pengunjung ketdelapan, saat peneliti mewawancarai pengunjung kesembilan yang bernama kak Jusriani menjawab sebagai berikut:

“Harga karcisnya cukup murah cocok buat yang ingin liburan bersama teman-teman, cuman sebaiknya ada potongan diskon jika yang berkunjung rombongan”.⁹³

Dari wawancara yang dilakukan kepada kak Jusriani selaku pengunjung, mengatakan bahwa harga tiket yang ditawarkan wisata dante pine cukup murah cocok bagi yang ingin liburan bersama teman, akan tetapi sebaiknya ada potongan diskon jika yang berkunjung rombongan.

Dari hasil wawancara dia atas dengan beberapa pengunjung ada beberapa pengunjung yang mengatakan harga yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah cukup dengan membayar 10.000 sudah bisa menikmati bermacam tempat swafoto dalam satu tempat akan tetapi pengunjung menyarankan untuk adanya diskon atau promo di hari-hari weekend. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola yaitu Pak Hardiono mengatakan sebagai berikut:

“Untuk penentuan harga tiketnya sendiri harga yang diberikan sudah sesuai dengan harga yang kami tentukan yaitu Rp. 10. 000 dan Rp. 25.000 untuk Camp. Harga tersebut sudah sesuai dengan harga yang kami tentukan melihat target pasar kami adalah menengah kebawah. Dan untuk diskon kami juga

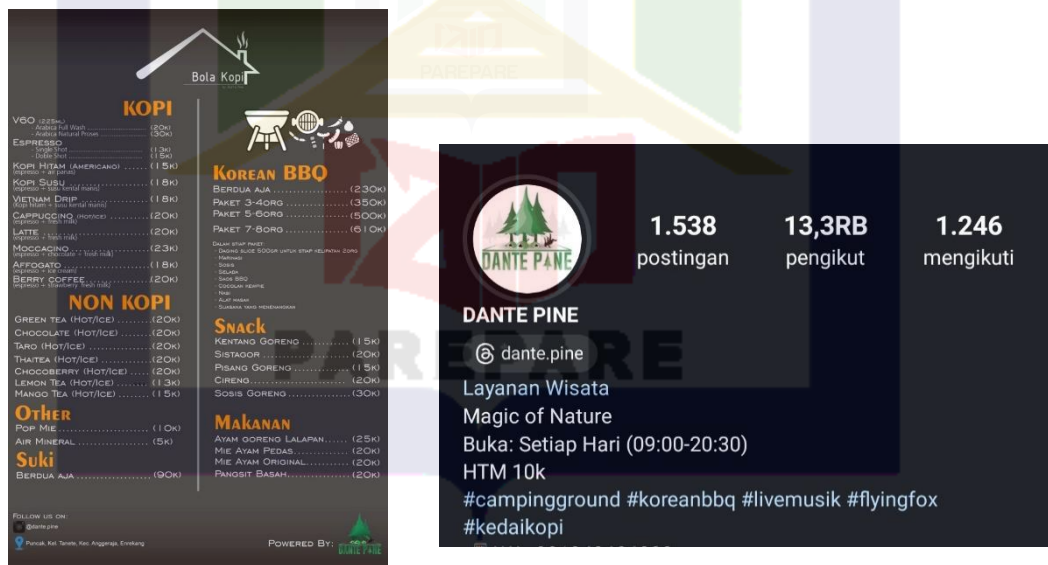
⁹² Agus, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁹³ Jusriani, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

memberikan potongan harga untuk rombongan pengunjung lebih dari 50 orang. Namun harus melakukan informasi terlebih dahulu agar kami bisa memberikan syarat dan ketentuan untuk bisa mendapatkan diskon tersebut.”⁹⁴

Dari wawancara dengan Pak Hardiono selaku pengelola wisata dante pine bahwa penetapan harga yang ditetapkan sudah sesuai berdasarkan target pasar yang dituju, dalam hal ini target pasar Wisata dante Pine adalah menengah kebawah. Wisata dante pine juga memberikan diskon pada pengunjung yang berjumlah 50 orang/ lebih tetapi namun harus melakukan informasi terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa harga tiket masuk ditawarkan sangat murah untuk menikmati pemandangan dan swafoto yang ada di wisata dante pine. Dan ada beberapa pengunjung yang menyarankan adanya harga diskon. Wisata dante pine juga menyediakan cafe yang menyediakan berbagai makanan dan minuman yang harganya terjangkau dan pengunjung tidak repot membawa makanan dan minuman.



Gambar 4.1 Daftar Menu dan harga tiket masuk Dante Pine

Gambar 4.1 diatas adalah harga makanan dan tiket masuk di wisata dante pine.

⁹⁴ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

Menu berkisar Rp. 10.000 – 75.000. dante pine buka setiap hari dari pukul 09:00 hingga 20:30, dengan tiket masuk Rp.10.000 dan camp 25.000.

c. Tempat

Tempat merupakan keputusan yang berkaitan dengan dimana, kapan dan bagaimana konsumen mengakses tawaran atau bisa juga diartikan sebagai lokasi dan persediaan. Berdasarkan wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengenai lokasi dan lingkungan sekitar wisata dante pine yaitu bapak Hardiono menjawab sebagai berikut;

“Lokasi wisata dante pine ini sangat strategis karena berada di jalur trans sulawesi sehingga mudah dijangkau oleh para pengunjung baik yang memiliki tujuan ke dante pine ataupun wisatawan yang ingin ke toraja dan sekedar singgah di wisata dante pine”.⁹⁵

Menurut Pak Hardiono sebagai pengelola wisata dante pine, letak wisata dante pine ini sangat strategis karena berada di jalur trans sulawesi sehingga mudah dijangkau oleh para pengunjung wisata baik yang memiliki tujuan ke dante pine ataupun wisatawan yang ingin ke toraja dan sekedar singgah di wisata dante pine.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung yaitu kak Saldi mengatakan bahwa:

“Lokasi wisata dante pine letaknya startegis, akan tetapi jalan menuju ke tempat lokasi wisata atau tempat swafoto mungkin perlu di perbaiki apa lagi pada saat hujan jalannya becek dan licin jadi cukup bahaya untuk dilewati, dan untuk wilayah keamanan seperti tempat parkir masi di pertanyakan, bagaimana tingkat keamanannya karena melihat juga kita masuk di area swafoto dan sedangkan kendaran-kendaraan di taro di luar tidak menutup kemungkinan kan tidak bisa juga di jamin bahwasanya disini sudah aman, bisa dikatakatan untuk area parkir masih kurang aman.”⁹⁶

Menurut Kak Saldi sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa, letak wisata dante pine letaknya startegis akan tetapi jalan menuju ke tempat lokasi

⁹⁵ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

⁹⁶ Saldi, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

wisata atau tempat swafoto perlu di perbaiki karena padaa saat hujan jalanan disana becek dan licin dan cukup bahaya untuk dilewati, dan untuk wilayah keamanan seperti tempat parkir masih kurang aman.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Kak Selfi selaku pengunjung mengenai potensi lokasi Wisata Dante Pine Kak Selfi menjelaskan:

“Jarak tempuh untuk menuju wisata dante pine dari jalan raya memang lumayan jauh tapi tidak masalah karena tempat yang akan didatangi sepadan, aksesnya juga tidak sulit karena tinggal lurus-lurus saja seandainya bingungpun bisa bertanya ke warga sekitar karena masih banyak rumah penduduk disekitaran jalan menuju Wisata Dante Pine atau bisa menggunakan *google maps*”.⁹⁷

Menurut Kak Selfi sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa, Jarak tempuh untuk menuju wisata dante pine dari jalan raya memang lumayan jauh tapi tidak masalah karena tempat yang akan didatangi sepadan. Akses ke wisata dante pine tidak sulit karena masih banyak rumah penduduk disekitaran jalan menuju Wisata Dante Pine atau bisa menggunakan *google maps*.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan pengunjung bernama Kak Nurfadillah mengenai potensi lokasi Wisata Dante Pine Pengunjung menjawab sebagai berikut:

“Lokasi Wisata dante Pine menurut saya memang lumayan cukup jauh dari pusat kota, tapi tetap bisa disebut strategis menurut saya karena masih bisa diakses dengan”.⁹⁸

Menurut Kak Nurfadillah sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa Lokasi Wisata dante Pine lumayan cukup jauh dari pusat kota, tapi tetap bisa disebut strategis masih bisa diakses.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Kak Putri selaku pengunjung mengenai potensi lokasi Wisata Dante Pine. Kak Putri menjelaskan:

“Lokasi wisatanya cukup strategis berada di pinggir jalan raya dan sudah ada

⁹⁷ Selfii, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

⁹⁸ Nurfadillah, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

juga di google maps jadi kita tidak akan tersesat jika ke wisata dante pine”.⁹⁹

Menurut Kak Putri sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa Lokasi Wisata dante Pine cukup strategis berada di pinggir jalan raya dan sudah ada juga di google maps jadi kita tidak akan tersesat jika ke wisata dante pine.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Kak Agus selaku pengunjung mengenai potensi lokasi Wisata Dante Pine. Kak Agus menjelaskan sebagai berikut:

“Menurut saya lokasinya cukup strategis meskipun perjalanan kesana lumayan jauh tapi bukan masalah bagi wisatawan yang memang ingin berwisata”.¹⁰⁰

Menurut Kak Agus sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa Lokasi Wisata dante Pine cukup strategis meskipun perjalanan kesana lumayan jauh tapi bukan masalah bagi wisatawan yang memang ingin berwisata.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Kak Jusriani selaku pengunjung mengenai potensi lokasi Wisata Dante Pine Kak Jusriani menjelaskan sebagai berikut:

“Lokasinya wisata dante pine cukup strategis walaupun cukup jauh tapi semua terbayarkan ketika sudah sampai karena pemandangannya yang begitu indah”.¹⁰¹

Menurut Kak Jusriani sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa Lokasi Wisata dante Pine cukup strategis walaupun cukup jauh tapi semua terbayarkan ketika sudah sampai karena pemandangannya yang begitu indah.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Kak Nurrahmadani selaku pengunjung mengenai potensi lokasi Wisata Dante Pine. Kak Nurrahmadani menjelaskan:

“Kalau lokasi wisatanya sendiri menurut saya sangat starategis karena mudah dijangkau dan sudah tersedia di *google maps*”.¹⁰²

Menurut Kak Nurrahmadani sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa Lokasi Wisata dante Pine sangat starategis karena mudah dijangkau dan sudah

⁹⁹ Putri, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹⁰⁰ Agus, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹⁰¹ Jusriani, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹⁰² Nurrahmadani, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

tersedia di *google maps*.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Kak Arianto selaku pengunjung mengenai potensi lokasi Wisata Dante Pine. Kak Arianto menjelaskan:

”Menurut saya lokasi Wisata dante pine cukup terbilang strategis, bagi saya yang tempat tinggalnya terbilang tidak jauh dari objek wisata tersebut, akses infrastruktur jalan menuju lokasi destinasi wisata tersebut tidak sulit untuk dilalui karna masih bisa dijangkau dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun kendaran roda empat”.¹⁰³

Menurut Kak Arianto sebagai pengunjung wisata dante pine mengatakan bahwa Lokasi Wisata dante Pine cukup terbilang strategis karena akses infrastruktur jalan menuju lokasi destinasi wisata tersebut tidak sulit untuk dilalui karna masih bisa dijangkau dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun kendaran roda empat.

Dari hasil wawancara dia atas dengan beberapa pengunjung ada beberapa pengunjung yang mengatakan bahwa lokasi wisata dante letaknya strategis akan tetapi jalan menuju ke tempat lokasi wisata atau tempat swafoto perlu diperbaiki dan untuk wilayah keamanan seperti tempat parkir belum aman, Pak Hardiono selaku pengelola menjawab sebagai berikut:

“Jalanan wisata dante pine kita disini areanya kan pengunungan jadi jalannya tidak rata dan mengenai keluhan pengunjung yang mengatakan pada saat hujan jalan di wisata dante pine jalannya becek dan licin kami selaku pengelola akan segera melakukan evaluasi untuk memperbaiki jalan, namun hal ini memerlukan waktu karena keterbatasan dana. Akan tetapi kami berusaha sebaik mungkin untuk segera mengatasi masalah tersebut. Untuk area parkirnya sendiri memang belum ada yang menjaga akan tetapi area parkir tersebut cukup berdekatan dengan tempat karcis dan disana ada karyawan jadi tidak perlu khawatir”.¹⁰⁴

Dari wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengenai tanggapan pengunjung yang mengatakan bahwa lokasi wisata dante letaknya strategis akan tetapi jalan menuju ke tempat lokasi wisata atau tempat swafoto perlu diperbaiki dan untuk wilayah keamanan seperti tempat parkir belum aman. Pihak pengelola mengatakan

¹⁰³ Arianto, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹⁰⁴ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

wisata dante pine ini berada di area pengunungan sehingga jalannya tidak rata, dan pada saat hujan jalan di wisata dante pine becek dan licin pihak pengelola mengatakan akan segera melakukan evaluasi untuk memperbaiki jalan, namun hal ini memerlukan waktu karena keterbatasan dana. Akan tetapi kami berusaha sebaik mungkin untuk segera mengatasi masalah tersebut. Dan untuk area parkir belum tersedia penjaga akan tetapi area parkir berdekatan dengan tempat karcis.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan beberapa pengunjung wisata dante pine kecamatan anggeraja, kabupaten enrekang dapat disimpulkan bahwa lokasi Wisata Dante Pine sangat strategis karena berada di pinggir jalan trans sulawesi dan bisa di akses melalui google maps. Dan jalan menuju ke tempat lokasi wisata atau tempat swafoto perlu diperbaiki akan tetapi hal tersebut memerlukan waktu karena keterbatasan dana. Pihak pengelola berusaha sebaik mungkin untuk segera mengatasi masalah tersebut. Area parkir di wisata dante pine masih kurang aman karena belum adanya penjagaan akan tetapi area parkir berdekatan dengan tempat karcis jadi pengunjung tidak perlu khawatir mengenai masalah keamanan parkir di wisata dante pine.

d. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian dalam bauran pemasaran yang sangat penting bagi produsen dalam memasarkan produknya. Promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara produsen dan konsumen, namun juga berfungsi untuk mempengaruhi perilaku pembelian konsumen,

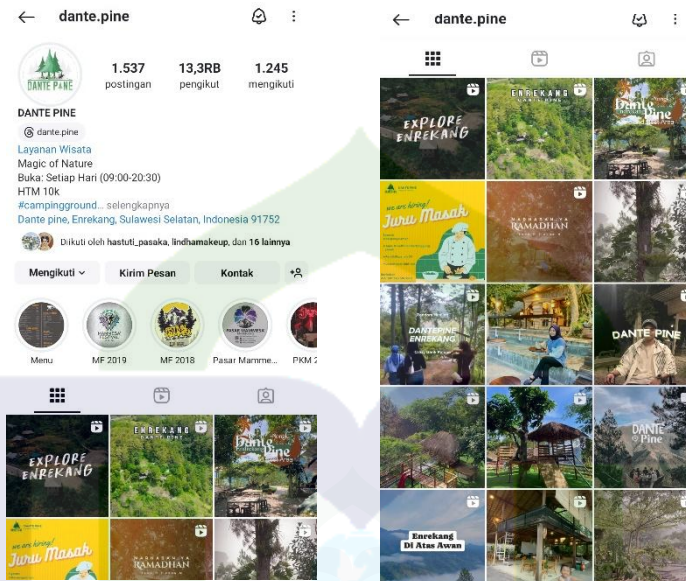
Baerdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pengelola wisata dante pine yaitu pak Hardiono:

“Kita disini strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu dengan melakukan promosi, promosi yang biasa kami lakukan disini tidak jauh berbeda dengan kegiatan promosi dasar yang dilakukan tempat wisata, yaitu melakukan promosi melalui media sosial seperti instgram.”¹⁰⁵

Menurut pak Hardiono selaku pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa

¹⁰⁵ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dilakukan berbagai strategi seperti melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram



Gambar 4.2 Alat Promosi Dante pine

Gambar diatas adalah alat promosi yang digunakan wisata dante pine yaitu Instagram, instagram merupakan platform media sosial yang sering digunakan wisata dante pine untuk promosi karena menawarkan visualisasi menarik, selain itu pengelola menggunakan instagram dalam promosi karena peminatnya banyak dan mendapatkan respon yang cepat dari pengguna lain.

Kemudian peneliti juga mewawancarai mengenai promosi yang dilakukan wisata dante pine apakah sudah menarik dan media apa saja yang digunakan wisata dante pine dalam pemasarannya. Kak saldi sebagai pengunjung menjawab seperti berikut:

“Promosi yang dilakukan masih kurang karena saya melihat promosi yang dilakukan lebih dominan di instagram, sedangkan kita melihat aplikasi media sosial yang juga tren di zaman sekarang seperti tiktok juga bagus dijadikan sebagai alat promosi apa lagi jika konten atau video promosinya fyp, secara tidak langsung bisa memperkenalkan wisata dante pine secara visual kepada audiens yang lebih luas, dan ini bisa membantu dalam promosi dan

meningkatkan kunjungan wisatawan”.¹⁰⁶

Menurut kak Saldi Promosi yang dilakukan wisata dante pine masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi, karena menurutnya promosi yang dilakukan lebih dominan di instagram, sedangkan aplikasi media sosial yang juga tren di zaman sekarang seperti tiktok juga bisa di jadikan sebagai alat atau media promosi, apa lagi jika konten atau video promosinya fyp, secara tidak langsung bisa memperkenalkan wisata dante pine secara visual kepada audiens yang lebih luas, dan ini bisa membantu dalam promosi dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisata lain yakni kak Agus sebagai berikut:

“Promosi yang dilakukan pengelola wisata dante pine sudah cukup bagus dan menarik, saya sendiri mengetahui wisata dante pine ini di media sosial instagram yang sering lewat di beranda instagram saya.”¹⁰⁷

Menurut kak Agus promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante pine sudah cukup bagus dan menarik, dia sendiri mengetahui wisata dante pine di media sosial instagram.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisatawan berikutnya yakni kak Putri sebagai berikut:

“Sebelumnya saya pernah berkunjung ke wisata dante pine namun itu sudah beberapa tahun lalu. Ketika melihat instagram milik mereka sudah banyak perubahan dan banyaknya tempat swafoto yang disediakan, dengan harga murah sudah bisa menikmati fasilitas yang disediakan dalam satu tempat wisata. Saya sendiripun akan merekomendasikan wisata dante pine kepada teman dan rekan saya”.¹⁰⁸

Menurut kak Putri promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante pine sudah bagus karena sudah banyak perubahan dan banyaknya tempat swafoto yang disediakan dalam satu tempat wisata .

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisatawan berikutnya yakni kak

¹⁰⁶Saldi, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹⁰⁷ Agus, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹⁰⁸ Putri, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

Adrian sebagai berikut:

“Promosi yang yang dilakukan oleh wisata dante pine cukup menarik menurut saya karna menciptakan suatu desain yang menarik jujur saya megaetahui wisata ini melalui media sosial. Menurut saya ini sangat kreatif Itulah mengapa sehingga saya sebagai wisatawan itu tertarik untuk mengunjungi wisata dante pine”.¹⁰⁹

Menurut kak Adrian promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante pine cukup menarik karna menciptakan suatu desain yang menarik, sangat kreatif Itulah mengapa sehingga saya sebagai wisatawan itu tertarik untuk mengunjungi wisata dante pine.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisatawan berikutnya yakni kak Arianto sebagai berikut’

“Promosi yang dilakukan oleh wisata dante pine menurut saya sudah efektif. Karna saya sendiri mengetahui wisata dante pine hanya melalui keluarga saya yang pernah berkunjung kesini. Ketika saya berkunjung kesini saya lansung suka, saya akan menyarankan tempat ini kepada saudara/keluarga jauh yang akan berkunjung ke kabupaten enrekang, dengan harga terjangkau saya dan keluarga sudah bisa berkumpul sambil menikmati pemandangan alam dan tempat swafoto yang indah ini”.¹¹⁰

Menurut kak Arianto promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante pine sudah efektif. Karen dia mengetahui wisa dante pine dari keluarganya yang pernah berkunjung ke wisata dante pine, ketika berkunjung dia langsung suka dan menyarankan tempat wisata dante pine kepada saudara/ keluarga jauh yang akan berkunjung ke kabupaten enrekang.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisatawan berikutnya yakni kak Selfi sebagai berikut:

“Menurut saya promosi yang dilakukan cukup menarik apa lagi saya melihat di media sosial dante pine juga sering update, saya sendiri berkunjung ke dante pine karena sering melihat di sosial media”.¹¹¹

Menurut kak Selfi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante

¹⁰⁹ Adrian, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹¹⁰ Arianto, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹¹¹ Selfi, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

pine cukup menarik karena media sosial dante pine sering update, menurutnya dia berkunjung ke wisata dante pine karena sering melihat di sosial media.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisatawan berikutnya yakni kak Nurfadilla sebagai berikut:

“Promosi yang dilakukan menurut saya cukup efektif karena saya sendiri ke wisata dante pine karena diberi tahu teman saya, saat berada di wisata ini pemandangannya sangat indah apa lagi dengan udaranya yang sejuk”.¹¹²

Menurut kak Nurfadilla promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante pine sudah cukup efektif, dia berkunjung ke wisata dante pine karena di beri tahu oleh temannya. menurutnya pemandangan di wisata dante pine sangat indah apa lagi dengan udaranya yang sejuk.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisatawan berikutnya yakni kak Nurrahmadani sebagai berikut:

“Saya mengetahui wisata ini dari teman, kalau mengenai promosi mungkin perlu di tingkatkan lagi karena saya jarang melihat promosi mengenai wisata dante pine ini ada di facebook, saya sendiri lebih sering menggunakan facebook di banding media sosial lain jadi mungkin perlu di tingkatkan lagi”.¹¹³

Menurut kak Nurrahmadani promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante pine perlu di tingkatkan lagi karena dia jarang melihat promosi mengenai wisata dante pine ini ada di facebook menurutnya promosi yang dilakukan perlu di tingkatkan lagi.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan wisatawan berikutnya yakni kak Jursiani sebagai berikut:

“Promosi yang dilakukan wisata dante pine sudah cukup bagus dan menarik, saya sendiri mengetahui wisata dante pine ini di media sosial instagram yang sering lewat di beranda instagram saya, namun perlu di tingkatkan lagi”.¹¹⁴

Menurut kak Jursiani promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata dante pine sudah cukup bagus dan menarik karena dia mengetahui wisata dante pine

¹¹² Nurfadilla, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹¹³ Nurrahmadani, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

¹¹⁴ Jursiani, *Wisatawan*, Wawancara dilakukan di Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang, Pada tanggal 8 Juni 2024.

melalui instagram yang sering lewat di beranda instagram miliknya, namun perlu ditingkatkan lagi.

Dari hasil wawancara dia atas dengan beberapa pengunjung ada beberapa pengunjung yang mengatakan bahwa promosi yang dilakukan masih kurang karena promosi yang dilakukan lebih dominan di instagram sedangkan kita melihat aplikasi media sosial yang juga tren di zaman sekarang seperti tiktok juga bagus dijadikan sebagai alat promosi, dan pengunjung lain yang mengatakan bahwa promosi di wisata dante pine perlu ditingkatkan lagi karena menurut pengunjung tersebut dia jarang melihat promosi mengenai wisata dante pine ada di facebook. Pak hardino selaku pengelola menjawab sebagai berikut:

“Kalau mengenai hal itu kami memang lebih aktif di instagram karena mayoritas audiens target kami lebih banyak berinteraksi di platform tersebut, terutama untuk konten visual seperti foto dan video yang menonjolkan keindahan alam wisata dante pine. Namun, kami memahami bahwa ada banyak orang yang juga aktif di tiktok dan facebook. Oleh karena itu kami sedang merencanakan strategi promosi yang lebih seimbang, termasuk meningkatkan aktivitas promosi kami di tiktok dan facebook agar lebih banyak orang bisa melihat informasi tentang wisata dante pine. Kami akan mempertimbangkan untuk mengintensifkan promosi di tiktok maupun facebook dan platform lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.”¹¹⁵

Dari wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengenai tanggapan pengunjung yang mengatakan bahwa promosi yang dilakukan masih kurang karena promosi yang dilakukan lebih dominan di instagram sedangkan kita melihat aplikasi media sosial yang juga tren di zaman sekarang seperti tiktok juga bagus dijadikan sebagai alat promosi, dan pengunjung lain yang mengatakan bahwa promosi di wisata dante pine perlu ditingkatkan lagi karena menurut pengunjung tersebut dia jarang melihat promosi mengenai wisata dante pine ada di facebook. Pihak pengelola mengatakan promosi yang dilakukan memang lebih sering di instagram karena mayoritas audiens target lebih banyak berinteraksi di platform tersebut, terutama untuk konten visual seperti foto dan video yang menonjolkan keindahan alam wisata dante

¹¹⁵ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

pine, akan tetapi pihak pengelola sedang merencanakan strategi promosi yang lebih seimbang, termasuk meningkatkan aktivitas promosi di tiktok dan facebook agar lebih banyak orang bisa melihat informasi tentang wisata dante pine. Dan akan mempertimbangkan untuk mengintensifkan promosi di tiktok maupun facebook dan platform lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada informan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola wisata dante pine untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan melalui media sosial instagram meskipun ada beberapa pengunjung yang masih belum puas dengan strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata akan tetapi pihak pengelola sedang merencanakan strategi promosi yang lebih seimbang, termasuk meningkatkan aktivitas promosi di tiktok dan facebook agar lebih banyak orang bisa melihat informasi tentang wisata dante pine. Dan akan mempertimbangkan untuk mengintensifkan promosi di tiktok maupun facebook dan platform lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran Wisatawan

Kegiatan pemasaran suatu produk dalam perencanaan dan pelaksanaannya pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk jika tidak dikelola dengan baik.

a. Faktor pendukung

Faktor pendukung wisata dante pine dalam mengoptimalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan yang ada. Berikut wawancara dengan pak hardiono mengenai faktor pendukung pemasaran wisata dante pine, pihak pengelola menjawab sebagai berikut:

“Kalau mengenai faktor pendukungnya itu objek wisata dante pine, mungkin lebih ke pemandangan alam, reposting, sarana dan prasarana, jadi orang mengambil story terus di tag kita terus kita posting balik, jadi kita tidak terlalu buat konten paling pengambilan gambar sederhana saja, pengambilan gambar suasana, kemudian sarana dan prasarana yang menjadi salah satu penunjang

yang sangat penting agar dapat menjadi daya tarik wisata dante pine”.¹¹⁶

Menurut Pak Hardiono selaku pengelola atau pemilik wisata dante pine mengatakan bahwa faktor pendukung dalam pemasaran wisata dante pine yaitu lebih ke pemandangan alam, reposting, sarana dan prasarana yang menjadi salah satu penunjang yang sangat penting agar dapat menjadi daya tarik wisata dante pine.

Faktor yang menjadi pendukung kegiatan dalam strategi pemasaran yaitu:

1) Sumber Daya

Sumber daya adalah segala sesuatu, baik berupa benda nyata maupun bukan benda nyata, yang terdapat pada satu wilayah dan yang dapat dimanfaatkan manusia untuk kelangsungan hidupnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Wisata Dante Pine ini, sebagai destinasi wisata alam dengan hutan pinus yang indah, sebagai pengelola kami menjaga kelestarian lingkungan dan keaslian alam. Kami mengelola dengan cermat untuk memastikan pengunjung dapat menikmati keindahan alam tanpa mengganggu ekosistemnya”.¹¹⁷

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa sebagai pengelola kami menjaga kelestarian lingkungan dan keaslian alam. Kami mengelola dengan cermat untuk memastikan pengunjung dapat menikmati keindahan alam tanpa mengganggu ekosistemnya.

2) Kondisi Lingkungan

Kondisi lingkungan adalah keadaan segala hal di sekitar kita, termasuk udara, air, tanah, dan keanekaragaman hayati. Ini mencakup keseimbangan alam yang mendukung kehidupan tanpa merusaknya, terpengaruh oleh aktivitas manusia seperti polusi dan perubahan iklim. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“ Kondisi lingkungan di Dante Pine saat ini tetap terjaga dengan baik. Kami juga memantau dan merawat hutan pinus untuk memastikan kelestariannya. Upaya kami termasuk menyediakan tempat sampah untuk pengunjung agar tidak membuang

¹¹⁶ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

¹¹⁷ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

sampah sembarangan”.¹¹⁸

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa Kondisi lingkungan di Dante Pine saat ini tetap terjaga dengan baik dengan memantau dan merawat hutan pinus untuk memastikan kelestariannya. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu menyediakan tempat sampah untuk pengunjung agar tidak membuang sampah sembarangan

3) Keterampilan

Keterampilan adalah kemampuan atau keahlian yang dimiliki seseorang untuk melakukan suatu tugas atau aktivitas dengan baik dan efektif. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Kalau mengenai keterampilan sendiri kami berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik untuk pengunjung dalam hal ini tempat swafoto yang menarik dan *instagramable*”.¹¹⁹

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa pengelola berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik untuk pengunjung dalam hal ini tempat swafoto yang menarik dan instagramable.

4) Motivasi

Motivasi adalah dorongan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak, mencapai tujuan, atau memenuhi kebutuhan. ini bisa berasal dari faktor internal seperti ambisi, keinginan untuk berkembang, atau nilai-nilai pribadi, maupun dari faktor eksternal seperti penghargaan, pujian, atau tekanan sosial. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Motivasi utama kami dalam mengelola Dante Pine adalah untuk mempertahankan keindahan alam hutan pinus ini sambil menyediakan pengalaman wisata yang berkesan bagi setiap pengunjung. Visi kami untuk masa depan destinasi ini adalah menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kualitas layanan, dan memberdayakan komunitas lokal”.¹²⁰

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa

¹¹⁸ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

¹¹⁹ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

¹²⁰ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

Motivasi utama dalam mengelola Dante Pine adalah untuk mempertahankan keindahan alam hutan pinus ini sambil menyediakan pengalaman wisata yang berkesan bagi setiap pengunjung. Visi untuk masa depan destinasi ini adalah menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kualitas layanan, dan memberdayakan komunitas lokal.

5) Teknologi

Teknologi adalah kumpulan pengetahuan, keterampilan, dan proses yang digunakan untuk menciptakan barang dan layanan yang memenuhi kebutuhan manusia. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Mengenai teknologi sendiri kami memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan wisata dante pine ini, akan tetapi kami berusaha memaksimalkan promosi pada media sosial lain”¹²¹.

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa untuk teknologi di wisata dante pine memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan wisata dante pine ini, akan tetapi pihak pengelola berusaha memaksimalkan promosi pada media sosial lain.

Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak pengelola bahwa faktor pendukung wisata dante pine dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan yaitu pemandangan alam, reposting dan sarana prasarana yang menjadi salah satu penunjang yang sangat penting agar dapat menjadi daya tarik wisata dante pine. Mengenai sumber daya pihak pengelola menjaga kelestarian lingkungan dan keaslian alam. Dan mengelola dengan cermat untuk memastikan pengunjung dapat menikmati keindahan alam tanpa mengganggu ekosistemnya. Kondisi lingkungan di Dante Pine saat ini tetap terjaga dengan baik dengan memantau dan merawat hutan pinus untuk memastikan kelestariannya.

Dalam hal keterampilan pihak pengelola berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik untuk pengunjung dalam hal ini tempat swafoto yang menarik dan instagramable. Motivasi utama dalam mengelola Dante Pine adalah untuk

¹²¹ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

mempertahankan keindahan alam hutan pinus ini sambil menyediakan pengalaman wisata yang berkesan bagi setiap pengunjung. Visi untuk masa depan destinasi ini adalah menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kualitas layanan, dan memberdayakan komunitas lokal. Teknologi di wisata dante pine yaitu dengan memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan wisata dante pine ini, akan tetapi pihak pengelola berusaha memaksimalkan promosi pada media sosial lain

b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat pemasaran adalah hal-hal yang menghambat efektivitas kegiatan pemasaran, seperti keterbatasan anggaran, kurangnya pemahaman pasar, persaingan ketat, teknologi yang tidak memadai, serta perubahan preferensi konsumen atau regulasi. Faktor utama penghambat pada strategi pemasaran yaitu kurangnya kerja sama dengan pihak pemerintah. Pak Hardiono selaku pengelola wisata dante pine memberikan penuturan sebagai berikut:

“Mengenai faktor penghambat sendiri, kita kan kondisinya outdoor mungkin lebih ke akses/jaringan dan cuaca kalau lagi hujan terus kayak kondisi pengunjung yang tidak meng tag akun wisata dante pine, terus inovasi yang harus dilakukan setiap saat”.¹²²

Menurut Pak Hardiono selaku pengelola atau pemilik wisata dante pine mengatakan bahwa faktor penghambat dalam pemasaran wisata dante pine yaitu akses/jaringan, cuaca dan kondisi pengunjung yang tidak meng tag akun wisata dante pine, terus inovasi yang harus dilakukan setiap saat.

Faktor yang menjadi penghambat kegiatan dalam strategi pemasaran yaitu:

1) Kurangnya Promosi

Kurangnya promosi adalah kondisi di mana usaha untuk memperkenalkan atau memasarkan produk dan layanan kepada konsumen tidak memadai, sehingga mengurangi kesadaran, minat, dan penjualan. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Untuk mengatasi kurangnya promosi kami sebagai pihak pengelola semaksimal

¹²² Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

mungkin meningkatkan kehadiran kami di platform media sosial lain dan situs web, Kami juga mengandalkan rekomendasi dari pengunjung yang puas sebagai promosi alami bagi destinasi wisata dante pine”¹²³.

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa Untuk mengatasi kurangnya promosi pihak pengelola semaksimal mungkin meningkatkan kehadiran di platform media sosial lain dan situs web, Dan mengandalkan rekomendasi dari pengunjung yang puas sebagai promosi alami bagi destinasi wisata dante pine.

2) Kurangnya Infrastruktur

Kurangnya infrastruktur adalah kondisi di mana fasilitas fisik dan sistem dasar yang mendukung aktivitas ekonomi dan sosial, seperti jalan, listrik, air, dan komunikasi, tidak memadai atau tidak tersedia, sehingga menghambat perkembangan dan efisiensi operasional. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Kami mengatasi tantangan kurangnya infrastruktur di Dante Pine dengan berfokus pada perbaikan dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan seperti penambahan spot foto dan perbaikan jalan. Untuk penambahan spot foto dilakukan secara bertahap, tetapi untuk perbaikan jalan terkendala dengan keterbatasan dana, akan tetapi kami berusaha memberikan yang terbaik untuk kenyamanan pengunjung”¹²⁴.

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa untuk mengatasi kurangnya infrastruktur di Dante Pine dengan berfokus pada perbaikan dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan seperti penambahan spot foto dan perbaikan jalan. Untuk penambahan spot foto dilakukan secara bertahap, tetapi untuk perbaikan jalan terkendala dengan keterbatasan dana, akan tetapi pihak pengelola berusaha memberikan yang terbaik untuk kenyamanan pengunjung.

3) Kurangnya Ketersediaan Informasi

Kurangnya ketersediaan informasi adalah kondisi di mana data atau pengetahuan yang dibutuhkan tidak mencukupi atau tidak tersedia, sehingga menghambat

¹²³ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

¹²⁴ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

pengambilan keputusan atau pemahaman yang tepat. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“untuk ketersediaan informasi sendiri kami pihak pengelola telah menyediakan papan informasi seperti peringatan untuk naik di tempat swafoto yang lumayan ekstrem, akan tetapi masi perlu di benahi”¹²⁵.

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa untuk ketersediaan informasi pihak pengelola telah menyediakan papan informasi seperti peringatan untuk naik di tempat swafoto yang lumayan ekstrem, akan tetapi masi perlu di benahi.

Hasil wawancara diatas yang telah dilakukan oleh pihak pengelola bahwa faktor penghambat wisata dante pine dalam melakukan strategi pemasaran yaitu akses/jaringan, cuaca dan kondisi pengunjung yang tidak meng tag akun wisata dante pine, terus inovasi yang harus dilakukan setiap saat. Untuk mengatasi kurangnya promosi pihak pengelola semaksimal mungkin meningkatkan kehadiran di platform media sosial lain dan situs web, Dan mengandalkan rekomendasi dari pengunjung yang puas sebagai promosi alami bagi destinasi wisata dante pine. Untuk mengatasi kurangnya infrastruktur di Dante Pine dengan berfokus pada perbaikan dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan seperti penambahan spot foto dan perbaikan jalan. Untuk penambahan spot foto dilakukan secara bertahap, tetapi untuk perbaikan jalan terkendala dengan keterbatasan dana, akan tetapi pihak pengelola berusaha memberikan yang terbaik untuk kenyamanan pengunjung. Untuk ketersediaan informasi pihak pengelola telah menyediakan papan informasi seperti peringatan untuk naik di tempat swafoto yang lumayan ekstrem, akan tetapi masi perlu di benahi.

3. Analisis Pariwisata Syariah dalam Meningkatkan minat kunjungan Wisatawan Dante Pine

Pariwisata syariah adalah suatu kegiatan wisata dimana fasilitas dan pelayaanannya berprinsip syariah. Dalam membangun pariwisata syariah perlu adanya kebijakan yang harus diterapkan dan dijalankan sehingga pariwisata syariah dapat di

¹²⁵ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

bangun dengan baik sesuai dengan ketentuan islam. Adapun penyelenggaraan Pariwisata Syariah wajib:

- a. Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tadzir/israf, dan kemungkaran
Artiya kegiatan wisata tidak melibatkan syirik atau penyembahan selain Allah, tidak mengandung perbuatan dosa atau pelanggaran moral, tidak merusak atau membahayakan, menghindari pemborosan atau perilaku yang tidak bermanfaat, dan tidak melanggar hukum atau norma-norma agama, Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Kami sangat memperhatikan agar kegiatan di Dante Pine senantiasa terjaga dari kemungkinan kemusyrikan, tadzir/israf, dan kemungkaran. Kami menerapkan kebijakan ketat yang mempromosikan penggunaan sumber daya secara bijak dan bertanggung jawab. Selain itu, kami secara aktif mengedukasi pengunjung dan karyawan tentang pentingnya menghormati nilai-nilai lokal dan etika yang berlaku di tempat ini. Dengan melakukan hal ini, kami dapat menciptakan lingkungan yang mendukung keberlanjutan serta pengalaman wisata yang bermakna bagi setiap pengunjung”.¹²⁶

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa strategi yang diterapkan dalam memastikan bahwa aktivitas wisata di Dante Pine terhindar dari praktik-praktik kemusyrikan, tadzir/israf, dan kemungkaran adalah dengan menerapkan kebijakan ketat dengan mempromosikan penggunaan sumber daya secara bijak dan bertanggung jawab. Selain itu aktif mengedukasi pengunjung dan karyawan tentang pentingnya menghormati nilai-nilai lokal dan etika yang berlaku di tempat wisata tersebut. Dengan melakukan hal tersebut, dapat menciptakan lingkungan yang mendukung keberlanjutan serta pengalaman wisata yang bermakna bagi setiap pengunjung.

- b. Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spritual
Artinya menghasilkan kebaikan dan manfaat yang bermanfaat secara fisik (seperti ekonomi, kesejahteraan, dan kenyamanan) serta meningkatkan kesejahteraan rohani (seperti nilai-nilai moral, ketenangan batin, dan kebajikan spiritual). Sebagaimana hasil

¹²⁶ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu bapak Hardiono:

“Kami di Dante Pine berkomitmen untuk menciptakan kemaslahatan yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Kami berkolaborasi dengan komunitas sekitar dalam program-program pengembangan ekonomi lokal, seperti promosi produk lokal. Selain itu, kami juga mempromosikan keindahan alam dan nilai-nilai budaya yang unik di Dante Pine. Kami yakin bahwa dengan mengintegrasikan aspek-aspek ini, kami dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan di lingkungan kami”.¹²⁷

Dari wawancara peneliti dengan pengelola yaitu pak Hardiono mengatakan bahwa untuk menciptakan kemaslahatan yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Dilakukan dengan berkolaborasi dengan komunitas sekitar dalam program-program pengembangan ekonomi lokal, seperti promosi produk lokal. Selain itu, dengan mempromosikan keindahan alam dan nilai-nilai budaya yang unik di Dante Pine. Dengan mengintegrasikan aspek-aspek ini, kami dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan di lingkungan.

Untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati keindahan Wisata dante pine harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif agar wisatawan nyaman saat berkunjung ke wisata dante pine. Namun penerapan wisata syariah di wisata dante pine tidak bisa sepenuhnya dilakukan, karena masih kurangnya pemahaman terkait pariwisata syariah.

Berdasarkan wawancara dengan pengelola wisata dante pine yaitu Bapak Hardiono menjawab:

“Di wisata dante pine sendiri kami belum bisa sepenuhnya bisa menerapkan konsep wisata syariah karena tempat ini terbuka secara umum dari kalangan siapa saja boleh berkunjung, dan kami masih kurang memahami secara mendalam standar dan persyaratan wisata syariah, kami menyadari bahwa konsep ini sangat penting bagi sebagian wisatawan, untuk itu kami sedang berusaha untuk mempelajari lebih lanjut agar dapat menyajikan layanan yang sesuai di masa depan”.¹²⁸

Menurut Pak Hardiono selaku pengelola atau pemilik wisata dante pine

¹²⁷ Hardiono, Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

¹²⁸ Hardiono, *Pengelola Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja kabupaten Enrekang*, Pada Tanggal 8 Juni 2024.

mengatakan bahwa dante pine belum bisa sepenuhnya menerapkan konsep wisata syariah karena tempat ini terbuka secara umum dari kalangan siapa saja boleh berkunjung, dan masih kurangnya pemahaman secara mendalam mengenai standar dan persyaratan wisata syariah itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan pihak pengelola wisata dante pine yaitu Pak Hardiono dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan dalam memastikan bahwa aktivitas wisata di Dante Pine terhindar dari praktik-praktik kemusyrikan, tadzir/israf, dan kemungkar adalah dengan menerapkan kebijakan ketat dengan mempromosikan penggunaan sumber daya secara bijak dan bertanggung jawab. Selain itu aktif mengedukasi pengunjung dan karyawan tentang pentingnya menghormati nilai-nilai lokal dan etika yang berlaku di tempat wisata tersebut. Dengan melakukan hal , dapat menciptakan lingkungan yang mendukung keberlanjutan serta pengalaman wisata yang bermakna bagi setiap pengunjung. Dan Untuk menciptakan kemaslahatan yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Dilakukan dengan berkolaborasi dengan komunitas sekitar dalam program-program pengembangan ekonomi lokal, seperti promosi produk lokal. Selain itu, dengan mempromosikan keindahan alam dan nilai-nilai budaya yang unik di Dante Pine. Dengan mengintegrasikan aspek-aspek tersebut, dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan di lingkungan. Di wisata dante pine sendiri telah menyediakan fasilitas ibadah dan tempat berwudhu, tetapi untuk menjadikan wisata yang berbasis syariah tidak bisa dilakukan karena wisata dante pine terbuka untuk umum atau siapa saja yang ingin berkunjung dan masih kurangnya memahami secara mendalam mengenai standar dan persyaratan wisata syariah.

B. Hasil Pembahasan

1. Strategi pemasaran yang dilakukan Wisata dante Pine dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan tentang masalah biaya pemasaran, bauran pemsaran, alokasi pemasaran dengan keadaan lingkungan yang

diharapkan dan kondisi persaingan. Menurut Kotler dan Armstrong strategi pemasaran adalah Proses dimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk menangkap nilai dari mereka. Produk akan mudah dijual jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk yang memberikan nilai superior kepada pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk tersebut secara efektif.

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan salah satu faktor terpenting dalam marketing mix yang memiliki peranan utama dalam menentukan kegiatan suatu usaha. Karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Produk merupakan hal yang fundamental dalam mekanisme marketing mix, apabila produk yang ditawarkan tidak memuaskan kebutuhan konsumen, maka berapa pun besar promo, potongan harga bahkan lokasi tidak akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Dalam kegiatan ini terkait dengan kegiatan pada strategi pemasaran yang dilakukan Wisata dante pine ialah dengan menggunakan kualitas yang maksimal. Maksud dari kata maksimal disini adalah dari segi fasilitas, kenyamanan dan pelayanan untuk pengunjung. Karena Wisata Dante Pine tidak ingin memberikan kesan yang kurang baik kepada pengunjung. Dengan memberikan fasilitas yang sangat memuaskan seperti tempat swafoto, *kids play* dan tempat camp bagi pengunjung yang ingin menginap. Dilengkapi juga dengan fasilitas pendukung seperti *cafe*, kamar mandi, toilet, tempat ibadah, dan tempat parkir.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan cara observasi dan wawancara menggunakan teori yang dikemukakan oleh Suharno. Mengatakan bahwa harga sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan, sudah sesuai karena pihak Wisata Dante Pine memberikan fasilitas terbaik yang dapat dinikmati setiap kalangan sehingga dapat memuaskan semua pengunjung Wisata Dante Pine. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.¹²⁹ Suharno mengatakan bahwa produk dapat diartikan sebagai semua hal yang ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Terkait dengan penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tety Eka Oktaviyani dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran terhadap pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di kabupaten Magetan*”.¹³⁰ Hasil penelitian ini menyatakan bahwa telah menyediakan berbagai produk untuk menarik wisatawan yaitu, dengan menyediakan taman bermain untuk anak-anak, *speed boat* dan kuda untuk menikmati Telaga Sarangan dengan mengelilinginya, selain itu menyediakan hiburan untuk wisatawan seperti angklung dan konser yang dilaksanakan setiap 2 minggu sekali, produk yang ditawarkan Talaga Sarangan menjual berbagai produk jasa untuk menarik untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Sedangkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti menyatakan bahwa Wisata Dante Pine menyediakan berbagai macam tempat swafoto, cafe, kids play atau tempat

¹²⁹ Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015)

¹³⁰ Tety Eka Oktaviyani, “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan”. (IAIN Ponorogo, 2020).

bermain anak, selain itu menyediakan hiburan untuk wisatawan seperti alunan musik akustik setiap sabtu sore yang dimainkan oleh musisi lokal.

b. *Price* (Harga)

Harga dalam pemasaran memiliki dampak langsung pada keberhasilan produk atau layanan. Hal ini dikarenakan harga mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung ke wisata dante pine, selain itu harga juga mempengaruhi persepsi pengunjung terhadap fasilitas yang disediakan atau ditawarkan wisata dante pine. harga yang ditawarkan wisata dante pine sangat murah murah cukup 10.000 perorang unruk semua pengunjung dan 25.000 untuk camp. Dengan begitu pengunjung bisa menikmati seluruh fasilitas yang ada di wisata dante pine.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, menggunakan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong. Mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dengan kata lain, harga yang ditetapkan merupakan kesesuaian nilai tukar dengan produk atau jasa yang ditawarkan dan dapat dijangkau oleh konsumen agar dapat merasakan manfaat dari penggunaan produk atau jasa tersebut.¹³¹ Menurut peneliti Sejalan dengan teori karna harga yang ditetapkan oleh pengelola wisata dante pine sudah sesuai dengan fasilitas yang disediakan di wisata dante pine, Dan sudah Sebagaimana strategi hanya dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan yaitu strategi berdasarkan biaya, berdasarkan permintaan, berdasarkan persaingan dan berdasarkan kebutuhan konsumen. Strategi harga berdasarkan biaya adalah pendekatan harga yang melihat aspek biaya sebagai penentu harga. Strategi

¹³¹ Philip Kotler & amstrong, *Principles of Marketing, thirteen edition*, (New Jersey: Prentice Hall, Inc, 2010), 314.

berdasarkan permintaan adalah harga pada estimasi volume penjualan yang terjual berdasarkan pada pasar tertentu dan harga tertentu. Sedangkan strategi berdasarkan persaingan akan menjadikan pesaing sebagai titik tolak penetapan harga dan strategi harga berdasarkan kebutuhan konsumen, dimana pemasar menentukan harga yang memberikan nilai maksimal kepada pelanggan. Teknik ini beranggapan bahwa pelangganlah yang menentukan dan sebagai titik tolak penetapan harga.

Terkait dengan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tety Eka Oktaviyani Dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran terhadap pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di kabupaten Magetan*”.¹³² Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga tiket masuk ke Wisata Telaga Sarangan seperti harga jasa speed boat, kuda dan harga bahan makanan seperti sayur-sayuran, buahbuahan, aneka makanan ringan, dan harga barangan seperti kaos aneka baju, dan sandal sepatu, semuanya sudah di tentukan dengan harga di sama ratakan antara penjual yang satu dengan penjual yang lainnya, tidak boleh ada yang harg yang lebih tinggi dari harga normal yang sudah di sepakati. Sedangkan hasil temuan yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa harga tiket masuk ditawarkan sangat murah Rp 10.000, dan camp 25.000, untuk menikmati pemandangan dan swafoto yang ada di wisata dante pine. Wisata dante pine juga menyediakan cafe yang menyediakan berbagai makanan dan minuman sehingga pengunjung tidak repot membawa makanan dan minuman.

c. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan unsur yang paling penting diperhatikan oleh pengelola destinasi wisata. Tempat atau lokasi wisata dante pine sangat strategos sehingga

¹³² Tety Eka Oktaviyani, “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan”. (IAIN Ponorogo, 2020).

mudah dijangkau oleh pengunjung karena berada di pinggir jalan Sulawesi. Pengunjung yang berasal dari luar kota tidak akan bingung saat mencari wisata dante pine karena sudah ada di *google maps*.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dengan menggunakan teori Fandy Tjiptono. Mengatakan bahwa tempat adalah suatu tindakan untuk memilih dan mengelola saluran pemasaran produk maupun jasa dengan menggunakan kumpulan perusahaan atau individu yang membantu pendistribusian produk atau jasa dalam melayani pasar sasaran sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.¹³³

Terkait dengan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dian Hardianti Aulia Dengan judul “*Strategi pemasaran taman wisata puncak bila kabupaten sidrap dalam meningkatkan minat wisatawan (Analisis Manajemen Syariah)*”.¹³⁴ Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tempat puncak bila sangat strategis karena dekat dengan jalan poros sehingga mudah dijangkau, destinasi wisata puncak bila menawarkan keindahan alam dengan nuansa asri dan sejuk sehingga pengunjung merasa nyaman dan aman. Dengan lokasi yang startegis dapat memudahkan wisata untuk mengunjungi kedua tempat wisata ini, kedua tempat wisata ini menyuguhkan keindahan alam yang membuat pengunjung akan merasa nyaman Ketika berada di tempat wisata ini. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa lokasi Wisata Dante Pine sangat strategis karena berada di pinggir jalan trans sulawesi dan bisa di akses melalui google maps. Dan jalan menuju ke tempat lokasi wisata atau tempat swafoto perlu diperbaiki akan

¹³³ Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. (Yogyakarta: Andi. 2011).

¹³⁴ Dian Hardianti Aulia, ‘Strategi Pemasaran Taman Wisata Puncak Bila Kabupaten Sidrap Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan’ (IAIN Parepare, 2020).

tetapi hal tersebut memerlukan waktu karena keterbatasan dana. Pihak pengelola berusaha sebaik mungkin untuk segera mengatasi masalah tersebut. Area parkir di wisata dante pine masih kurang aman karena belum adanya penjagaan akan tetapi area parkir berdekatan dengan tempat karcis jadi pengunjung tidak perlu khawatir mengenai masalah keamanan parkir di wisata dante pine.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran.¹³⁵ sama halnya dengan Daya tarik suatu wisata, untuk meningkatkan jumlah kunjungan suatu wisata pengelola harus mampu berusaha untuk menyebarkan dan mempromosikan suatu informasi, agar dapat mempengaruhi/membujuk, suatu wisatawan agar tertarik untuk berkunjung ke suatu wisata khususnya wisata dante pine. Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada informan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola wisata dante pine untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan melalui media sosial instagram meskipun ada beberapa pengunjung yang masih belum puas dengan strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata akan tetapi pihak pengelola sedang merencanakan strategi promosi yang lebih seimbang, termasuk meningkatkan aktivitas promosi di tiktok dan facebook agar lebih banyak orang bisa melihat informasi tentang wisata dante pine. Dan akan mempertimbangkan untuk

¹³⁵ Soemanagara, *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. (Bandung: alfabeta, 2015), h.15.

mengintensifkan promosi di tiktok maupun facebook dan platform lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara menggunakan teori yang di kemukakan oleh kotler amstrong mengatakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran.

Terkait dengan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismi Ilma Aprilya dengan judul "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda*".¹³⁶ Hasil penelitian menyatakan bahwa Promosi yang dilakukan Taman Salma Shofa yaitu melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook dan TikTok. Pengelola juga memberikan potongan harga bagi rombongan wisatawan yang membawa peserta mencapai 50 orang dan setiap hari jumat pengelola memberikan penyewaan ban gratis untuk pengunjung. Dan saat ini Pengelola juga memberikan kebebasan untuk pengunjung membawa makanan dan minuman dari Luar Taman Salma Shofa. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata dante pine untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan melalui media sosial instagram meskipun ada beberapa pengunjung yang masih belum puas dengan strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata akan tetapi pihak peneglola sedang merencanakan strategi promosi yang lebih seimbang, termasuk meningkatkan aktivitas promosi di tiktok dan facebook agar lebih banyak orang bisa melihat informasi tentang wisata dante pine.

¹³⁶ Rismi Ilma Aprilya,"Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda, (Universitas Mulawarman 2022)

Dan akan mempertimbangkan untuk mengintensifkan promosi di tiktok maupun facebook dan platform lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Kemudian kajian pariwisata Syariah strategi pemasaran pariwisata syariah yang berfokus pada keindahan destinasi, seperti konsep Dante Pine, melibatkan penggabungan estetika dengan prinsip syariah. dengan menonjolkan aspek halal dari semua layanan wisata, seperti cafe yang menyediakan makanan halal serta fasilitas ibadah. Keunikan estetis destinasi juga dipromosikan secara kuat melalui foto dan video yang menampilkan keindahan alam dan arsitektur, sambil menekankan bahwa destinasi tersebut menyediakan semua kebutuhan wisatawan Muslim.

Pemasaran menggunakan media sosial dan konten digital sangat penting di sini, dengan gambar-gambar memikat yang menggambarkan pemandangan dan budaya lokal yang menarik, serta menceritakan pengalaman wisata halal. Penggunaan influencer Muslim juga sangat efektif. membantu mempromosikan destinasi dengan menyajikan pengalaman pribadi yang menggabungkan estetika tempat dengan kenyamanan layanan halal. Kemudian komunikasi pemasaran dilakukan dengan bahasa dan simbol yang akrab bagi komunitas Muslim, untuk memudahkan mereka memahami fasilitas halal yang ditawarkan.

Adapun Al-Qur'an dan Hadis terkait kegiatan pemasaran syariah seorang pelaku usaha hendaknya mengikuti kaedah-kaedah yang sudah digariskan oleh syariat, baik yang berkaitan dengan produk, penentuan harga, maupun promosi yang dilakukan. Berkaitan dengan produk, Islam memiliki kriteria yang mesti diikuti yaitu produk yang dipasarkan harus halal dan baik. Kriteria ini telah ditetapkan Allah Swt dalam firman-Nya Al- Qur'an menyebut dalam Q.S An-Nahl/16:114:

تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنْتُمْ إِنْ اللَّهُ نِعْمَتَ وَاشْكُرُوا طَيِّبًا حَلَالًا اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا فَكُلُوا

Terjemahnya:

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”.¹³⁷

Ayat di atas memberi penegasan kepada orang-orang beriman agar hanya mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Kriteria halal ini yang menentukan adalah syariat bukan logika. Pengertian halal sendiri adalah lawan dari haram. Dengan demikian, suatu produk dikatakan halal apabila dari sisi bentuk atau zatnya tidak mengandung unsur haram, seperti khamr, terbuat dari daging babi atau anjing, maupun benda najis. Sementara kriteria baik ditentukan oleh medis dengan memperhatikan kandungan makanan atau minuman disesuaikan dengan kondisi kesehatan orang yang mengkonsumsinya. Dari hal di atas maka dapat dipahami bahwa dalam pandangan Islam produk yang bernilai haram tidak memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang karenanya tidak dianggap sebagai barang ekonomi. Dalam kaitannya dengan pemasaran syariah maka dilarang memproduksi produk-produk semacam itu, membuka tempat usahanya, maupun memasarkannya ke masyarakat.

Adapun hadisnya yaitu Hadis dari Sahih Al-Bukhari No. 2079 Dari Hakim bin Hizam ra., Rasulullah saw bersabda:

، بَيْعُهُمَا فِي لَهْمَا بُورِكَ وَبَيْنَا صَدَقًا فَإِنْ – يَتَّفَرَّقَا حَتَّى قَالَ أَوْ – يَتَّفَرَّقَا لَمْ مَا بِالْخِيَارِ الْبَيْعَانِ
بَيْعُهُمَا بَرَكَةٌ مُحَقَّقَةٌ وَكَذَبًا كَتَمًا وَإِنْ

Terjemahnya:

"Penjual dan pembeli memiliki hak khiyar (memilih) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan keadaan barangnya, maka jual beli mereka diberkahi. Dan jika keduanya berbohong dan menyembunyikan keadaan barangnya, maka jual beli mereka tidak diberkahi".¹³⁸

Hadis ini menegaskan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam jual beli. Dalam pemasaran, ini berarti informasi yang disampaikan tentang produk atau layanan harus akurat, dan tidak ada upaya untuk menipu atau menyembunyikan

¹³⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya QS.3: 137*, (Surabaya: Karya Agung Surabaya. 2016).

¹³⁸ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail, *Ensiklopedia hadits; shahih al-Bukhari I, Terj. Masyhar dan Muhammad Suhadi*, Jakarta: Almahira, Cet. 1, 2011.

kelemahan produk. Dengan demikian, hubungan dengan pelanggan dibangun berdasarkan kepercayaan dan integritas, yang akan membawa keberkahan dalam bisnis.

Implikasi/ Dampak Strategi pemasaran yang efektif untuk Dante Pine dapat memiliki berbagai dampak dan implikasi yang signifikan. Salah satu dampak positifnya adalah peningkatan jumlah pengunjung, yang secara langsung berkontribusi pada pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Selain itu, pemasaran yang baik dapat memperkuat citra merek Dante Pine, menjadikannya tujuan yang diminati oleh banyak orang. Strategi ini juga dapat mendorong pengembangan produk wisata baru sesuai dengan tren pasar, serta meningkatkan keterlibatan melalui penggunaan teknologi dan media sosial.

Namun, ada juga dampak negatif yang perlu dipertimbangkan. Lonjakan pengunjung yang tidak terkelola dengan baik bisa menyebabkan kepadatan dan menurunkan kualitas pengalaman wisatawan. Selain itu, jika tidak dikelola dengan baik, strategi pemasaran bisa merusak citra merek jika ekspektasi pengunjung tidak terpenuhi. Penggunaan teknologi dan media sosial juga dapat menimbulkan tantangan seperti keamanan data dan privasi. Secara keseluruhan, strategi pemasaran Dante Pine haruslah seimbang dan terencana dengan baik untuk memaksimalkan manfaatnya sambil meminimalkan resiko dan dampak negatifnya, baik bagi bisnis itu sendiri maupun untuk lingkungan dan masyarakat sekitarnya.

2.Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam peningkatan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara Pada suatu kegiatan pemasaran, terdapat dua faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Faktor pendukung adalah elemen atau kondisi yang membantu atau mendukung tercapainya suatu tujuan, kegiatan, atau hasil tertentu. Faktor ini dapat berupa berbagai hal, seperti sumber daya manusia, teknologi, kebijakan,

lingkungan, dan sebagainya, yang secara positif mempengaruhi proses atau hasil yang diinginkan. Dalam berbagai konteks, faktor pendukung sering kali menjadi kunci dalam mencapai kesuksesan atau efisiensi dalam suatu usaha atau kegiatan.

Sumber daya merupakan sesuatu, baik berupa benda nyata maupun bukan benda nyata, yang terdapat pada satu wilayah dan yang dapat dimanfaatkan manusia untuk kelangsungan hidupnya. sesuatu, baik berupa benda nyata maupun bukan benda nyata, yang terdapat pada satu wilayah dan yang dapat dimanfaatkan manusia untuk kelangsungan hidupnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa sebagai pengelola akan tetap menjaga kelestarian lingkungan dan keaslian alam. mengelolanya dengan cermat untuk memastikan pengunjung dapat menikmati keindahan alam tanpa mengganggu ekosistemnya.

Kondisi lingkungan adalah keadaan segala hal di sekitar kita, termasuk udara, air, tanah, dan keanekaragaman hayati. Ini mencakup keseimbangan alam yang mendukung kehidupan tanpa merusaknya, terpengaruh oleh aktivitas manusia seperti polusi dan perubahan iklim. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa Kondisi lingkungan di Dante Pine saat ini tetap terjaga dengan baik dengan memantau dan merawat hutan pinus untuk memastikan kelestariannya. Salah satu upaya yang dilakukan yaitu menyediakan tempat sampah untuk pengunjung agar tidak membuang sampah sembarangan

Keterampilan adalah kemampuan atau keahlian yang dimiliki seseorang untuk melakukan suatu tugas atau aktivitas dengan baik dan efektif. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa pihak pengelola berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik untuk pengunjung dalam hal ini tempat swafoto yang menarik dan instagramable.

Motivasi adalah dorongan internal yang mendorong seseorang untuk bertindak, mencapai tujuan, atau memenuhi kebutuhan. ini bisa berasal dari faktor internal seperti ambisi, keinginan untuk berkembang, atau nilai-nilai pribadi, maupun dari faktor eksternal seperti penghargaan, pujian, atau tekanan social. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa Motivasi utama dalam mengelola Dante Pine adalah untuk mempertahankan keindahan alam hutan pinus ini sambil menyediakan pengalaman wisata yang berkesan bagi setiap pengunjung. Visi untuk masa depan destinasi ini adalah menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kualitas layanan, dan memberdayakan komunitas lokal.

Teknologi adalah kumpulan pengetahuan, keterampilan, dan proses yang digunakan untuk menciptakan barang dan layanan yang memenuhi kebutuhan manusia. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa untuk teknologi di wisata dante pine memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan wisata dante pine ini, akan tetapi pihak pengelola berusaha memaksimalkan promosi pada media sosial lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola wisata dante pine, menyatakan bahwa faktor pendukung utama wisata dante pine dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan yaitu pemandangan alam, reposting dan sarana prasarana yang menjadi salah satu penunjang yang sangat penting agar dapat menjadi daya tarik wisata dante pine. Mengenai sumber daya pihak pengelola menjaga kelestarian lingkungan dan keaslian alam. Dan mengelola dengan cermat untuk memastikan pengunjung dapat menikmati keindahan alam tanpa mengganggu ekosistemnya. Kondisi lingkungan di Dante Pine saat ini tetap terjaga dengan baik dengan memantau dan merawat hutan pinus untuk memastikan kelestariannya. Dalam hal

keterampilan pihak pengelola berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik untuk pengunjung dalam hal ini tempat swafoto yang menarik dan instagramable. Motivasi utama dalam mengelola Dante Pine adalah untuk mempertahankan keindahan alam hutan pinus ini sambil menyediakan pengalaman wisata yang berkesan bagi setiap pengunjung. Visi untuk masa depan destinasi ini adalah menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kualitas layanan, dan memberdayakan komunitas lokal. Teknologi di wisata dante pine yaitu dengan memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan wisata dante pine ini, akan tetapi pihak pengelola berusaha memaksimalkan promosi pada media sosial lain

Terkait dengan penelitian ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismi Ilma Aprilya yang berjudul "*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda*".¹³⁹ Hasil penelitian ini menyatakan bahwa yang menjadi faktor pendukung untuk strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah kunjungan yaitu mudahnya melakukan akses digital. Sedangkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti menyatakan bahwa faktor pendukung wisata dante pine dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan yaitu pemandangan alam, reposting dan sarana prasarana yang menjadi salah satu penunjang yang sangat penting agar dapat menjadi daya tarik wisata dante pine.

Faktor penghambat adalah hal-hal atau kondisi-kondisi yang menghambat atau menghalangi tercapainya suatu tujuan atau hasil yang diinginkan. Faktor ini dapat berupa berbagai hal yang memperlambat atau bahkan menghentikan kemajuan atau efisiensi suatu proses atau kegiatan. Contoh faktor penghambat meliputi:

¹³⁹ Rismi Ilma Aprilya, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda, (Universitas Mulawarman 2022)

Kurangnya promosi adalah kondisi di mana usaha untuk memperkenalkan atau memasarkan produk dan layanan kepada konsumen tidak memadai, sehingga mengurangi kesadaran, minat, dan penjualan. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa Untuk mengatasi kurangnya promosi pihak pengelola semaksimal mungkin meningkatkan kehadiran di platform media sosial lain dan situs web, Dan mengandalkan rekomendasi dari pengunjung yang puas sebagai promosi alami bagi destinasi wisata dante pine.

Kurangnya infrastruktur adalah kondisi di mana fasilitas fisik dan sistem dasar yang mendukung aktivitas ekonomi dan sosial, seperti jalan, listrik, air, dan komunikasi, tidak memadai atau tidak tersedia, sehingga menghambat perkembangan dan efisiensi operasional. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa untuk mengatasi kurangnya infrastruktur di Dante Pine dengan berfokus pada perbaikan dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan seperti penambahan spot foto dan perbaikan jalan. Untuk penambahan spot foto dilakukan secara bertahap, tetapi untuk perbaikan jalan terkendala dengan keterbatasan dana, akan tetapi pihak pengelola berusaha memberikan yang terbaik untuk kenyamanan pengunjung.

Kurangnya ketersediaan informasi adalah kondisi di mana data atau pengetahuan yang dibutuhkan tidak mencukupi atau tidak tersedia, sehingga menghambat pengambilan keputusan atau pemahaman yang tepat. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa untuk ketersediaan informasi pihak pengelola telah menyediakan papan informasi seperti peringatan untuk naik di tempat swafoto yang lumayan ekstrem, akan tetapi masi perlu di benahi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola wisata dante pine, dapat disimpulkan bahwa bahwa faktor penghambat dalam pemasaran wisata dante pine yaitu akses/jaringan, cuaca dan kondisi pengunjung yang tidak meng tag akun wisata dante pine, terus inovasi yang harus dilakukan setiap saat. Untuk mengatasi kurangnya promosi pihak pengelola semaksimal mungkin meningkatkan kehadiran di platform media sosial lain dan situs web, Dan mengandalkan rekomendasi dari pengunjung yang puas sebagai promosi alami bagi destinasi wisata dante pine. Untuk mengatasi kurangnya infrastruktur di Dante Pine dengan berfokus pada perbaikan dan pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan seperti penambahan spot foto dan perbaikan jalan. Untuk penambahan spot foto dilakukan secara bertahap, tetapi untuk perbaikan jalan terkendala dengan keterbatasan dana, akan tetapi pihak pengelola berusaha memberikan yang terbaik untuk kenyamanan pengunjung. Untuk ketersediaan informasi pihak pengelola telah menyediakan papan informasi seperti peringatan untuk naik di tempat swafoto yang lumayan ekstrem, akan tetapi masi perlu di benahi.

Terkait dengan penelitian ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismi Ilma Aprilya yang berjudul “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda*”.¹⁴⁰ Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor penghambat pemasaran pada taman salma shofa belum berjalan dengan optimal, karena kurangnya kerjasama dengan pemerintah dalam membantu memasarkan aktivitas pariwisata di kota Samarinda agar lebih di ketahui masyarkat kota Samarinda maupun masyarakat luar Samarinda. Sedangkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti menyatakan bahwa yang menjadi

¹⁴⁰ Rismi Ilma Aprilya,"Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda, (Universitas Mulawarman 2022)

faktor penghambat wisata dante pine dalam melakukan strategi pemasaran yaitu akses/jaringan, kondisi cuaca jika sedang hujan dan pengunjung yang tidak meng tag akun wisata dante pine, yang bertujuan agar wisata dante pine bisa diketahui lebih luas.

Kajian Pariwisata Syariah faktor pendukung dan penghambat Pariwisata Syariah adalah jenis pariwisata yang menawarkan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Untuk destinasi seperti Dante Pine, memahami faktor pendukung dan penghambat adalah kunci untuk memaksimalkan potensi pasar ini. Faktor pendukung utama termasuk pertumbuhan pasar Muslim, yang merupakan hasil dari meningkatnya populasi dan daya beli di negara-negara dengan mayoritas Muslim. Wisatawan Muslim kini lebih sadar akan pentingnya mempertahankan gaya hidup Islami bahkan ketika bepergian, mencari destinasi yang menawarkan makanan halal, fasilitas ibadah, dan lingkungan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Dukungan dari pemerintah juga memainkan peran penting, baik melalui regulasi yang memudahkan pengembangan fasilitas halal maupun promosi aktif untuk menarik wisatawan Muslim. Teknologi modern dan digitalisasi juga menjadi alat yang signifikan dalam pemasaran, dengan aplikasi dan situs web yang memberikan informasi tentang layanan halal, serta media sosial yang digunakan untuk promosi melalui influencer Muslim. Namun, ada beberapa faktor penghambat dalam pemasaran pariwisata syariah. Kurangnya pemahaman tentang kebutuhan wisatawan Muslim di antara penyedia layanan wisata sering kali menjadi hambatan, diperburuk oleh stereotip negatif dan kurangnya informasi. Selain itu, infrastruktur yang memadai seperti restoran halal dan tempat ibadah sering kali masih terbatas di beberapa destinasi, yang dapat menyulitkan wisatawan Muslim.

Sertifikasi halal juga bisa menjadi tantangan, karena tidak adanya standar global yang seragam dan biaya serta proses yang bisa mahal. Persaingan dengan destinasi wisata non-syariah juga menjadi tantangan, karena alternatif ini sering kali lebih murah atau menawarkan fasilitas yang lebih menarik. Promosi yang kurang efektif dan kurangnya konten yang menarik untuk wisatawan Muslim juga dapat menghambat pertumbuhan pariwisata syariah.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan ini, strategi pemasaran yang efektif mencakup pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan syariah, seperti menawarkan paket wisata halal dan meningkatkan infrastruktur halal. Teknologi dan digitalisasi harus dimanfaatkan, dengan mengembangkan platform informasi yang menyediakan panduan tentang layanan halal dan menggunakan influencer Muslim untuk promosi. Kampanye promosi yang ditargetkan secara tepat dan kolaborasi dengan agen perjalanan serta komunitas Muslim juga penting. Meningkatkan kualitas layanan melalui pelatihan staf dan mengumpulkan umpan balik dari wisatawan untuk perbaikan layanan lebih lanjut adalah langkah-langkah yang dapat diambil untuk memperbaiki dan mempertahankan kualitas pariwisata syariah di destinasi seperti Dante Pine. Dengan memanfaatkan faktor-faktor pendukung dan mengatasi penghambat secara strategis, Dante Pine dapat berkembang menjadi destinasi pariwisata syariah yang diminati dan sukses.

Adapun Al-Qur'an dan Hadis terkait faktor pendukung pemasaran wisata:

Al-Qur'an: Surah Al-Hujurat (49:13):

اَكْرَمَكُمْ اِنَّ لَتَعَارَفُوا وَقَبَائِلَ شُعُوبًا وَجَعَلْنٰكُمْ وَاَنْتٰى ذَكَرٍ مِّنْ خَلَقْنٰكُمْ اِنَّا النَّاسُ يٰٓاَيُّهَا
 ١٣ خَيْرٌ عَلَيْمِ اللّٰهِ اِنَّ اَتْقٰكُمْ اللّٰهِ عِنْدَ

Terjemahnya:

"Wahai manusia! Sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami menjadikan kamu berbangsa-

bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti".¹⁴¹

Ayat ini mengandung pesan penting tentang keberagaman dan mengenal satu sama lain. Dalam konteks pemasaran wisata, ini mendukung konsep pariwisata sebagai sarana untuk memperkenalkan dan memahami berbagai budaya dan tradisi dari berbagai bangsa, yang dapat menarik wisatawan untuk mengenal keindahan dan kekayaan budaya di destinasi tertentu.

Adapun terkait faktor pendukung pemasaran wisata, Hadis dari Ibnu Abbas r.a., Rasulullah SAW bersabda:

وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ يُؤْمِنُ كَانٌ وَمَنْ لِيصْمُتْ، أَوْ خَيْرًا، فَلْيُقَلِّ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ يُؤْمِنُ كَانٌ مَنْ
ضَيْفَهُ فَلْيُكْرِمِ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ نُؤْمِ كَانٌ وَمَنْ جَارَهُ، فَلْيُكْرِمِ الْآخِرِ

Terjemahnya:

"Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan Hari Akhir, hendaklah dia memuliakan tamunya." (HR. Bukhari dan Muslim).¹⁴²

Hadis ini menekankan pentingnya memuliakan tamu, yang selaras dengan prinsip hospitality dalam industri pariwisata. Dalam pemasaran wisata, aspek pelayanan yang ramah dan penghormatan terhadap tamu (wisatawan) adalah faktor kunci yang dapat mendukung keberhasilan destinasi wisata dalam menarik dan mempertahankan pengunjung. hal ini menunjukkan bahwa pentingnya keberagaman budaya dan pelayanan yang baik, yang keduanya merupakan aspek esensial dalam pemasaran wisata.

Implikasi/ Dampak Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pemasaran wisata Dante Pine, seperti infrastruktur yang ramah syariah, fasilitas yang sesuai

¹⁴¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya QS.49: 13*, (Surabaya: Karya Agung Surabaya. 2016).

¹⁴² Hasjim abbas, *Kritik Matan Hadis*, Yogyakarta: Teras 2014.

dengan prinsip syariah, dan dukungan dari pemerintah serta komunitas lokal, adalah peningkatan daya tarik bagi wisatawan Muslim yang mencari pengalaman wisata yang sesuai dengan nilai-nilai mereka. Hal ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan meningkatkan pendapatan bagi Dante Pine. Selain itu, adanya regulasi yang mendukung juga memperkuat citra Dante Pine sebagai destinasi pariwisata syariah yang berkualitas dan amanah.

Namun, faktor penghambat seperti kurangnya pemahaman atau persepsi negatif terhadap pariwisata syariah, serta keterbatasan infrastruktur yang belum mendukung sepenuhnya kebutuhan wisatawan syariah, dapat menghambat pertumbuhan dan membatasi potensi pasar Dante Pine. Tantangan dalam komunikasi nilai-nilai syariah kepada pasar global juga bisa menjadi penghalang dalam menarik wisatawan dari luar daerah yang belum akrab dengan konsep pariwisata syariah. Dengan mempertimbangkan kedua faktor ini secara menyeluruh, Dante Pine dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mengoptimalkan peluang dan mengatasi hambatan yang ada, sehingga dapat berkembang sebagai destinasi pariwisata syariah yang kompetitif dan berkelanjutan.

3. Analisis Pariwisata Syariah dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan

Pariwisata syariah adalah konsep pariwisata yang mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam dalam segala aspek perjalanan dan kegiatan pariwisata. Hal ini mencakup pemenuhan aspek-aspek seperti makanan halal, pakaian syar'i, lingkungan yang sesuai syariah, serta nilai-nilai moral dan etika dalam pengelolaan dan perilaku para pelaku pariwisata.¹⁴³ Tujuan utamanya adalah memberikan pengalaman

¹⁴³ Francois dan Lionel becherel, *Pemasaran Pariwisata Internasional*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2018).

pariwisata yang sesuai dengan ajaran Islam bagi wisatawan Muslim, serta mendukung nilai-nilai keagamaan dalam setiap aspek perjalanannya. Analisis pariwisata Syariah dapat membawa manfaat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di dante pine. Dengan menerapkan prinsip-prinsip Syariah dapat menciptakan lingkungan yang ramah bagi wisatawan yang mengutamakan aspek keberagaman dan keselarasan dengan prinsip agama.

Adapun penyelenggaraan Pariwisata Syariah wajib: Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tadzir/israf, dan kemungkaran. Artinya kegiatan wisata tidak melibatkan syirik atau penyembahan selain Allah, tidak mengandung perbuatan dosa atau pelanggaran moral, tidak merusak atau membahayakan, menghindari pemborosan atau perilaku yang tidak bermanfaat, dan tidak melanggar hukum atau norma-norma agama. Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata dante pine mengatakan bahwa strategi yang diterapkan dalam memastikan bahwa aktivitas wisata di Dante Pine terhindar dari praktik-praktik kemusyrikan, tadzir/israf, dan kemungkaran adalah dengan menerapkan kebijakan ketat dengan mempromosikan penggunaan sumber daya secara bijak dan bertanggung jawab¹⁴⁴. Selain itu aktif mengedukasi pengunjung dan karyawan tentang pentingnya menghormati nilai-nilai lokal dan etika yang berlaku di tempat wisata tersebut. Dengan melakukan hal tersebut, dapat menciptakan lingkungan yang mendukung keberlanjutan serta pengalaman wisata yang bermakna bagi setiap pengunjung.

Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spritual. Artinya menghasilkan kebaikan dan manfaat yang bermanfaat secara fisik (seperti ekonomi, kesejahteraan, dan kenyamanan) serta meningkatkan kesejahteraan rohani (seperti nilai-nilai moral, ketenangan batin, dan kebajikan spiritual).

¹⁴⁴Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2019 Tentang Kepariwisata, Bsb 1

Sebagaimana hasil wawancara dengan pengelola wisata Dante Pine mengatakan bahwa untuk menciptakan kemaslahatan yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Dilakukan dengan berkolaborasi dengan komunitas sekitar dalam program-program pengembangan ekonomi lokal, seperti promosi produk lokal. Selain itu, dengan mempromosikan keindahan alam dan nilai-nilai budaya yang unik di Dante Pine. Dengan mengintegrasikan aspek-aspek ini, kami dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan di lingkungan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan pihak pengelola wisata Dante Pine yaitu Pak Hardiono dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan dalam memastikan bahwa aktivitas wisata di Dante Pine terhindar dari praktik-praktik kemusyrikan, tadzir/israf, dan kemungkaran adalah dengan menerapkan kebijakan ketat dengan mempromosikan penggunaan sumber daya secara bijak dan bertanggung jawab. Selain itu aktif mengedukasi pengunjung dan karyawan tentang pentingnya menghormati nilai-nilai lokal dan etika yang berlaku di tempat wisata tersebut. Dengan melakukan hal, dapat menciptakan lingkungan yang mendukung keberlanjutan serta pengalaman wisata yang bermakna bagi setiap pengunjung. Dan Untuk menciptakan kemaslahatan yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Dilakukan dengan berkolaborasi dengan komunitas sekitar dalam program-program pengembangan ekonomi lokal, seperti promosi produk lokal. Selain itu, dengan mempromosikan keindahan alam dan nilai-nilai budaya yang unik di Dante Pine. Dengan mengintegrasikan aspek-aspek tersebut, dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan di lingkungan. Di wisata Dante Pine sendiri telah menyediakan fasilitas ibadah dan tempat berwudhu, tetapi untuk menjadikan wisata yang berbasis syariah tidak bisa dilakukan karena wisata Dante Pine terbuka untuk umum atau siapa saja yang ingin berkunjung. Dalam konteks ini penting untuk melakukan studi pasar yang mendalam untuk memahami preferensi dan kebutuhan wisatawan yang berorientasi pada pariwisata Syariah mengidentifikasi segmen pasar yang potensial menyelaraskan infrastruktur dan layanan dengan prinsip Syariah,

namun wisata dante pine tidak bisa dijadikan sebagai tempat wisata yang berbasis Syariah karena tempat wisata ini terbuka secara umum jadi siapa saja bisa masuk di Wisata Dante Pine. Wisata Dante Pine bukan hanya dijadikan tempat wisata melainkan sebagai tempat meneliti dan konservasi.

Terkait dengan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurulhuda Aris yang berjudul “*Starategi Pemasaran UPTD Kebun Raya Jompie dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kebun Raya Jompie (Analisis Pariwisata Syariah)*”.¹⁴⁵ Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kebun raya jompie telah menyediakan fasilitas ibadah dan tempat berwudhu, tetapi untuk menjadikan tempat wisata yang berbasis Syariah tidak bisa dilakukan karena kebun raya jompie terbuka untuk umum. Sedangkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti menyatakan bahwa wisata dante pine telah menyediakan fasilitas ibadah dan tempat berwudhu, tetapi untuk menjadikan wisata yang berbasis syariah tidak bisa dilakukan karena wisata dante pine terbuka untuk umum atau siapa saja yang ingin berkunjung.

Kajian Pariwisata Syariah faktor pendukung dan penghambat Pariwisata syariah menawarkan potensi besar dalam menarik minat wisatawan yang mengutamakan pengalaman wisata sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Destinasi wisata dante pine dapat memanfaatkan karakteristik alamnya yang indah dan keberagaman budayanya untuk menarik lebih banyak wisatawan Muslim. Dengan pengembangan infrastruktur yang mendukung, seperti pembangunan hotel dan restoran dengan sertifikasi halal serta fasilitas ibadah yang memadai, Dante Pine dapat menjamin kenyamanan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah bagi wisatawan. Promosi yang terarah, baik melalui media tradisional maupun digital, juga merupakan langkah penting untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan Muslim terhadap Dante Pine.

¹⁴⁵ Rismi Ilma Aprilya, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda", (Universitas Mulawarman 2022).

Tantangan yang perlu diatasi termasuk meningkatkan pemahaman masyarakat lokal dan pelaku industri wisata tentang kebutuhan wisatawan Muslim, serta memastikan bahwa infrastruktur yang disediakan memenuhi standar halal yang diakui secara internasional. Dengan demikian, Dante Pine dapat menjadi salah satu destinasi unggulan dalam industri pariwisata syariah, menggabungkan pesona alam dengan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Al-Qur'an dan Hadis Dalam konteks analisis pariwisata syariah, terdapat beberapa prinsip dalam Al-Quran dan Hadis yang dapat memberikan panduan tentang bagaimana meningkatkan minat kunjungan wisatawan dengan memperhatikan nilai-nilai syariah. Berikut adalah beberapa contoh: Keadilan dan Keseimbangan dalam Pariwisata:

- Al-Quran Surah Al-Hadid (57:25) menyatakan:

الْحَدِيدَ وَأَنْزَلْنَا بِالْقِسْطِ النَّاسَ لِيَقُومَ وَالْمِيزَانَ الْكِتَابَ مَعَهُمْ وَأَنْزَلْنَا بِالْبَيِّنَاتِ رُسُلَنَا لِنُأْرِسَ لَقَدْ قَوِيَّ اللَّهُ إِنَّ بِالْغَيْبِ وَرُسُلَهُ يَنْصُرُهُ مَنْ اللَّهُ وَلِيَعْلَمَ لِلنَّاسِ وَمَنْفَعُ شَدِيدٌ بَأْسٌ فِيهِ
 ٢٥ ○ عَزِيزٌ

Terjemahnya:

"Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang jelas dan Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca agar manusia dapat menjaga keadilan".¹⁴⁶

Ayat ini menegaskan pentingnya keadilan dan keseimbangan dalam semua aspek kehidupan, termasuk pariwisata. Dalam konteks ini, pariwisata syariah menekankan pentingnya keadilan dalam pelayanan kepada wisatawan, termasuk dalam hal harga, kualitas layanan, dan perlakuan.

¹⁴⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya QS.57: 25*, (Surabaya: Karya Agung Surabaya. 2016).

Perilaku dan Etika Berinteraksi dengan Wisatawan: Dalam Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim, Rasulullah saw bersabda:

يَرْحَمُ لِمَنْ ” و سلم عليه الله صلى الله رسول قال قال الله، عبد بن جرير حدثنا صحيح حسن حديث هذا عيسى وأب قال . ” الله يرحمه لا الناس

Terjemahnya:

"Barangsiapa yang tidak menunjukkan belas kasihan kepada orang lain, maka tidak akan mendapat belas kasihan dari Allah".¹⁴⁷

Hadis ini mengajarkan pentingnya perilaku yang baik dan etika dalam berinteraksi dengan orang lain, termasuk wisatawan. Dalam pariwisata syariah, ini mengarah pada pentingnya perilaku yang ramah, jujur, dan penuh kasih sayang dalam melayani wisatawan.

Implikasi/ Dampak Analisis Pariwisata Syariah Analisis pariwisata syariah terhadap Dante Pine memiliki dampak yang signifikan dalam beberapa aspek. Pertama, dengan fokus pada nilai-nilai syariah, Dante Pine dapat menarik wisatawan Muslim global yang mencari pengalaman wisata sesuai dengan keyakinan mereka. Hal ini tidak hanya dapat meningkatkan jumlah pengunjung tetapi juga membuka peluang pendapatan baru bagi destinasi tersebut. Kedua, implementasi praktik pariwisata syariah dapat memperkuat citra Dante Pine sebagai destinasi yang ramah dan sesuai dengan prinsip syariah. Ini tidak hanya membangun reputasi yang kuat tetapi juga dapat menarik wisatawan dari pasar global yang menghargai komitmen terhadap nilai-nilai agama.

Namun, ada juga tantangan yang perlu diatasi, seperti persepsi negatif atau kurangnya pemahaman tentang konsep pariwisata syariah di beberapa pasar. Selain itu, keterbatasan infrastruktur yang mendukung juga dapat menjadi hambatan dalam

¹⁴⁷ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail, *Ensiklopedia hadits; shahih al-Bukhari I, Terj. Masyhar dan Muhammad Suhadi*, Jakarta: Almahira, Cet. 1, 2011.

mengembangkan Dante Pine sebagai destinasi pariwisata syariah yang kompetitif. Dengan mempertimbangkan dampak dan tantangan ini, Dante Pine dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mengoptimalkan potensi pariwisata syariah mereka dan memperluas daya tarik mereka di pasar global.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai “Strategi Pemasaran Wisata Dante Pine dalam Meningkatkan Minat kunjungan Wisatawan di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah), dapat disimpulkan bahwa:

1. Wisata Dante Pine menerapkan strategi pemasaran yaitu: Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Dalam Hal ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Wisata Dante Pine juga selalu memaksimalkan keempat elemen ini untuk meningkatkan minat wisatawan datang mengunjungi wisata Dante Pine. Produk yang diterapkan oleh Wisata Dante Pine sudah maksimal, dengan menyediakan berbagai macam tempat swafoto, cafe, mushollah, area parkir untuk pengunjung, dan kids play atau tempat bermain anak, selain itu menyediakan hiburan untuk wisatawan seperti alunan musik akustik setiap sabtu sore yang di mainkan oleh musisi lokal. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dari segi fasilitas dan kenyamanan, sehingga wisatawan merasa puas dan datang berkunjung kembali. Harga (*price*) penetapan harga karcis wisata dante pine yang ditetapkan oleh pengelola sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan di wisata dante pine, dengan harga tiket 10.000 dan camp 25.000 pengunjung sudah bisa menikmati seluruh fasilitas dan pemandangan alam yang menarik untuk berswafoto. Tempat dari lokasi wisata dante pine sangat strategis karena berada di jalur trans Sulawesi sehingga mudah dijangkau.

Promosi yang dilakukan oleh pengelola Wisata Dante Pine untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan melalui media sosial instagram meskipun ada beberapa pengunjung yang masih belum puas dengan strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata akan tetapi pihak

penegelola sedang merencanakan strategi promosi yang lebih seimbang, termasuk meningkatkan aktivitas promosi di tiktok dan facebook agar lebih banyak orang bisa melihat informasi tentang wisata dante pine. Dan akan mempertimbangkan untuk mengintensifkan promosi di tiktok maupun facebook dan *platform* lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.

2. Dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh wisata Dante Pine kecamatan anggeraja, kabupaten enrekang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang menjadi faktor pendukung yaitu pemandangan alam, reposting dan sarana prasarana yang menjadi salah satu penunjang yang sangat penting agar dapat menjadi daya tarik wisata dante pine, dan faktor yang menjadi penghambat yakni jaringan dan kondisi cuaca jika sedang hujan dan pengunjung yang tidak meng tag akun wisata Dante Pine, dimana meng tag akun wisata dante pine bertujuan agar wisata dante pine bisa diketahui lebih luas.
3. Wisata Dante Pine telah menyediakan fasilitas ibadah dan tempat berwudhu untuk pengunjung akan tetapi belum sepenuhnya bisa dijadikan sebagai wisata yang berbasis Syariah karena wisata Dante Pine terbuka untuk umum atau siapa saja yang ingin berkunjung dan masih kurangnya pemahaman secara mendalam mengenai standar dan persyaratan wisata syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di wisata dante pine, kabupaten enrekang. Maka ada beberapa saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak pengelola wisata dante pine sebaiknya tidak melakukan promosi pada media Instagram saja, memanfaatkan berbagai kanal seperti facebook, Tiktok, Situs web, dan email marketing sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih beragam, dan dapat melakukan kerja sama dengan/ menjalin mitra sejajar dengan para pengelola wisata alam terkait

dan mitra/ usaha wisata lainnya termasuk hal-hal yang berkaitan dengan promosi sehingga kegiatan promosi dapat berjalan dengan lancar.

2. Bagi Pemerintah diharapkan dapat melakukan Kerjasama dengan wisata dante pine untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Hal ini meliputi pengembanagan paket wisata menarik, kampanye pemasaran bersama, pelatihan untuk pelaku usaha lokal, peningkatan infrastruktur pariwisata, serta evaluasi rutin untuk memastikan keberhasilan strategi pemasaran.
3. Bagi Institusi diharapkan dapat melakukan kerja sama dengan pihak pengelola untuk memperdalam riset terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan.
4. Bagi peneliti Selajutnya disarankan dapat memperluas penelitian tentang strategi pemasaran wisata dengan meneliti lebih dalam aspek digital marketing, mengidentifikasi preferensi dengan pasar yang berbeda, dan mengevaluasi dampak kolaborasi dengan komunitas local terhadap minat kunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

Aliandrina, Dessy, *Pemasaran Internasional*. (Kubung: Insan Cendikia Mandiri Group, 2022).

Anggito, Albi, and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Ella Devi Lestari Sukabumi: CV Jejak, 2018.

Arifin, Anwar, '*Strategi Komunikasi*', Bandung: Armilo, 2013.

Aris, Nurulhuda '*Starategi Pemasaran UPTD Kebun Raya Jompie Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kebun Raya Jompie (Analisis Pariwisata Syariah)*' IAIN Parepare 2024.

Assauri, Sofyan, '*Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Strategi*', Jakarta: PT Raja

Bagus Rai Utama, Gusti, *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2014.

Bawazir, Tohir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013.

Dwi, Nastiti, *Asesment Minat dan bakat, Teori dan Aplikasinya*. 'Surabaya : Umsida Press, 2020.

Oktaviyani, Eka, '*Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan Di Kabupaten Magetan*' IAIN Ponorogo 2020.

Elmi AS Pelu, Ibnu, '*Pariwisata Syariah pengembangan wisata hala*, Yogyakarta: K-Media, 2020.

Emzir, *Analisis Data: Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Francois dan Lionel becherel, *Pemasaran Pariwisata Internasional*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2018.

Amstrong, Gary, '*Prinsip-Prinsip Pemasaran*'. Jakarta: PT Erlangga, 2012.

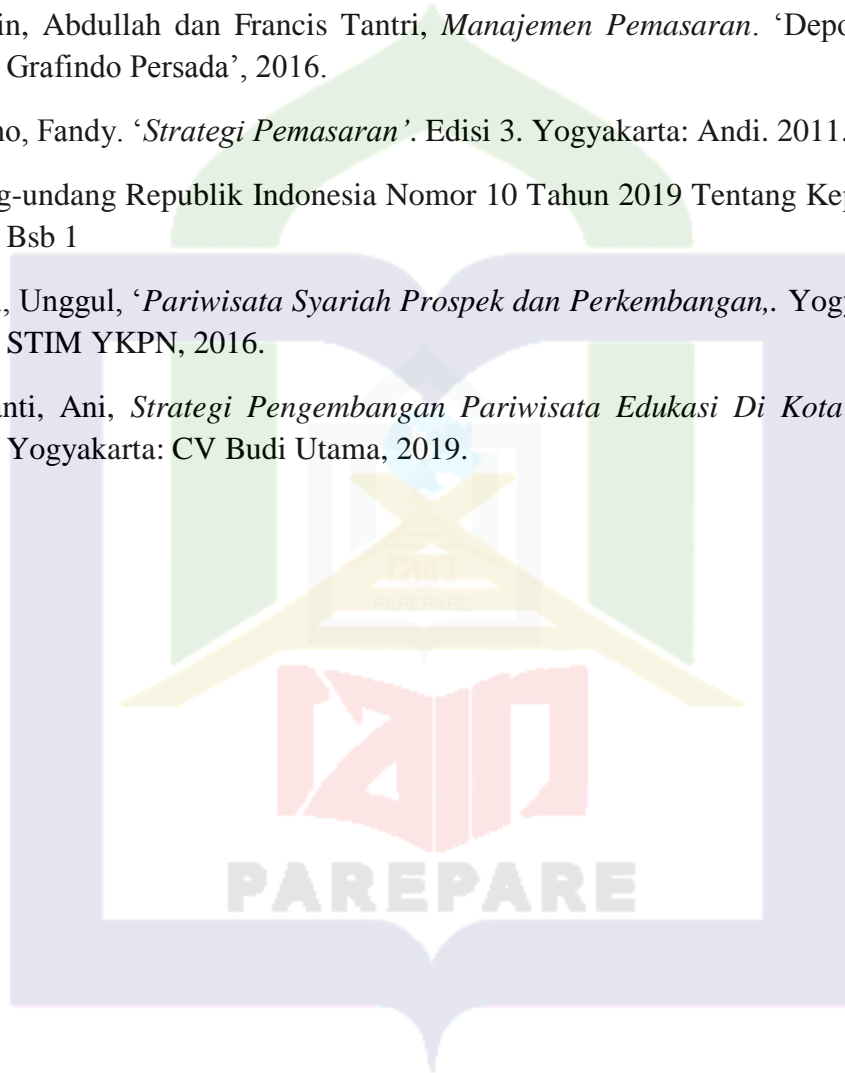
Hardianti Aulia, Dian, '*Strategi Pemasaran Taman Wisata Puncak Bila Kabupaten Sidrap Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan*' IAIN Parepare, 2020.

Ilma Aprilya, Rismi, '*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Taman Salma Shofa Di Samarinda*' Universitas Mulawarman 2022.

- Iman Suprasyogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, Bandung: Remaja Rosadakarya, 2011.
- Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2017.
- K.Marrus, Stephiane, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta : Rajawali Press, 2016.
- Kementrian Agama Ri, *Al-Qur'an dan Terjemahannya QS.3: 137*, 'Surabaya: Karya Agung Surabaya. 2016.
- Ketut Suwerna, I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasa Ilmu Pariwisata*, Denpasar: Pustaka Larasan, 2017.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Moleong, J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2014.
- Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan proposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Morissan, *Riset Kualitatif*, Jakarta Pusat-Indonesia: Kencana, 2017.
- Mubasit, *Manajemen Pemasaran*, 'Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung, 2012.
- Muliana, M., Said, Z., & Astuti, A. R. T. POTENSI WISATA SYARIAH PADA TAMAN WISATA PUNCAK BILA DI KABUPATEN SIDRAP. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 1(02), 2023.
- Nurhasanah, Siti 'Strategi Pembelajaran', Jakarta: Edu Pustaka, 2019.
- Paian Siagian, Sondang, 'Manajemen Strategi', Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Rangkuti, Freddy, 'Strategi Promosi Yang Kreatif', Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,
- Risman, Rusli, *Public Relations*, 'Jakarta: Rena Cipta Mandiri', 2022.
- Riyadi Bisri, Slamet 'Strategi keunggulan Kooperstif usaha menengah kecil dan menengah dalam pemasaran internasional', CV Diva Pustaka. 2022.

- Rochmawati, Laila, ' *Faktor Pendukung Motivasi Taruna pada Pembelajaran Aviation English Melalui E-Learning* ', Surabaya: Pustaka Rumah Cinta, 2020.
- Rosyidah, Masayu and Rafiqa Fijra, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.
- Rukajat, Ajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* , Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Sabariah, Etika, *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Samira Bafadhal, Aniesa, ' *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. 'Malang: Media Nusa Creative, 2020.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2007
- Setiawan, Marcelus Bima, and Zon Vanel. "Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang untuk Meningkatkan Wisatawan Candi Gedong Songo." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 6.2. 2023: 266-277
- Siyoto, Sandu and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (literasi media publishing, 2015.
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: PT Rineka Cipta,
- Soemanagara, *Strategic Marketing Comunication: Konsep Strategis dan Terapan*. 'Bandung: alfabeta, 2015.
- Sofyan, 'Prospek Bisnis Pariwisata Syariah, Jakarta: Republika, 2012.
- Subagyo, Joko, *Metode Penelitian dalam Teori Praktek*, Jakarta:Rineka Cipta. 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suharno, *Marketing in Practice*, 'Kalimantan Timur: KP.Books, 2017.
- Sujarweni, V. W. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss. 2014.
- Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. 'Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service' 2015.

- Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi. "Pengaruh Kepercayaan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada mobile banking di Era pandemik COVID-19 (Studi Bank BNI Cabang Makassar)." *YUME: Journal of Management* 4.1 2021.
- Syufa'at, Ahmad Zayyadi, *Islamic Tourism Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah*, Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2022.
- Thamrin, Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*. 'Depok : PT Raja Grafindo Persada', 2016.
- Tjiptono, Fandy. '*Strategi Pemasaran*'. Edisi 3. Yogyakarta: Andi. 2011.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2019 Tentang Kepariwisataaan, Bsb 1
- Priyadi, Unggul, '*Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*., Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.
- Wijayanti, Ani, *Strategi Pengembangan Pariwisata Edukasi Di Kota Yogyakarta*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email : mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1373/In.39/FEBl.04/PP.00.9/05/2024

03 Juni 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI ENREKANG

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di

KAB. ENREKANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NURHIKMAH
Tempat/Tgl. Lahir : SALOKARAJA, 10 November 2001
NIM : 2020203893202024
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Pariwisata Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : DESA PATONDON SALU, KECAMATAN MAIWA, KABUPATEN ENREKANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI ENREKANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN WISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI DANTE PINE KECAMATAN ANGGERAJA KABUPATEN ENREKANG (ANALISIS PARIWISATA SYARIAH)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 04 Juni 2024 sampai dengan tanggal 04 Juli 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

PAREPARE



PEMERINTAH KABUPATEN ENREKANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sudirman, Km 3 Pinang Telp./Fax (0420) 21079

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor: 73.16/956/DPMTSP/ENR/IP/VI/2024

Berdasarkan Peraturan Bupati Enrekang nomor 73 Tahun 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Enrekang Nomor 159 Tahun 2021 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Enrekang, maka dengan ini memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

NURHIKMAH

Nomor Induk Mahasiswa	: 2020203893202024
Program Studi	: PARIWISATA SYARIAH
Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Pekerjaan Peneliti	: MAHASISWA
Alamat Peneliti	: DUSUN SALOKARAJA
Lokasi Penelitian	: DANTE PINE KEC. ANGGERAJA KAB. ENREKANG
Anggota/Pengikut	: -

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka **MENYUSUN SKRIPSI** dengan Judul :

STRATEGI PEMASARAN WISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI DANTE PINE KEC. ANGGERAJA KAB. ENREKANG (ANALISIS PARIWISATA SYARIAH)

Lamanya Penelitian : 2024-04-22 s/d 2024-06-22

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
3. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Enrekang
22/04/2024 13:18:36
KEPALA DINAS,



Dr. Ir. CHAIDAR BULU, ST, MT
Pangkat: Pembina Tk.I
NIP. 19750528 200212 1 005

Tembusan Kepada Yth :

1. Bupati Enrekang sebagai laporan
2. Kepala Bakesbangwal Kab. Enrekang
3. Desa/Lurah/Camat tempat peneliti
4. Mahasiswa ybs.



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik (BSSN), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN DARI PENGELOLA WISATA
DANTE PINE**

SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI

Yang bersangkutan dibawah ini:

Nama : Hardiono
Jabatan : Pengelola Wisata Dante Pine
Alamat : Enrekang Duri

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nurhikmah
Nim : 2020203893202024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Pariwisata Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Parepare

Telah selsai melakukan penelitian di Wisata Dante Pine selama 2 (dua) bulan. Terhitung mulai 22 April 2024 sampai dengan 22 Juni 2024 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN WISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI DANTE PINE KEC. ANGGERAJA, KAB. ENREKANG (ANALISIS PARIWISATA SYARIAH)".

Dengan demikian surat keterangan ini di buat agar dapat dipergunakan sebagai mestinya.

Enrekang, 22 Juni 2024
Pengelola Wisata Dante Pine


HARDIONO

PAREPARE

Data Kunjungan

Bulan	Jumlah kunjungan
Januari	2.675
Februari	1.260
Maret	1.161
April	3.134
Mei	1.699
Juni	1.609
Juli	2.039
Agustus	1.016
September	733
Oktober	653
November	771
Desember	1.529



NAMA MAHASISWA : NURHIKMAH
 NIM : 2020203893202024
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PROGRAM STUDI : PARIWISATA SYARIAH
 JUDUL : STRATEGI PEMASARAN WISATA DALAM
 MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN
 WISATAWAN DI DANTE PINE KEC. ANGGERAJA
 KAB. ENREKANG (ANALISIS PARIWISATA
 SYARIAH)

PEDOMAN WAWANCARA

1. Strategi Pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh pengelola Wisata Dante Pine dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan?
2. Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan oleh wisata dante pine
3. Bagaimana strategi penentuan harga tiket Wisata Dante Pine dan apa yang dilakukan dalam bersaing dengan daya tarik wisata lain yang serupa?
4. Bagaimana sistem potongan harga di Wisata dante Pine?

5. Bagaimana pihak pengelola dalam melakukan pemasaran?
6. Sarana/alat seperti apa yang digunakan pihak pengelola dalam melakukan promosi wisata dante pine?
7. Media apa yang kemudian digunakan pihak pengelola dalam memasarkan wisata dante pine?
8. Sejauh mana keberhasilan strategi pemasaran dilakukan?
9. Apakah lokasi pemandangan dan lingkungan sekitar Wisata Dante Pine mendukung kenyamanan pengunjung?
10. Apakah tersedia angkutan umum untuk bisa mencapai Wisata dante Pine?
11. Bagaimana peran sumber daya alam dalam mempromosikan destinasi wisata dante pine?
12. Bagaimana kondisi lingkungan lokal mempengaruhi daya Tarik destinasi wisata di dante pine?
13. Bagaimana keterampilan lokal berperan terhadap pengembangan industri pariwisata di dante pine?
14. Bagaimana peran dukungan sosial dari masyarakat lokal sekitar wissta dante pine dalam mendukung pengembangan promosi wisata dante pine?
15. Apa yang menjadi motivasi utama bagi wisatawan untuk mengunjungi wisata dante pine?
16. Bagaimana teknologi digunakan dalam memantau dan mengelola jumlah pengunjung di wisata dante pine?
17. Apakah terdapat tantangan khusus dalam melakukan promosi untuk menarik wisatawan ke tempat ini?
18. Bagaimana perencanaan jangka Panjang untuk memperbaiki infrastruktur pariwisata di wisata dante pine agar dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya?
19. Bagaimana peran teknologi informasi, seperti situs web atau apliasi seluler dalam menyediakan informasi yang relevan dan berguna bagi wisatawan yang berencana mengunjungi wisata dante pine?

20. Bagaimana pengelola memastikan bahwa aktivitas wisata yang dilakukan di sini tidak mengandung unsur-unsur kemusyrikan atau praktik yang bertentangan dengan nilai keagamaan?
21. Bagaimana pengelola wisata berupaya menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan bagi pengunjung baik secara material maupun spritual melalui fasilitas dan program yang ditawarkan?

Parepare, 24 April 2024

Mengetahui

Pembimbing Utama



Dr. An Ras Try Astuti, M.E.
NIP. 199012232015032004

Pembimbing Pendamping



Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M
NIP. 19911030201903100

IAIN
PAREPARE

TRANSKRIP WAWANCARA

Pewawancara: Bagaimana kualitas produk yang ditawarkan oleh wisata dante pine ?

Narasumber: Di wisata dante pine juga telah menyediakan berbagai tempat swafoto, cafe, dan juga kids play atau taman bermain buat pengunjung yang membawa anaknya untuk berwisata di dante pine, selain itu setiap sabtu sore pengunjung bakal ditemani alunan musik akustik yang dimainkan oleh musisi lokal. Kami selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik untuk para pengunjung dari segi fasilitas dan kenyamanan.

Pewawancara: Bagaimana strategi penentuan harga tiket Wisata Dante Pine dan apa yang dilakukan dalam bersaing dengan daya tarik wisata lain yang serupa?

Narasumber: Biaya untuk masuk ke wisata dante pine perorang itu 10.000, dan camp 25.000 harga tersebut sudah sesuai dengan produk yang kami tawarkan, dengan harga tiket 10.000 pengunjung sudah bisa menikmati seluruh fasilitas dan pemandangan alam yang menarik untuk berswafoto. Apa bila ingin berlama-lama kita tidak permasalahan karena waktunya kami tidak batasi.

Pewawancara: Bagaimana pihak pengelola dalam melakukan pemasaran?

Narasumber: Kita disini strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu dengan melakukan promosi, promosi yang biasa kami lakukan disini tidak jauh berbeda dengan kegiatan promosi dasar yang dilakukan tempat wisata, yaitu melakukan promosi melalui media sosial seperti instgaram

Pewawancara: Apakah lokasi pemandangan dan lingkungan sekitar Wisata Dante Pine mendukung kenyamanan pengunjung?

Narasumber: Lokasi wisata dante pine ini sangat strategis karena berada di jalur trans sulawesi sehingga mudah dijangkau oleh para pengunjung baik yang

memiliki tujuan ke dante pine ataupun wisatawan yang ingin ke toraja dan sekedar singgah di wisata dante pine.

Pewawancara: Apakah tersedia angkutan umum untuk bisa mencapai Wisata dante Pine?

Narasumber: Wisata dante pine cukup terbilang strategis, bagi saya yang tempat tinggalnya terbilang tidak jauh dari objek wisata tersebut, akses infrastruktur jalan menuju lokasi destinasi wisata tersebut tidak sulit untuk dilalui karena masih bisa dijangkau dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat.

Pewawancara: Apa yang menjadi faktor pendukung dalam mempromosikan wisata dante pine?

Narasumber: Kalau mengenai faktor pendukungnya itu objek wisata dante pine, mungkin lebih ke pemandangan alam, reposting, sarana dan prasarana, jadi orang mengambil story terus di tag kita terus kita posting balik, jadi kita tidak terlalu buat konten paling pengambilan gambar sederhana saja, pengambilan gambar suasana, kemudian sarana dan prasarana yang menjadi salah satu penunjang yang sangat penting agar dapat menjadi daya tarik wisata dante pine.

Pewawancara: Apa yang menjadi faktor penghambat dalam mempromosikan wisata dante pine?

Narasumber : Mengenai faktor penghambat sendiri, kita kan kondisinya outdoor mungkin lebih ke akses/jaringan dan cuaca kalau lagi hujan terus kayak kondisi pengunjung yang tidak meng tag akun wisata dante pine, terus inovasi yang harus dilakukan setiap saat

Pewawancara: Bagaimana pengelola memastikan bahwa aktivitas wisata yang dilakukan di sini tidak mengandung unsur-unsur kemusyrikan atau praktik yang bertentangan dengan nilai keagamaan?

Narasumber: Kami sangat memperhatikan agar kegiatan di Dante Pine senantiasa terjaga dari kemungkinan kemusyrikan, tadzir/israf, dan kemungkaran. Kami menerapkan kebijakan ketat yang mempromosikan penggunaan sumber daya secara bijak dan bertanggung jawab. Selain itu, kami secara aktif mengedukasi pengunjung dan karyawan tentang pentingnya menghormati nilai-nilai lokal dan etika yang berlaku di tempat ini. Dengan melakukan hal ini, kami dapat menciptakan lingkungan yang mendukung keberlanjutan serta pengalaman wisata yang bermakna bagi setiap pengunjung

Pewawancara: Bagaimana pengelola wisata berupaya menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan bagi pengunjung baik secara material maupun spiritual melalui fasilitas dan program yang ditawarkan?

Nasasumber: Kami di Dante Pine berkomitmen untuk menciptakan kemaslahatan yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Kami berkolaborasi dengan komunitas sekitar dalam program-program pengembangan ekonomi lokal, seperti promosi produk lokal. Selain itu, kami juga mempromosikan keindahan alam dan nilai-nilai budaya yang unik di Dante Pine. Kami yakin bahwa dengan mengintegrasikan aspek-aspek ini, kami dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan di lingkungan kami.

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : **HARDIONO. ST**
Pekerjaan : **Wiraswasta**
Alamat : **Dante Pine, Enrekang .**

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul **"Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)"**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Hardiono. ST
(Owner Dante Pine)
Yang Bersangkutan

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : *ADRIAN MAHARAJA*
Pekerjaan : *Kontaktor Pertambangan*
Alamat : *PINRANG.*

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : *Selfi*
Pekerjaan : *Pegawai Swasta*
Alamat : *SidtaP*

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : *ARIANTO*
Pekerjaan : *wifaswasta*
Alamat : *Pintang*

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : *Mutadillah*
Pekerjaan : *Mahasiswa*
Alamat : *Pintang*

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : **JUSRIANI**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

Alamat : **Enrekang**

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul "**Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)**"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024


Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : **HASTUTI**
Pekerjaan : **KARYAWAN**
Alamat : **ENREKANG**

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : *Nur rahmadani*
Pekerjaan : *Pegawai swasta*
Alamat : *Enrekang*

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)**”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : SALDI
Pekerjaan : MAHASISWA
Alamat : SIDRAP

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Muh Agus Saputra
Pekerjaan : Kantor Pertanahan (BPN) Sidrap
Alamat : Jl Labu No. 13

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Putri Nurfadina Asmul
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Alamat : Jl labu No 18

Bahwa benar-benar telah di wawancarai oleh Nurhikmah untuk keperluan skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Wisata Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Dante Pine Kec. Anggeraja, Kab. Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Enrekang, 8 Juni 2024



Yang Bersangkutan

PAREPARE

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Pengelola wisata Dante Pine



Wawancara Dengan Pak Hardiono Selaku Pemilik Wisata Dante Pine, Pada Tanggal
08 Juni 2024

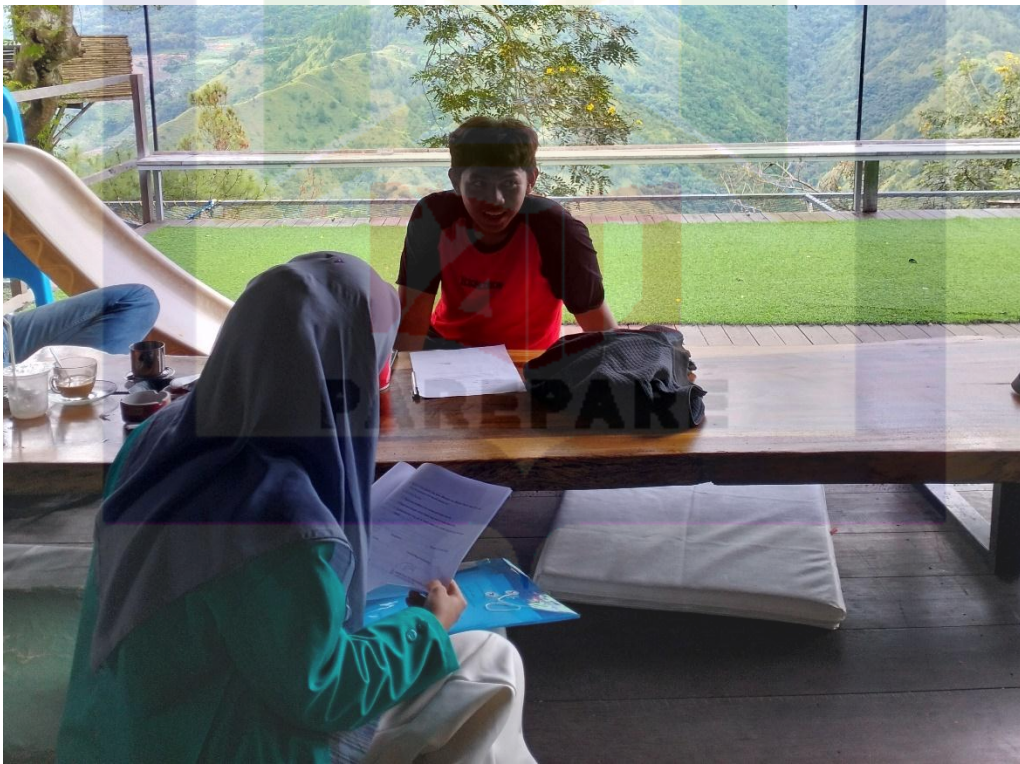
Wawancara dengan karyawan Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja, Kabupate Enrekang



Wawancara dengan pengunjung Wisata Dante Pine kecamatan Anggeraja, Kabupate Enrekang







Produk Wisata Dante Pine Kecamatan Anggeraja, Kabupaten Enrekang





Fasilitas Pelengkap



BIODATA PENULIS



Nurhikmah (2020203893202024) adalah nama penulis skripsi ini, **penulis** lahir di Salokaraja, Kecamatan Maiwa, Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Pada tanggal 10 November 2001, merupakan anak pertama (1) dari tiga (3) bersaudara dari pasangan Ayahanda Syahrudin dan Ibunda Hasnawiah. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama islam. Penulis. Penulis menempuh Pendidikan dimulai dari SDN 100 Salokaraja (Lulus tahun 2014). Melanjutkan ke Mts Negeri maiwa (Lulus tahun 2017), dan SMKN 4 Sidrap (Lulus tahun 2020). Hingga akhirnya penulis mampu menempuh masa kuliah di Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi danBisnis Islam, Institut Agama islam Negeri (IAIN) Parepare. Setelah ± 4 tahun menjalani perkuliahan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi dengan penelitian skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Wisata dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Dante Pine Kecamatan anggeraja, Kabupaten Enrekang (Analisis Pariwisata Syariah)”**. untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).