

## **Analisis Strategi Peningkatan Pengunjung Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil Ditengah Pandemi Covid-19**

**Syahril Rhamadani <sup>1)</sup>, Sri Roekminiati <sup>2)</sup>**

<sup>1) 2)</sup> Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya

Email : irmhairzz@gmail.com

### **ABSTRAK**

Perkembangan wisata religi di Indonesia semakin berkembang pesat. Hal tersebut dapat terjadi karena mayoritas masyarakat di Indonesia memeluk agama Islam. Salah satu wisata religi yang telah berkembang sejak lama dan tetap mempertahankan eksistensinya adalah wisata religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Selain itu, wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil ini juga jumlah pengunjungnya tetap mengalami peningkatan meskipun ditengah pandemi covid 19. Dengan adanya hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait strategi peningkatan yang telah diterapkan oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT matriks. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yang bersumber dari wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya strategi peningkatan kunjungan wisatawan belum diterapkan secara maksimal oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan karena memang tidak ada strategi khusus yang diciptakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Kekuatan yang dimiliki oleh wisata religi adalah Syaikhona Muhammad Kholil memiliki karomah, memiliki banyak santri sehingga banyak yang berziarah ke makam beliau. Kelemahan dari wisata ini adalah Sistem kerjanya yang belum maksimal, tidak ada kerjasama dengan pemerintah daerah dan tidak ada pencatatan administrasi secara detail. Peluang untuk wisata religi ini adalah Menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah dan mengembangkan produk air minum. Sedangkan ancaman wisata religi ini yakni terdapat banyak wisata lain yang ada di Bangkalan dan sekitarnya. Dalam hal ini hendaknya pihak pengelola melakukan penyusunan strategi secara sistematis dan menjalin kerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi atau keunggulan dari wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.

**Kata kunci : Strategi, Wisata Religi, Pandemi Covid-19**

### **ABSTRACT**

*The development of religious tourism in Indonesia is growing rapidly. This can happen because the majority of people in Indonesia embrace Islam. One of the religious tourism that has developed for a long time and still maintains its existence is the religious tour of the Tomb of Shaykhona Muhammad Kholil Bangkalan. In addition, religious tourism of the tomb of Sheikhona Muhammad Kholil is also the number of visitors continues to increase even in the midst of the covid 19 pandemic. With this, researchers are interested in conducting research related to the improvement strategies that have been implemented by religious tourism tomb of Sheikh Muhammad Kholil Bangkalan. This type of research is descriptive qualitative research using swot matrix analysis. The data source used is the primary data sourced from the interview. The results of this study show that the strategy of increasing tourist visits has not been implemented optimally by religious tourism tomb of SheikhOna Muhammad Kholil in Bangkalan because there is no special strategy created to increase tourist visits. The strength possessed by religious tourism is Sheikhona Muhammad Kholil has a karomah, has many santri so many make pilgrimages to his tomb. The disadvantage of this tour is that the working system*

has not been maximized, there is no cooperation with local governments and there is no detailed administrative record. The opportunity for religious tourism is to cooperate with local governments and develop drinking water products. While the threat of religious tourism is that there are many other tours in Bangkalan and surrounding areas. In this case, the management should conduct a systematic strategy and establish cooperation with the government to develop and maintain the existence or excellence of religious tourism of the tomb of Sheikh Muhammad Kholil Bangkalan.

**Keywords :** Strategy, Religious Tourism, Pandemic Covid-19

## A. LATAR BELAKANG

Beberapa tahun belakangan pariwisata menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling cepat di dunia. Pariwisata merupakan suatu aktivitas kompleks yang dipandang sebagai suatu sistem yang besar, mempunyai berbagai komponen seperti ekologi, politik, budaya, sosial, dan sebagainya (Ngurah, 2017). Sektor pariwisata merupakan sektor yang berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi di sebuah Negara. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan besarnya kontribusi pariwisata pada PDB yakni sebesar 4,3% (Ngurah, 2017).

Dari sudut ekonomi sedikit banyak ada delapan keuntungan apabila Negara mengembangkan pariwisata: Pertama, meningkatkan kesempatan berusaha. Kedua, meningkatkan kesempatan kerja. Ketiga, meningkatkan penerimaan pajak. Keempat, meningkatkan pendapatan nasional. Kelima, mempercepat proses pemerataan pendapatan. Keenam, meningkatkan nilai produk hasil kebudayaan. Ketujuh, memperluas produk pasar dalam negeri. Dan kedelapan, memberikan dampak *multiplier effect* dalam perekonomian akibat dari transaksi yang dilakukan oleh wisatawan ataupun para investor (Yoeti, 2008). Sistem pariwisata terbagi menjadi empat subsistem, yakni pasar pariwisata, informasi, promosi, petunjuk lingkungan tujuan wisata, transportasi beserta komunikasi (Yoeti, 2008). Destinasi wisata akan berhubungan dengan sistem

lingkungan, tujuan wisata terdiri dari interaksi timbal balik, fasilitas pelayanan wisata serta populasi yang didatangi (Yoeti, 2008).

Pariwisata menjadi salah satu pemain utama perdagangan internasional dan penerimaan devisa utama di banyak negara berkembang. Pariwisata mengalami perkembangan *trend*, salah satunya pariwisata halal. Konsep pariwisata halal merupakan segmen yang memberikan fasilitas kebutuhan dasar yang diperlukan oleh seorang wisatawan muslim sesuai dengan hukum islam, berkaitan dengan fasilitas ibadah, kehalalan, makanan, minuman, dan fasilitas pendukung lainnya yang sesuai dengan hukum syariah yang disediakan dalam destinasi wisata tujuan. Perkembangan wisata syariah saat ini cukup pesat dan memiliki peluang yang sangat menjanjikan. Hal ini sejalan dengan Negara Indonesia yang mempunyai banyak potensi wisata berupa pemandangan alam yang indah. Selain itu Indonesia merupakan negara dengan populasi penduduk muslim terbanyak di dunia. Berdasarkan *Global religious future* pada tahun 2020 penduduk muslim di Indonesia diperkirakan mencapai 229,63 juta jiwa. Berikut adalah data jumlah penduduk muslim didunia dari *The Pew Forum on Religion & Public Life*, pada tahun 2020 :

**Tabel 1. Jumlah Penduduk Muslim Terbesar di Dunia pada Tahun 2020**

Country	Muslim Population	Population 2020	Muslim % of Total Population	Muslim % of World Popul
Indonesia	229,000,000	273,523,615	87.20%	12.70%
Pakistan	200,400,000	220,892,340	96.50%	11.10%
India	195,000,000	1,380,004,385	14.20%	10.90%
Bangladesh	153,700,000	164,689,383	90.40%	9.20%
Nigeria	99,000,000	206,139,589	49.60%	5.30%
Egypt	87,500,000	102,334,404	92.35%	4.90%
Iran	82,500,000	83,992,949	99.40%	4.60%
Turkey	79,850,000	84,339,067	99.20%	4.60%
Algeria	41,240,913	43,851,044	99.00%	2.70%
Sudan	39,585,777	43,849,260	97.00%	1.90%

Sumber: gomuslim.co.id, 2020

Berdasarkan data di atas bahwa pemeluk agama Islam di Indonesia sebesar 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total penduduk. Jumlah itu adalah 13,1 persen dari seluruh umat muslim di dunia. Negara berpenduduk muslim kedua terbesar adalah India. Penganut Islam dengan populasi terbesar ke-dua di dunia mencapai 176,4 juta jiwa atau 14,4 persen dari total populasi. Jumlah tersebut merupakan 11 persen dari total penganut agama Islam di dunia. Di nomer 3 ada Pakistan dengan 167,4 juta jiwa, lalu Bangladesh dengan 133,5 juta jiwa, Nigeria dengan 77,3 juta jiwa, Mesir dengan 77 juta jiwa, Iran dengan 73,6 juta jiwa, Turki dengan 71,3 juta jiwa, Algeria dengan 34,7 juta jiwa dan Maroko dengan 31,9 juta jiwa (Ahmad, 2021).

Selain itu penduduk Indonesia mayoritas beragama muslim, maka dari itu Indonesia memiliki peluang besar dalam mengembangkan wisata syariah. Berikut adalah data populasi penduduk muslim di Indonesia dari Badan Pusat Statistik Indonesia pada periode Maret 2021.



Sumber: Sensus Penduduk 2021 BPS Indonesia

**Gambar 1. Jumlah Penduduk Muslim di Indonesia Periode Juni 2021**

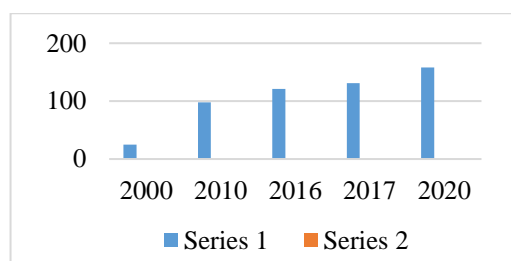
Dari gambar di atas berdasarkan sensus penduduk Indonesia tahun 2021, jumlah penduduk muslim Indonesia sebanyak 236.530.000 jiwa dan di perkiraan penduduk Indonesia antara tahun 2021 hingga 2050 sebanyak 297.270.000 jiwa Dengan demikian Indonesia berpeluang untuk menjadi Negara yang lebih berkembang dengan nilai asset Ekonomi Syariah yang besar jika bisa memaksimalkan angka pemeluk agama islam tersebut. Dan juga bisa memaksimalkan tujuh sektor produk Ekonomi Islam yang salah satunya adalah Wisata Syariah.

Pariwisata adalah sektor untuk menumbuhkan perekonomian dunia yang sangat menjanjikan, karena dengan sektor pariwisata akan meningkatkan pendapatan dari suatu negara (Subarkah, 2018). Dengan itu sektor pariwisata sekarang banyak yang dikembangkan oleh pemerintah di berbagai negara khususnya di Indonesia. Sedangkan halal sendiri adalah segala objek atau kegiatan yang diperbolehkan atau sesuai dengan syariat Islam (ayu, 2019).

Dalam pariwisata syariah diperlukan beberapa aspek utama yakni, ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah yang memadai, pelayanan buka puasa selama Ramadhan, serta adanya pembatasan aktivitas-aktivitas yang tidak sesuai Syariah (mahtum, 2020). Untuk

menyambut potensi pariwisata tersebut, Indonesia memposisikan pariwisata sebagai sector utama dalam pembangunan nasional selain pertanian atau perkebunan, minyak dan gas, serta pertambangan, seperti membuat perencanaan pembangunan pariwisata tahun 2015-2019 (Subarkah, 2018).

Pada tahun 2020 dari Januari hingga Agustus jumlah pengunjung wisatawan mancanegara mencapai 3,41 juta orang (statistik, 2020). Dan Sesuai dengan arah kebijakan dari Kemenparekraf atau Baparekraf bahwa tempat wisata yang ada di Indonesia harus memiliki produk ekonomi kreatif atau nilai tambah bagi wisata itu sendiri agar bisa berdaya saing, serta kesiapan destinasi pariwisata berdasarkan prioritas secara komperhensif, terintergritas, dan berkelanjutan sehingga dalam tahun 2021 Indonesia lebih siap lagi dalam menyambut wisatawan mancanegara (kreatif, 2020 ).



Sumber: *Global Muslim Travel Index (GMTI), 2019*

### Gambar 2. Jumlah Turis Muslim dari Tahun ke Tahun (Juta Orang)

Saat ini, salah satu segmen dalam bisnis pariwisata dunia yang mengalami pertumbuhan paling pesat adalah wisata halal. Pertumbuhan ini meningkat dengan seiring meningkatnya jumlah wisatawan dari negara-negara muslim yang ingin menghabiskan liburan di luar negeri. Tingginya potensi pasar turisme halal terlihat dari jumlah wisatawan yang terus menerus meningkat. Data yang dihimpun

oleh Global Muslim Travel Index (GMTI) menunjukkan, bahwa jumlah wisatawan muslim diperkirakan mencapai 158 juta orang pada tahun 2020. Angka tersebut tumbuh 21 persen dibandingkan dengan jumlah wisatawan pada tahun 2017. Jumlah tersebut diperkirakan di luar ibadah haji dan umrah (Index, 2019).

Besarnya potensi wisata halal ini juga dilirik oleh negara-negara non-muslim seperti Singapura, Thailand, Inggris, dan Jepang. Negara-negara itu menyiapkan beberapa fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi wisatawan muslim, terutama kemudahan untuk memperoleh makanan halal dan ibadah salat lima waktu. Selain itu, fasilitas toilet/kamar mandi juga diperbaiki agar bisa menunjang kepuasan dari para wisatawan. Dan pada saat ini Negara Indonesia berhasil menduduki peringkat teratas Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 bersama Negara Malaysia dengan skor 78. Laporan tersebut mencakup 130 destinasi secara global di negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) ataupun non-OKI (data, 2020).

Dengan begitu pemerintah Indonesia harus lebih giat lagi dalam mensosialisasikan wisata Syariah agar tetap menduduki peringkat satu, khususnya pada wilayah Jawa Timur yang sudah mulai membuka wisata-wisata baru berdasarkan prinsip syariah. Wilayah di Indonesia yang telah mengembangkan pariwisata syariah diantaranya adalah : 1) Banda Aceh yakni Pulau Weh, 2) Kepulauan Riau yakni Airy Syariah, Masjid Agung An-Nur, Wisata Dakwah Okuro, dan Bandar Khayangan Lembah Sari, 3) Sumatera Barat yakni Makam Syekh Burhanudin Ulakan, Masjid Raya Sumatera barat, dan Miniatur Mekkah, 4) Lombok yakni Pantai Kuta Lombok dan 5) Banyuwangi yakni Pulau Santen (Kemenparekraf, 2019). Pengurus

Wilayah Nahdlatul Ulama (NU) Jawa Timur sangat mendukung pengembangan industri pariwisata di Provinsi Jawa Timur, terutama wisata religi yang ada di wilayah setempat (Antara, 2022). Wisata religi Jawa Timur selalu ramai dikunjungi banyak wisatawan sekalipun pada hari biasa dan akan melonjak drastis saat memasuki bulan Ramadhan. Selain dapat menambah wawasan, adanya wisata religi juga menjadi sarana beribadah umat muslim. Berikut ini merupakan daftar wisata religi yang ada di Jawa Timur, diantaranya adalah : Makam Sunan Drajat, Makam Sunan Giri, Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim, Makam Sunan Ampel, Makam Sunan Bonang, Makam Sunan Bejagung, Makam Mbah Hamid, Makam KH. Abdurrahman Wahid, Masjid Tiban Turen, Masjid Bumi Gua Ashabul Kahfi Al-Maroko, Kuil Kwan Sing Bio, Makam Syaikhona Kholil Bangkalan, dan lain-lain. Salah satu wilayah yang potensial dalam pengembangan wisata religi yang ada di Jawa Timur adalah pulau Madura. Madura adalah nama sebuah pulau yang berada di sebelah timur, Jawa Timur yang dipisahkan dari Jawa oleh selat Madura. Madura “mempunyai 4 (empat) kabupaten diantaranya, Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Wisata Syariah yang ada di Pulau Madura diantaranya adalah makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dan Ratu Ebu. Dari empat kabupaten tersebut masing-masing mempunyai beragam potensi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri, terutama di kabupaten Bangkalan.

Madura sangat kental dengan budaya dan keseniannya dan dengan pengaruh Islam yang sangat kuat. Kabupaten Bangkalan terdapat sebuah wisata religi yang bernama makam Syaikhona Muhammad Kholil yang terletak di Desa Mertajasah, Kabupaten

Bangkalan, Madura. Lokasi wisata religi ini terletak 2 km dari pusat kota dan tempatnya juga sangat strategis. Pada wisata religi tersebut terdapat sebuah masjid dan makam dari KH. Muh.Kholil. Beliau merupakan ulama besar dan sangat karismatik dari Madura. Lahir pada tahun 1820 dan wafat pada tahun 1925. Karena itu, masjid dan makam KH. Muh.Kholil tidak pernah sepi peziarah atau pengunjung. Setiap hari banyak sekali pengunjung/peziarah yang datang dari berbagai macam kota dan kabupaten yang ada di Indonesia. Masjid buka 24 jam setiap harinya, namun akan ditutup apabila ada acara tertentu (Brisik.id, 2019).

Selama masa pandemic covid 19 wisata religi ini masih tetap yang mana masih terdapat banyak pengunjung baik dari dalam kota maupun dari luar kota yang berziarah ke wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan Farida yang menyatakan bahwasanya pada Juli atau tiga bulan setelah pandemi covid-19 masuk Indonesia itu, terlihat bahwa makam ulama yang juga guru pendiri Nahdlatul Ulama (NU) KH Hasyim Asy'ari itu tetap ramai didatangi peziarah. Daya tahan wisata ini juga diperkuat hasil survei Kementerian Pariwisata bahwa 60 persen wisatawan menyenangi wisata berbasis budaya baik wisata sejarah atau [wisata religi](#) (Liptan6, 2021).

Jumlah pengunjung yang berziarah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan telah mencapai 3.850.201. Pada tahun 2019 mencapai 3.980.455, tahun 2020 mencapai 4.005.102, dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 4.195.657 (Maksum, 2021).

Siagian menyatakan bahwa strategi merupakan cara-cara yang bersifat fundamental yang akan dipergunakan oleh suatu lembaga (orang) untuk mencapai tujuan dan berbagai sasarannya. Tujuan suatu strategi yaitu untuk mempertahankan dan untuk mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak para pesaing. ada tiga komponen yang harus diperhatikan dalam menentukan strategi yaitu analisis, perumusan, dan pelaksanaan, yang dapat berlaku untuk organisasi baik perusahaan, organisasi kemasyarakatan, organisasi sosial, dan lain-lain (DR. Mgs. H. Nazarudin, 2018).

Pada sektor pariwisata strategi juga sangat penting untuk diterapkan. Hal ini dapat digunakan untuk membuat perencanaan yang lebih baik agar dapat terjadi peningkatan. Pada masa pandemi, terdapat pariwisata yang bisa mempertahankan bahkan meningkatkan eksistensi yang mana dapat dilihat dari tingkat kunjungannya yakni dengan konsep peningkatan strategi pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan oleh para pengelola dan pihak-pihak yang terlibat. Yang tentunya juga tidak lepas dari kerjasama masyarakat sekitar. Dalam mengembangkan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan, pihak pengelola memiliki sebuah strategi yang baik dan terstruktur sehingga sampai saat ini wisata religi ini masih ramai dikunjungi. Dengan bertahannya wisata religi ini maka pengunjung tetap bisa berziarah dan masyarakat setempat terutama para pelaku usaha bisa tetap mendapatkan penghasilan.

Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti ingin melakukan penelitian terhadap wisata religi ini dengan indikator yang berbeda. Yang mana sebelumnya terdapat peneliti yang meneliti tentang analisis kepuasan dan pengelolaan wisata

sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti berkaitan dengan strategi yang diterapkan oleh pengelola di masa pandemi. Dengan alasan peneliti ingin mengembangkan dan mendalami tentang strategi yang diterapkan oleh pihak pengelola guna mempertahankan bahkan meningkatkan kunjungan wisatawan di masa pandemi ini. karena tidak semua wisata tetap ramai pengunjung di masa pandemi ini bahkan ada yang menurun drastis.

## B. LANDASAN TEORITIS

### 1. Manajemen Strategis

Manajemen strategis adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Manajemen strategik merupakan kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi (Robinson, 1997). Manajemen strategis di definisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang merupakan hasil dari rumusan dan implementasi pada rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan serta bagaimana cara mengevaluasi dan melaksanakan tindakan tersebut demi tercapainya tujuan suatu organisasi yang mencakup perumusan, implementasi dan evaluasi rencana strategi (Najib, 2014).

### 2. Strategi

Kata “strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategos” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin) yang

berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk dapat memenangkan perang. Secara umum, strategi sebagai cara untuk mencapai tujuan. Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk tercapainya suatu tujuan (George Steiner, *Strategic Planning*, 1979, Free Press).

### 3. Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat diartikan sebagai :”Analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*)”. Analisis SWOT adalah salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Untuk menyusun suatu rencana harus mengevaluasi faktor internal maupun factor eksternal. Analisis factor internal haruslah menghasilkan kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, dan juga harus mengetahui kelemahan (*weakness*) yang terdapat pada organisasi tersebut. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treath*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.

IFAS	Strengths (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	Weakness (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
Opportunities (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	STRATEGI SO strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	STRATEGI ST strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Matrik SWOT Menurut Fahmi

### Gambar 3. Kerangka SWOT Matriks

Menurut Fahmi, untuk menganalisis secara lebih mendalam tentang SWOT, maka perlu dilihat dari faktor internal dan factor eksternal sebagai bagian terpenting dalam analisis SWOT, yakni faktor eksternal mempengaruhi terhadap terbentuknya *opportunities and threats* (O and T) dan Faktor internal ini sangat mempengaruhi terbentuknya *strength and weaknesses* (S dan W). Matriks SWOT dapat mempermudah untuk merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil harus di arahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan. Memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman. Sehingga dari matriks SWOT ini akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang biasa disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

### 4. Wisata Religi

Wisata religi merupakan wisata yang di dalamnya berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai Islam dimana kegiatannya didukung oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah atau

islami (Assauri, 2013). Terkait destinasi wisata menurut Fatwa DSN MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 bahwa destinasi wisata harus terhindar dari kemusyrikan dan khurafat: maksiat, zina, pornografi, minuman keras, narkoba serta pertunjukan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Syariah (MUI, 2010).

### C. METODE

Pendekatan yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Fokus penelitian pada penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan dalam mempertahankan serta meningkatkan kunjungan wisatawan di masa pandemic Covid-19.

Peneliti akan mengimplemetasikan teori analisis SWOT oleh Irham Fahmi dengan metode matrik SWOT. Peneliti menggunakan metode ini dalam penelitiannya guna menganalisis secara detail dan mendalam mengenai strategi yang diterapkan oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil yang ada di Bangkalan dengan melihat dari dua sisi yakni faktor internal dan faktor eksternal. Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini adalah *purposive* sampling yakni pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan/tujuan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek yang diteliti. Beberapa informan telah ditetapkan sebelumnya. Informan yang peneliti wawancarai ini kemudian disebut sebagai informan kunci. Informan yang ditentukan dengan cara ini adalah :

No.	Jabatan	Jumlah
1.	Pengurus	5
2.	Pengunjung	5

Dalam hal ini data yang ingin didapatkan oleh peneliti dalam wawancara adalah mengenai strategi yang diterapkan dalam pengelolaan wisata religi tersebut serta data pendukung penelitian lainnya jika dibutuhkan (kondisional). Data primer yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu data dari hasil wawancara kepada pengelola wisata religi Syaikhona Kholil Bangkalan. Peneliti melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak informan yakni Bapak Maksom sebagai salah satu pengelola tempat wisata religi tersebut dan juga kepada informan lainnya. Peneliti mengambil wawancara semi terstruktur dengan menyiapkan berbagai pertanyaan sebelumnya akan tetapi tidak menutup kemungkinan penulis bisa menggali informasi lebih mendalam. Data yang ingin didapatkan oleh peneliti dalam wawancara adalah mengenai strategi apa yang diterapkan pada pengelolaan wisata religi tersebut serta data pendukung penelitian lainnya jika dibutuhkan (kondisional). Teknik analisis data dalam penelitian ini akan menganalisis data dengan menggunakan analisis lingkungan makro yakni analisis terhadap lingkungan internal dan dengan menggunakan analisis matriks SWOT.

### D. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

#### 1. Gambaran Objek Penelitian

Syaikhona Muhammad Kholil adalah seorang kiai atau ulama dari Madura yang masih tetap dikenang dan dihormati oleh masyarakat sampai sekarang. Nama lengkap beliau adalah Muhammad Kholil bin Abdul Lathif atau biasa disebut Syaikhona Muhammad Kholil. Lahir pada hari



Ahad Pahing, 11 Jumadil Akhir 1235 H, bertepatan dengan tanggal 14 Maret 1820 M (Rachman, 2001).

Syaikhona Muhammad Kholil adalah putera dari KH. Abdul Latif yang juga masih keturunan dari sunan gunung jati(1448-1570) adalah salah seorang wali songo di pulau Madura. Nama dari kiai Kholil adalah Muhammad Kholil, karena beliau lahir di Bangkalan maka dikenal dengan sebutan Muhammad Kholil Bangkalan (Rachman, 2001).

Syaikhona Muhammad Kholil terkenal memiliki banyak murid bahkan dari kyai-kyai dari pulau Jawa dan juga pulau Madura pernah belajar dan menjadi santri dengan seperti KH. Hasyim Asy'ari pendiri pondok pesantren Tebuireng Jombang, KH. Bisri Syamsuri pendiri pondok pesantren Denanyar Jombang, KH. Toha pendiri pondok pesantren Bata-bata pamekasan, KH. Khozin pendiri pondok pesantren Baduran sidoarjo dan masih banyak lagi. Beliau juga terkenal memiliki karomah. Syaikhona Kholil wafat pada usia 105 tahun, pada 29 Ramadhan 1343 Hijriah atau sekitar tahun 1925 M karena sakit dan di makamkan di tempat Komplek Pasarean Syekh Muhammad Kholil (Markun, 2021).

Masjid Syaikhona Muhammad Kholil ini dibangun setelah Syaikhona Muhammad Kholil wafat pada tahun 1925 dan Makam Syaikhona Muhammad kholil tepat berada di dalam masjid ini, tidak hanya makam Syaikhona yang terdapat didalam masjid tetapi ada juga makam keluarga dari Syaikhona Muhammad Kholil. Berdirinya wisata religi ini dilatarbelakangi oleh banyaknya alumni santri dan pengunjung yang berziarah ke makam Syaikhona Muhammad Kholil, baik

wisatawan lokal maupun wisatawan luar pulau Madura. Melihat hal tersebut, keturunan dari mbah kholil beserta santri-santrinya beliau melakukan perbaikan musholla yang kemudian dijadikan sebuah masjid (Maksum, 2021).

Masjid tersebut dibangun dengan megah dengan tujuan agar dapat memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik dan menghadirkan rasa nyaman bagi pengunjung. Bahkan para peziarah juga bisa menginap disana. Pembangunan masjid ini dilangsungkan pada tahun 2005 dengan motif desain bangunan seperti daerah timur tengah, terdiri dari 2 lantai dan terdapat Menara yang tingginya 33 meter. Hal ini menjadikan daya tarik pengunjung semakin meningkat untuk berziarah ke wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan (Maksum, 2021).

Jumlah pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan mengalami peningkatan yang cukup signifikan sejak adanya renovasi masjid tersebut. Peningkatan semakin tinggi pada saat dibangunnya aksesibilitas baru yakni jembatan suramadu sebagai penghubung pulau jawa dan pulau madura. Dengan adanya akses tersebut, memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk berziarah/berkunjung ke makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan. Seperti halnya yang dinyatakan oleh salah satu narasumber yakni Bapak Maksum, beliau berkata bahwasanya “.....peningkatan pengunjung itu bisa terjadi karena kemudahan aksesnya, jadi semua itu bergantung pada aksesibilitasnya. Pada pandemi ini pengunjung masih

*tetap ramai, karena memang di sini tidak ada penutupan, tapi kami tetap mengikuti aturan pemerintah mematuhi protokol kesehatan. Memang tidak ada penutupan hanya saja ada pembatasan pengunjung”.* (Maksum, 2021). Berikut jumlah pengunjung pada tahun 2018-2021 :

**Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Makam Syaikhona Muhammad Kholil**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2018	3.850.201
2019	3.980.455
2020	4.005.102
2021	4.195.657

Sumber: Data diolah

## 2. Perkembangan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil

Setelah Syaikhona Muhammad Kholil wafat, banyak para santri yang sudah menjadi alumni yang beziarah ke makam beliau. Setiap tahun wisata religi ini mengalami peningkatan kunjungan oleh peziarah dari berbagai macam daerah. Jumlah pengunjung yang semakin banyak dapat dipengaruhi oleh aksesnya. Semenjak adanya jembatan suramadu kuantitas pengunjung meningkat drastis dibanding sebelumnya. Sehingga para pengurus tersebut melakukan renovasi masjid agar lebih memadahi dan membuat pengunjung merasa nyaman saat berziarah. Menariknya Kuantitas pengunjung tetap stabil meskipun pada saat masa pandemic covid-19, tidak ada penutupan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan hanya saja ada pembatasan pengunjung dan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Hal tersebut terjadi lantaran beliau merupakan seorang kiyai yang terkenal dan sebagai guru besar para ulama, seperti KH. Hasyim As'ari, KH. Dahlan, dan lain-lain. Sehingga banyak santri-santri yang berguru ke beliau. Selain itu beliau juga memiliki banyak karamah yang mana inilah yang menjadi keunggulan dan ketertarikan bagi wisatawan untuk berziarah dan mendoakan beliau untuk mengharap keberkahan dari Allah SWT. Bapak Hasim yang merupakan salah satu pengurus (santri) beliau menyatakan bahwasanya

*“.....keunggulan dari wisata religi ini sebenarnya tidak ada yang khusus, karena beliau ini sudah terkenal di madura, jawa bahkan seluruh Indonesia karena beliau merupakan guru besar para ulama di Indonesia”* (Hasim, 2021).

Sistem pengelolaan pada wisata religi ini adalah ingin memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik bagi para pengunjung. Fasilitas yang terdapat di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan diantaranya adalah: jasa penunjang, kamar mandi, lahan parkir yang luas, dan lain-lain. Selain itu, pihak pengurus juga memberikan pelayanan yang istimewa pada rombongan pengunjung yang berjumlah banyak namun tetap bergantung pada kesepakatan atau musyawarah bersama. Sinergitas dengan masyarakat merupakan hal yang diprioritaskan untuk tetap menjaga ukhuwah Islamiyah, ukhuwah bertetangga antara pengurus dengan masyarakat sekitar. Salah satu bentuk sinergitasnya adalah memberikan kepercayaan atau tugas kepada masyarakat untuk mengelola parkir dan kamar mandi. Selain itu

juga memberikan peluang pekerjaan kepada masyarakat, yang mana masyarakat dapat mendirikan usaha yakni berjualan di dekat wisata religi tersebut.

### **3. Analisis Strategi Peningkatan Kunjungan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Pada Masa Pandemi Covid-19**

Strategi adalah pendekatan secara komprehensif yang berkaitan dengan pengimplementasian ide atau gagasan, perencanaan, keputusan yang diambil dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Dikatakan strategi yang baik, apabila terdapat koordinasi yang intens antara beberapa pihak terkait, memiliki visi dan misi, mampu mengidentifikasi factor internal maupun eksternal secara logis dan rasional, dapat melakukan efisiensi terhadap pendanaan, serta efektif dalam manajemen operasional (Alyas, 2017).

Pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan tidak ada perumusan strategi secara sistematis, para pengurus hanya berusaha untuk memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik untuk para pengunjung dan melakukan pengembangan dari apa yang dibutuhkan saja. Visi misi yang diterapkan juga melanjutkan dari visi misi yang diajarkan oleh Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan kepada santrinya. Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil yaitu bapak Maksun menyatakan bahwa:

*“.....tidak ada strategi secara khusus dan sistematis. karena memang pihak keluarga dan pengurus (santri) hanya ingin memberikan wadah yang nyaman kepada para pengunjung, tidak ada strategi peningkatan kunjungan*

*wisatawan karena Syaikhona Muhammad Kholil adalah guru besar yang memiliki banyak karomah sehingga banyak para alumni dan masyarakat serta orang-orang dari luar pulau yang ingin berziarah ke makam beliau atas keinginannya sendiri” (Maksun, 2021).*

Dalam hal ini peneliti akan menganalisis berdasarkan teori strategi yang telah dijelaskan pada BAB II. Sebagai berikut:

#### **a. Tingkatkan Strategi**

Menurut Wheelen dan David, Ada beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar. Ada 3 tingkatan strategi manajemen yang berkembang sesuai dengan perkembangan usaha perusahaan yakni strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional (Wheelen, 2003). Seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Hasan dan Hasim bahwasanya:

*“...pengunjung atau peziarah memang banyak yang datang ya karena itu tadi tertarik kepada sejarah kehidupan beliau dan juga beliau terkenal di seluruh Indonesia, bahkan santrinyapun banyak, jadi memang tidak ada strategi yang disusun secara khusus oleh kami selaku pengurus..” (Hasan dan Hasim, 2021).*

Sehingga dalam hal ini dapat dikatakan bahwa strategi yang diterapkan oleh pihak pengurus belum bisa digolongkan pada tingkatan strategi karena belum menerapkan strategi secara detail dan optimal.

#### **b. Unsur-Unsur Strategi**

Apabila suatu organisasi mempunyai suatu “strategi”, maka

strategi itu harus mempunyai bagian-bagian yang mencakup unsur-unsur strategi itu sendiri. Suatu “strategi” mempunyai 4 unsur, yaitu:

- Gelanggang aktivitas atau *arena*

Gelanggang ini merupakan area (produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya) dimana organisasi beroperasi. Selain memberikan pelayanan yang terbaik, pihak pengurus juga memiliki sebuah produk air minum yang akan dijual kepada pengunjung yang berziarah. Namun cakupan penjualan produknya kurang luas karena hanya di area wisata saja dan juga tidak didistribusikan ke tempat lain. Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara berikut ini:

Bapak Markun salah satu pengurus di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan:

*“...di sini memang ada air minum yang dijual kepada pengunjung, hanya kepada pengunjung saja tidak dipasarkan keluar..”* (Markun,2021).

Cakupan penjualan produknya kurang luas karena hanya di area wisata saja dan juga tidak didistribusikan ke tempat lain Sehingga perlu diciptakan strategi yang sistematis agar produk ini bisa tersebar luas.

- Sarana kendaraan atau *vehicles*

Sarana kendaraan yang digunakan untuk bisa mencapai arena sasaran. Dalam hal ini tidak ada sarana kendaraan yang digunakan karena produk air yang ditawarkan oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan hanya sebagai bentuk pemanfaatan peluang dan pemberian pelayanan yang baik sehingga tidak ada strategi produk dan strategi khusus. Berikut petikan wawancara dengan para narasumber:

*“....tidak ada fasilitas kendaraan di sini baik yang untuk air mineral yang di jual ataupun untuk para pengunjung. Seperti yang saya katakan sebelumnya bahwa memang tidak ada strategi khusus apalagi kalau untuk penjualan air mineral ini, semuanya berjalan begitu saja...”* (Rudi,2021).

- Tahapan rencana

Tahapan rencana yang dilalui atau *staging*, yaitu penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategik. Keputusan tahapan atau *staging* didorong oleh beberapa faktor yaitu, sumberdaya (*resource*), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan faktor mengejar kemenangan awal. Tahapan rencana awal yang sudah tercapai yakni pembangunan atau merenovasi musholla yang sekarang telan menjadi masjid dengan desain timur tengah. Yang mana hal ini juga

dilakukan bukan untuk mengejar sebuah target agar banyak pengunjung yang hadir akan tetapi sebagai bentuk fasilitas yang memadahi dan memberikan kenyamanan pada pengunjung. Namun pihak pengurus yakni bapak Rudi juga menyatakan bahwa:

“.....dari pihak keluarga memiliki rencana akan membuat aula dan mendirikan sebuah sekolah di sekitar area makam, tapi tidak tau kapan akan disrealisasikan..” (Rudi, 2021).

- **Pemikiran yang ekonomis atau *economiclogic***

Pemikiran yang ekonomis atau *economiclogic* yaitu gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat maupun keuntungan yang akan dihasilkan. Pemikiran yang ekonomis ini dapat dibuktikan dengan adanya pembaharuan wisata religi ini yakni pembangunan masjid yang lebih luas dan banyaknya pengunjung yang berziarah memberikan dampak positif pada masyarakat dan juga pengurus. Yang mana masyarakat dapat mendirikan usaha pada sekitar tempat di wisata religi dan pihak pengurus bisa memanfaatkan peluang untuk menjual produk air minum yang menghasilkan nilai ekonomis. Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus yakni dengan Hasim yang menyatakan:

“....dengan adanya tempat wisata ini, di desa

*Martajazah ini juga banyak membantu masyarakat setempat, yang mana mereka bisa mendapatkan penghasilan, misalnya dengan berjualan menjadi petugas parkir dan lainnya...”* (Hasim, 2021).

Berdasarkan analisis unsur-unsur strategi diatas dapat dinyatakan bahwasanya perlu adanya peningkatan strategi agar bisa memanfaatkan suatu peluang yang ada dengan lebih baik lagi dan berdampak lebih banyak serta lebih positif pada semua pihak.

### c. **Implementasi Strategi**

Implementasi strategi (*strategy implementation*) merupakan proses manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur (Assauri, 2013). Seperti halnya yang disampaikan diatas bahwasanya wisata religi ini tidak ada strategi secara sistematis sehingga tidak ada bentuk implementai secara detail namun terdapat program yakni dapat diuraikan sebagai berikut:

- Program yang ada pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan adalah yang pertama kali adalah renovasi masjid. Yang kedua *event* setiap tahun yakni Haul Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan.
- Anggaran yang digunakan untuk renovasi masjid bersumber dari pihak keluarga. Sedangkan untuk

event dari berbagai macam pihak salah satunya yaitu terdapat bantuan dari pemerintah.

- Prosedur atau *standard operating procedures* (SOP) tidak tercatat secara khusus. Pengadministrasian juga tidak dijadikan notulensi.
- Evaluasi dan kontrol ini dilakukan dengan cara bermusyawarah bersama dan menghasilkan kesepakatan yang positif.

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan beberapa pengus tempat wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil berikut ini:

*“....program yang ada pertama kali disini adalah renovasi masjid. Dan Alhamdulillah semuanya sudah selesai dan berjalan lancar. Yang kedua adalah event yang di adakan setiap tahun yakni Haul Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan. Kalau masalah pendanaannya pihak keluarga yang mengeluarkan anggaran, sedangkan kalau ada acara-acara besar seperti haul dan sebagainya itu dari berbagai pihak juga ikut membantu salah satunya bantuan dari pemerintah..”*(Markun, 2021).

*“....disini memang tidak ada pengcatatan secara khusus jadi memang tidak ada pembukuannya, kalau untuk program, yang paling utama ya program pembangunan masjid, karna ini kan juga untuk kenyamanan pengunjung. Kalau untuk program yang lainnya masih di rencanakan dalam artian sudah ada rencana Cuma belum*

*berjalan, kami di sini selaku pengurus juga melakukan musyawarah dengan masyarakat setempat dan juga dengan pihak keluarga yang mengelola..”*(Maksum, 2021).

#### d. Evaluasi Strategi

Salah satu cara untuk mengevaluasi strategi yang telah diterapkan adalah dengan menggunakan metode Analisis SWOT. Analisis SWOT dapat diartikan sebagai :”Analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*)”. Berikut merupakan analisis SWOT dari hasil pemaparan penelitian yang dilakukan peneliti:

- **Kekuatan yang dimiliki oleh wisata religi ini diantaranya adalah:**

- Syaikhona Muhammad Kholil memiliki karomah dan memiliki banyak santri sehingga banyak yang berziarah ke makam beliau.
- Desain masjidnya yang menarik seperti daerah timur tengah.

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makan Syaikhona Muhammad kholil berikut ini:

*“....Orang-orang tertarik datang kesini, mungkin karena tertarik dengan sejarah beliau, yang*

*mana beliau memang memiliki banyak karomah dan santrinyapun banyak dari berbagai kota. Cerita kisah beliau kan sudah sampai di seluruh Indonesia bahkan mungkin yang membuat pengunjung tertarik juga dengan desain masjidnya ini yang di desain seperti daerah timur tengah..”(Hasim, 2021).*

Sedangkan menurut pernyataan dari beberapa pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan. Menurut bapak Muhammad Rosidi dari jember menyatakan:

*“...saya tertarik kesini ingin mendapat barokahnya dan juga mendapat karomahnya. Selain itu kalau kita dapat barokah dan karomahnya kemungkinan hajat-hajat kita bisa dikabulkan..”(Muhammad Rosidi, 2021).*

• **Kelemahan yang dimiliki oleh wisata religi ini diantaranya adalah:**

- Sistem kerjanya yang belum maksimal.
- Tidak ada kerjasama dengan pemerintah daerah.
- Tidak ada pencatatan administrasi secara detail.
- Tidak ada penyusunan strategi secara otomatis.
- Kurangnya tempat sampah.
- Kurangnya penghijauan
- Tingkat kebersihan kurang.
- Lahan parkir kurang luas.

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan

wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makan Syaikhona Muhammad kholil berikut ini:

*“...mungkin secara system saja mungkin perlu dibenahi, secara system mungkin kerja cepatnya, misal responnya, karena kita kan tidak menentu, dihari-hari biasa itu kadang rame kadang tidak, tapi kalau misalnya ramanya mendadak masalah kebersihan itu terlambat, jadi susah karena kita kan tidak bisa memprediksi. Jadi untuk mempersiapkannya itu kita tidak tau, kadang tiba-tiba rame ada sepuluh bis, dua puluh bis jadi kebersihan itu harus ekstra. Jadi setiap harinya itu kebersihan standart jadi kalau tiba-tiba rame ya tidak nututi. Kalau dari segi kekurangan lainnya mungkin karena tidak ada kerja sama dengan pemerintah daerah. Maksudnya disini dikelola pribadi keluarga..”(Markun, 2021).*

Sedangkan menurut pernyataan dari beberapa pengunjung wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan:

*“....kalau yang saya lihat kekurangannya di sini airnya kurang bersih di saat berwudu itu masih ada kotoran..”(Ali Imron).*

*“...kekurangannya salah satunya penataan orang-orang yang jualan, terus penataan parkir kadang-kadang semerawut*

yang mengambil tempat seandainya sendiri. Terus kekurangannya lagi ini kadang-kadang kepanitiaannya ini pengurusnya itu ibarat masih kurang rapi. Kadang-kadang pakai baju-baju sembarangan..”(Edi Mashudi, 2021).

• **Peluang yang dimiliki oleh wisata religi ini diantaranya adalah:**

- Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.
- Mengembangkan produk air minum.

Pernyataan di atas sesuai dengan petikan wawancara dengan salah satu pengurus wisata religi makam Syaikhona Muhammad kholil berikut ini:

“.....secaraa ekonomi sangat berpeluang tinggi, karena dengan adanya wisata ini kan bisa membantu keungan masyarakat..”(Rudi, 2021)

• **Ancaman yang dimiliki oleh wisalah religi ini diantaranya adalah:**

- Terdapat banyak wisata lain yang ada di Bangkalan dan sekitarnya.

Berdasarkan analisis SWOT diatas, selanjutnya peneliti akan melakukan analisis menggunakan metode analisis SWOT Matriks yang digambarkan sebagai berikut:

Strategi yang dilakukan dalam pengembangan objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan sesuai analisis SWOT dengan melihat matriks adalah

dengan menghasilkan empat alternatif strategi yaitu alternatif Strategi SO (menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), alternative strategi WO (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), alternatif strategi ST (menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman) dan alternatif strategi WT (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman).

**a. Strategi SO (*Strength and Opportunities*)**

Ada beberapa strategi pengembangan dalam mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- Melakukan penyusunan strategi yang sistematis dan terorganisir agar dapat terbagi dengan jelas mengenai tugas dan fungsi dari pengurus dan lebih tertata dalam pengelolaan wisata religi tersebut.
- Melakukan pembangunan dan perbaikan serta memelihara sarana dan prasarana yang sudah ada. tetap menjaga sarana dan pemeliharaan prasana wisata. Apabila wisatawan yang berkunjung merasa kebutuhannya selama berada di daerah objek wisata cukup tentu akan menjadi kenangan tersendiri bagi pengunjung dan keinginan untuk kembali ke objek wisata tersebut. Oleh karena itu



perlu dibangun sarana prasarana pendukung kegiatan seperti membangun tempat penginapan. Pembangunan tempat penginapan ini bertujuan untuk memberikan fasilitas yang baik bagi pengunjung yang ingin bermalam di tempat wisata, agar pengunjung tidak bermalam di area masjid sehingga perlu dibangun tempat penginapan khusus supaya lebih nyaman bagi pengunjung. Selain itu juga harus tetap menjaga sarana prasarana yang sudah ada untuk mempertahankan keindahan wisata religi.

- Membangun dan mengadakan aksesibilitas wisata aksesibilitas merupakan prasarana yang paling penting dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah, karena dengan akses jalan yang baik akan memberikan rasa nyaman kepada wisatawan untuk melaluinya tanpa ada rasa khawatir akan terjadinya kecelakaan. Oleh karena itu, diharapkan adanya perbaikan jalan pada jalan yang sudah rusak dan berlubang. Hal ini perlu adanya kerjasama dengan pemerintah daerah, maka dari itu pihak wisata religi harus menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah.
- Mengembangkan produk air minum yang diproduksi dengan memanfaatkan media sosial yang ada agar mampu bersaing dengan produk lain.

#### **b. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)**

Ada beberapa strategi dalam meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang di objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- Memperbaiki sistem yang sudah ada dengan melakukan perancangan strategi baru agar lebih baik dalam pengelolannya.
- Meningkatkan promosi dan memperbaiki program pengembangan yang lebih baik untuk menarik pengunjung sehingga siap untuk menghadapi persaingan antar objek.
- Membuat strategi promosi yang baik dengan bekerjasama dengan pemerintah untuk mempromosikan produk air mineral yang telah diproduksi sendiri agar pangsa pasarnya lebih luas.

#### **c. Strategi ST (*Strength and Treats*)**

Ada beberapa strategi dalam menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman di objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- Mengoptimalkan potensi dan keunggulan dari objek wisata dengan mempertahankan dan memelihara objek wisata secara berkesinambungan untuk menghadapi persaingan objek wisata.
- Menerapkan sifat istiqomah untuk mempertahankan eksistensi wisata Religi

Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.

- Melakukan renovasi atau penataan ulang area sekitar wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan.
- Memanfaatkan area yang masih luas untuk dijadikan lahan parkir.

#### d. Strategi WT (*Weaknesses and Treats*)

Ada beberapa strategi dalam meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman di objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan yaitu:

- Mengadakan aksi penghijauan dengan melibatkan masyarakat sekitar agar wisata religi terlihat asri.
- Meningkatkan kualitas kinerja dengan melakukan koordinasi antara pihak pengurus dengan masyarakat sekitar dalam pengelolaan lahan parkir.

#### 4. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan di Masa Pandemi Covid-19

Wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan telah berkembang dengan baik. Hal tersebut dapat dibuktikan dari jumlah kunjungan peziarah setiap tahunnya yang mengalami peningkatan secara signifikan. Dalam menjalankan usaha di sector pariwisata tentunya harus memiliki sikap yang produktif dalam artian terus melakukan pengembangan dengan sesuatu yang lebih baik dan

memberikan manfaat serta keberkahan bagi banyak orang. Meskipun pihak pengurus telah melakukan upaya dengan sangat baik dalam memberikan fasilitas dan pelayanan kepada para peziarah namun tetap saja dalam pengembangannya masih terdapat suatu hambatan yang menghalangi strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada masa pandemic Covid-19. Namun disisi lain juga terdapat support dalam pengembangannya.

Berikut merupakan factor pendukung dan factor penghambat strategi peningkatan kunjungan wisatawan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan pada masa pandemic Covid-19 berdasarkan hasil observasi peneliti:

##### a. Faktor Pendukung

- Memperbaiki dan memelihara fasilitas yang dilakukan oleh pengurus dan keluarga untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada peziarah. Salah satunya adalah menjaga kebersihan area wisata religi.
- Adanya dukungan dan antusias dari masyarakat sekitar untuk ikut serta mempertahankan eksistensi wisata religi makam Syaikhona Kholil Bangkalan agar tetap ramai pengunjung dengan cara yang sederhana yakni tetap sering melakukan ziarah di makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan meskipun di masa pandemi dengan mematuhi protocol kesehatan sebagai contoh bagi peziarah lain agar kelestarian makam tetap dijaga dengan baik dan agar tidak ada penutupan wisata religi.

#### b. Faktor Penghambat

- Kurangnya sinergitas antara pihak pengurus dengan pemerintah, sehingga peluang untuk mengembangkan produk tidak dapat terjangkau secara luas.
- Sistem kerja yang kurang maksimal. Hal ini dapat terjadi karena dipengaruhi oleh jumlah peziarah setiap harinya yang tidak menentu, sehingga membuat pengurus belum bisa bekerja dengan cekatan.

#### 5. Pembahasan Relevansi Penelitian yang Dilakukan oleh Peneliti dengan Penelitian Sebelumnya

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya strategi peningkatan kunjungan wisatawan belum diterapkan secara maksimal oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan karena memang tidak ada strategi khusus yang diciptakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Namun jika dianalisis secara detail mengenai kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dihadapi wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan memiliki banyak kekuatan atau keunggulan yang bisa dipertahankan dan mampu meningkatkan kuantitas peziarah yang berkunjung. Selain itu juga banyak peluang yang harus dimanfaatkan oleh pihak wisata religi agar wisata religi ini terus berkembang. Seperti hanya membangun kerjasama dengan pemerintah setempat.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Anisa Fitri Hosin yang membahas tentang mempelajari dan menjelaskan heuristri, kritik, interpretasi dan historiografi pada perkembangan pariwisata ziarah makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan Tahun 2005-2018 (Hosin, 2019). Yang mana pada penelitian tersebut hanya memuat tentang sejarah perkembangan secara global. Selanjutnya juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutfiadi yang berfokus pada pengelolaan wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat serta menggunakan indikator kesejahteraan dalam penelitiannya (Lutfiadi, 2019). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh peneliti juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lilis Suaibah yang mana penelitian ini berfokus pada dimensi kualitas pelayanan (*service quality*) yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* dengan menggunakan metode analisis *GAP Serqual* (Suaibah, 2017).

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih mengembangkan dan mendalami atau mencari *gap* dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan metode analisis yang berbeda yakni menggunakan metode Analisis SWOT dalam menganalisa data yang didapatkan dan ditinjau dari teori yang ada. Jika ditinjau dari teori strategi memang tidak ada strategi khusus yang sistematis dalam meningkatkan jumlah kunjungan pada wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan oleh pihak pengurus karena wisata ini telah memiliki kekuatan (*strength*) yakni karomah

yang dimiliki oleh Syaikhona Muhammad Kholil itu sendiri yang menjadikan daya tarik wisatawan. Namun disisi lain terdapat hal yang perlu diapresiasi yakni niat baik dan usaha dari pihak pengurus untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para peziarah sebagai bentuk dedikasinya terhadap guru besarnya yakni Syaikhona Muhammad Kholil dengan terus mengamalkan apa yang diajarkan oleh beliau.

Dengan menggunakan metode analisis SWOT maka hasil penelitian yang diperoleh dapat disajikan lebih rinci agar bisa memberikan informasi secara detail kepada para pembaca atau peneliti selanjutnya tentang strategi atau dapat dikatakan sebagai kunci, ciri khas yang menonjol dari wisata religi makam Syaikhona Kholil Bangkalan yang mana jumlah pengunjungnya terus mengalami peningkatan karena keunggulan atau kekuatan yang dimilikinya.

Jika direlevansikan dengan penelitian sebelumnya maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini dilakukan pada objek penelitian yang sama yakni di wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan. Yang mana secara umum sama-sama ingin *meng-explore histori* wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil namun secara spesifik memiliki perbedaan pada focus penelitian dan metode yang digunakan untuk menganalisa data.

## E. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Strategi peningkatan kunjungan wisatawan belum diterapkan secara maksimal oleh wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan karena memang tidak ada strategi khusus yang diciptakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.
- b. Faktor pendukung strategi ini adalah sinergitas antara keluarga, pengurus dan masyarakat dalam mengembangkan sekaligus mengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan. Faktor penghambat dalam strategi ini adalah sistem kerjanya yang kurang ditingkatkan dan tidak adanya campur tangan dari pemerintah.

## 2. Saran

Selanjutnya peneliti merekomendasikan kepada pihak pengurus agar meningkatkan sistem kerjanya, membuat dan menyusun strategi secara sistematis, dan melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk mengembangkan pariwisata. Meningkatkan sistem kebersihan dari segi lingkungan. Memperluas lapangan parkir serta diadakannya penghijauan seperti menanam pohon yang subur dan rindang supaya tidak terlalu panas bagi para pengunjung atau peziarah

## REFERENSI

Brisik.id, Berwisata Religi ke Masjid Syaikhona Muhammad Kholil, diakses di <https://brisik.id/read/54049/berwisata-religi-ke-masjid-syaikhona-muhammad-kholil>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2021 pukul 08.45 WIB.

- Global Muslim Travel Index (GMTI), 2019, Diakses 12 Oktober 2021, pukul 09.20 WIB.
- Fahmi, Irham, 2014, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Hosin, Anis Safitri, “*Perkembangan Pariwisata Ziarah Makam Syaikhona Muhammad Kholil Di Bangkalan Tahun 2005-2018*”, Skripsi, UNESA Surabaya Tahun 2019.
- <http://travel.kompas.com>. Diakses pada tanggal 11 Oktober 2021, pukul 13.15 WIB.
- <https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada tanggal 11 Oktober 2021, pukul 09.00 WIB.
- Kata data, Menparekraf: Kontribusi Pariwisata Ditargetkan 12 Persen dari PDB diakses <https://katadata.co.id/doddyrosadi/berita/6058264566a4b/menparekraf-kontribusi-pariwisata-ditargetkan-12-persen-dari-pdb>, diakses pada tanggal 23 November 2021, pukul 18.15 WIB.
- Ferrel, O.C., dan Harline, D, 2005, *Marketing Strategy*, South Western: Thomson.
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/halal>, Diakses pada tanggal 11 Oktober 2021 pukul 12.00 WIB.
- Dr. Mgs. H. Nazarudin, MM, 2018, *Manajemen Strategik*, Palembang: Noer Fikri.
- Kemenparekraf, *Potensi Pengembangan Wisata Halal Di Indonesia*, diakses di <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia->, diakses pada tanggal 23 November 2021, pukul 19.30 WIB.
- <https://www.bps.go.id>, Diakses 12 Oktober 2021, pukul 08.00 WIB.
- Kotler, P., dan Keller, K.L, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks.
- Liputan6, *Daya Tahan Wisata Religi di Bangkalan Saat Pandemi Covid-19*, diakses di <https://www.liputan6.com/regional/read/4415901/daya-tahan-wisata-religi-di-bangkalan-saat-pandemi-covid-19>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2021, pukul 10.15 WIB.
- Lutfiadi, “*Pengelolaan Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat*”, Tesis, UINSA Surabaya Tahun 2019.
- Oka A, Yoeti, 2008, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pearce II, Jhon A., dan Robinson Jr, Richard B, 1997, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rachmat, 2014, *Manajemen Strategik*, Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, Freddy, 2013, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rencana Strategis 2020-2024 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Setianda, Vonny dan Roos Kities Andadari. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* Vol. 2, Nomor 3, Juni 2015, 423-430.
- Siagian, Sondang P, 1995, *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suaibah, Lilis “*Analisis Kepuasan Peziarah Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura*”, *Jurnal PAMATOR*, Vol. 10, No. 2, Oktober 2017, 146-151.
- Subarkah, Alwafi Ridho, *Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah*,

- Vol, 4 No. 2, Juli-Desember 2018,  
49-54.
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah W,  
2017, “*Pengetahuan Dasar Ilmu  
Pariwisata*”. Denpasar: Pustaka  
Larasan.
- [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id), Diakses 12 Oktober  
2021, pukul 10.17 WIB.