

## **STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PUNCAK KOTO PANJANG SEBAGAI WISATA HALAL DI KABUPATEN PASAMAN**

**RANGGA WISANGGARA**

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: ranggawisanggara@uinib.ac.id

**AINAN SYOFYAN**

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: ainansyofyan@gmail.com

### ***Abstract***

*Penelitian ini dilaksanakan di Objek Wisata Puncak Koto Panjang yang merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Pasaman yang memiliki potensi untuk dikembangkan namun memiliki tantangan yang besar sehingga dibutuhkan strategi-strategi agar wisata Puncak Koto Panjang dapat berkembang sebagai wisata halal. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan objek wisata Puncak Koto Panjang sebagai Wisata Halal di Kabupaten Pasaman. Jenis penelitian yang digunakan yaitu Kualitatif deskriptif, menggunakan Analisis. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dan kemudian di analisa dapat disimpulkan bahwa objek wisata Puncak Koto Panjang memiliki lingkungan internal yang lebih dominan kekuatan dibandingkan kelemahan sedangkan untuk lingkungan eksternal objek wisata Puncak Koto Panjang memiliki tantangan yang besar untuk itu diperlukan strategi-strategi yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk meminimalisir kelemahan dan tantangan yang besar.*

*Keywords: Wisata Halal, Manajemen Strategi, Analisis SWOT*

### **PENDAHULUAN**

Wisata halal atau yang biasa disebut halal tourism sedang menjadi trend di kancah pariwisata Internasional. Bukan hanya di Negara yang dominan penganut muslim saja namun Negara yang dominan non muslim juga sudah menerapkan beberapa wisata halal di Negara nya tersebut. Salah satunya Korea Tourism Organization yang ada di Korea yang mana mereka gencar mempromosikan wisata ramah muslim mereka juga mempunyai buklet wisata halal hingga kunjungan ke masjid. Pariwisata halal mengedepankan pemenuhan kebutuhan dasar umat Islam di destinasi wisata, seperti beribadah, bersuci, dan berwisata sesuai ketentuan syariah. Wisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai halal Islam. Seperti yang dianjurkan oleh *World Tourism Organization (WTO)*, konsumen wisata

halal bukan hanya diperuntukkan bagi umat muslim tetapi juga non muslim. ( Amir Syamsudin, 2021).

Kabupaten Pasaman Timur banyak sekali tempat wisata dijumpai mulai dari hal yang berhubungan dengan sejarah, wisata ilmiah, wisata air dan wisata alam yang menyimpan banyak destinasi halal yang sekaligus sebagai competitor dari objek wisata yang akan diteliti. Namun salah satu objek wisata yang sedang trend di Kabupaten Pasaman yaitu Objek wisata Pucak Koto Panjang yang merupakan objek wisata yang komplit dan memiliki daya tarik tersendiri.

Berdasarkan wawancara dengan Jorong Koto Panjang dan Pengelola objek wisata, wisata ini selain memiliki atraksi yang menarik namun sebagian masyarakat Koto Panjang khususnya golongan tua masih memiliki anggapan buruk terhadap wisata ini dikaerakan sebelum dijadikan tempat wisata lokasi ini merupakan hutan yang dengan panorama yang indah yang sering disalah gunakan khususnya anak muda seperti tempat berjudi minum minuman keras dan tempat berzina bahkan dalam satu minggu ada saja pasangan yang belum sah tertangkap berbuat zina sehingga dengan begitu masih banyak masyarakat Koto Panjang yang memiliki anggapan buruk bahkan tidak mau berkunjung ke lokasi wisata.

Untuk itu diperlukan strategi-strategi yang akan diterapkan di wisata ini supaya objek wisata ini supaya anggapan negative tersebut dapat dihilangkan serta objek wisata ini dapat berkembang dan dikenal orang wisata halal.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Wisata Halal**

Gambaran wisata halal, adalah berupa bentuk penerapan dari nilai keislaman yang mengacu pada perhara halal dan haram, yangjadi penentu utama, sehingga segala yang mencakup dalam wisata harus sesuai dengan syariat yang menjadi tolak ukur setiap usaha. Sehingga secara luas dalam penerapannya wisata halal ini sangatlah kompleks dan segala sesuatunya harus sesuai dengan ajaran, hukum, dan nilai-nilai keislaman.( Faisal Yusni Nuralamasyah, 2020).

Islamic Tourism (Wisata Islami/Wisata Syariah), Halal Friendly Tourism Destination (Destinasi Wisata Ramah Halal), Halal Travel (Wisata Halal), MuslimFriendly Travel

Destinations (Destinasi-destinasi Wisata Ramah Muslim), Halal Lifestyle (Gaya Hidup Halal) dan lain-lain. (Rodame Monitorir Napitupulu, 2019).

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016). Berkaitan tentang pengadaan wisata halal dengan konsep syariah menyatakan Wisata halal adalah kegiatan wisata yang di fasilitas berbagai pelayanan yang disediakan pengusaha, pemerintah, masyarakat, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Berdasarkan fatwah tersebut maka pelaku usaha wisata halal harus mampu memenuhi persyaratan-persyaratan yang menunjang konsep wisata halal itu sendiri.

Cooper dan Christoper (1995) mengemukakan bahwa terdapat 3 (tiga) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata, yaitu 1) Atraksi (attractions) seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan, dan seni pertunjukkan; 2) Aksesibilitas (accessibilities) seperti transportasi lokal dan adanya terminal; 3) Amenitas atau Fasilitas (amenities) seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan

## **2. Manajemen Strategi**

Menurut Jaunch and Glueck (1989) manajemen strategi merupakan arus tindakan dan keputusan yang berarah kepada pengembangan untuk mencapai sesuatu yang efektif untuk membantu tujuan perusahaan. Jenis jenis Strategi Pengembangan Bisnis antara lain Strategi Integrasi Vertikal, Strategi Intensif, Strategi deversifikasi, Strategi Bertahan. Menurut Rangkuti (2014) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe, yaitu strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis. Suwantoro (2004) mengatakan bahwa pengembangan merupakan salah satu bagian manajemen yang menitikberatkan pada implementasi potensi budaya yang harus dilaksanakan dengan rentang waktu, beberapa langkah sistematis yang dapat mengarah pada pencapaian hasil, dan diharapkan pada perencanaan manajemen dengan kegiatan yang sangat spesifik untuk mencapai tujuan visi, tujuan, dan sasaran dari rencana tersebut.

Rina Masruroh (2016) mengatakan diperlukan sebuah strategi yang tepat guna mengoptimalkan potensi pariwisata yang ada. Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (goal) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya Dalam rangka mewujudkan visi tersebut maka salah satu misi yang berkaitan dengan pariwisata daerah adalah memantapkan keunggulan kawasan agropolitan, pariwisata daerah dan sektor

unggulan lainnya, peningkatan investasi ramah lingkungan serta peningkatan sarana dan prasarana daerah.

### **3. Analisis Swot**

Menurut Rangkuti (2018) analisis SWOT yaitu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Yang berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yangbersamaan dengan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Sehingga digunakan dalam pengambilan keputusan berupa strategi yang berkaitan dengan tujuan, pengembangan misi, dan kebijakan perusahaan.

Tujuan analisi SWOT menggerakkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan strategi. Maka tujuan analisis SWOT adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis (Salim 2019)

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam penelitian kali ini, peneliti melakukan penelitian di lokasi Objek Wisata Puncak Koto Panjang, Kecamatan Rao Selatan, Kabupaten Pasaman, Provinsi Sumatera Barat. Sedangkan waktu penelitian Januari- Juli 2021 sampai selesai. Jenis Penelitian pada kasus kali ini yaitu Deskriptif Kualitatif. Jenis sumber data terdiri dari data primer berupa wawancara dengan informan penelitian. Sedangkan data sekunder dari dokumentasi serta jurnal-jurnal terdahulu. Metode pengumpulan data dimulai dengan Observasi, Wawancara dan dokumentasi. Sedangkan alat analisis data yaitu menggunakan Analisis SWOT melalui matriks IFAS dan EFAS.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Kondisi Objek Wisata Puncak Koto Panjang Berdasarkan Fatwa No. 108/DSN-MUI/X/2016**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada pengelola objek wisata puncak koto Panjang, masyarakat sekitar dan para wisatawan didapatkan gambaran umum lokasi penelitian ditinjau dari Fatwa MUI No. 108 sebagai berikut:

Tabel 1. Kondisi Objek Wista Puncak Tonang

Ketentuan Destinasi wisata berdasarkan Fatwa No. 108/DSN-MUI/X/2016	Objek wisata Puncak Koto Panjang
<p>Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk mewujudkan kemaslahatan umum, penenangan, Memelihara amanah, keamanan, kenyamanan, mewujudkan kebaikan yang bersifat universal, memelihara kebersihan dan kelestarian alam, sanitasi dan lingkungan, serta menghormati nilai-nilai social budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.</p>	<p>Objek wisata puncak koto panjang memaparkan objek wisata yang bernuansa alam dengan panorama hutan pinus serta perkebunan masyarakat seperti serai wangi dan kebun karet sehingga suasana disana tenang jauh dari kebisingan yang membuat pengunjung merasa nyaman. selain itu pihak pengelola juga ramah serta menjaga keamanan pengunjung seperti membantu pengunjung yang kesulitan membawa kendaraan dijalan yang terjal serta memandu pengunjung baru yang belum mengenal objek wisata ini. Namun untuk sanitasi masih belum sepenuhnya sesuai prinsip syariah karna fasilitas kebersihan seperti tempat sampah masih minim.</p>
<p>Destinasi wisata wajib memiliki fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah serta makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat halal MUI.</p>	<p>Objek wisata puncak koto panjang juga sudah memiliki fasilitas ibadah yang layak pakai namun masih sederhana seperti musholla dan tempat wudhu dan fasilitas ibadah sholat seperti mukena, sajadah, Al-quran yang jumlahnya masih sedikit. Sedangkan kuliner di wisata ini semuanya halal baik makanan maupun minuman terutama makanan kemasan sudah bersertifikat halal.</p>
<p>Destinasi wisata yang wajib terhindar dari kemusyrikan, khufarat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba, judi serta pertunjukan seni, budaya, atraksi yang bertentangan dengan prinsip syariah.</p>	<p>Objek wisata puncak koto panjang dari yang saya teliti belum menemukan unsur kemusyrikan khufarat maupun pornografi namun untuk zina dilihat dari sudut pandang pengunjung sangat banyak mengunjungi wisata ini berpasangan dengang yang belum muhrim nya. Namun dilihat dari wisata nya sendiri tidak terdapat unsur zina antara lain bangunan infrastruktur yang tidak ada penghalang atau tempat tertutup yang digunakan untuk berzina. Pertunjukan yang ditampilkan disana berupa tari daerah, kesenian yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.</p>

*Sumber: Hasil Wawancara*

Berdasarkan tabel diatas objek wisata Puncak Koto Panjang telah memenuhi sebagian ketentuan-ketentuan wisata syariah berdasarkan Fatwa No. 108/DSN-MUI/X/2016. Pengelola puncak koto panjang harus memiliki strategi untuk pemenuhan ketentuan-ketentuan tersebut. Khususnya dibidang fasilitas ibadah dan fasilitas kebersihan yang belum maksimal. Hasil observasi dan wawan cara terhadap 3 aspek dalam pariwisata yaitu Aktraksi, Amenitas dan

Aksesibilitas (3A) didapatkan informasi bahwa:

1. Atraksi Wisata

Puncak Koto Panjang menyajikan hutan pinus yang berbentuk perbukitan dengan panorama yang sangat menyejukkan mata. Yang lokasi nya tidak jauh dari pemukiman masyarakat namun kita bisa menikmati pemandangan yang indah dengan panorama 5 kecamatan yang ada di Kabupaten Pasaman. Selain itu atraksi lain yaitu objek wisata ini lengkap dengan wisata pendukung seperti kemah, kolam berenang, flying fox yang tidak ditemukan di objk wisata lain di kabupaten Pasaman apalagi disana diadakan festival budaya minang.

2. Amenitas

Banyak dibangun bangunan baru seperti rumah pohon, ayunan, dan spot berfoto. Namun untuk bangunan yang lama sudah ada kayu nya yang sudah lapuk bahkan tangga ke atas rumah pohon ada yang mau lepas. Selain itu tempat ibadah dan toilet masih sangat sederhana dan yaitu terbuat dari kayu dan saat kita sholat terasa sejuk. Sedangkan untuk fasilitas kolam berenang dan flying fox membuat pengunjung merasa sangat puas.

3. Aksesibilitas

akses menuju lokasi saat ini sudah bagus sekali karna bulan oktober telah dilakukan perbaikan jalan. Namun terlebih dari itu jalan menuju lokasi masih belum bisa ditempuh oleh bus salah satunya bus pariwisata. Karna jalannya kecil hanya untuk mobil pribadi dan kendaraan roda dua.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dihasilkan faktor-faktor internal dari objek wisata puncak koto Panjang. Faktor tersebut dibagi menjadi 2 bagian yaitu kekuatan dan kelemahan, kemudian dilakukan analisis lanjutan dengan matrik IFAS. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2. Faktor Internal

No	Faktor Internal (Strength-Weakness)	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
1	Pemandangan alam yang Indah	0,11	4	0,44
2	SDM pengelola yang berkualitas, terlegalisasi dan terlatih	0,11	4	0,44
3	Akses menuju lokasi sudah bagus	0,09	4	0,36

4	Objek wisata Komplit dan Menarik	0,07	3	0,21
5	Pelestarian Budaya	0,03	2	0,06
6	Trend di social media	0,09	4	0,36
7	Lokasi yang Strategis	0,10	4	0,40
8	Menerapkan prinsip halal	0,08	2	0,16
<b>Total</b>				<b>2,43</b>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
1	Bangunan infrastruktur yang memiliki usia pendek	0,09	3	0,27
2	Jalan yang sempit	0,06	2	0,12
3	Kurangnya fasilitas kebersihan	0,06	3	0,18
4	Kurangnya Toko Souvenir	0,05	3	0,15
5	Harga makanan dan minuman lebih mahal	0,06	3	0,18
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>0,9</b>

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan table IFAS diatas dapat terlihat bahwa kekuatan terbesar dari objek wisata puncak koto Panjang adalah pemandangan alam yang indah dan pengelola objek wisata yang berkualitas dengan nilai skor sebesar 0,44. Kelemahan utama yang dimiliki oleh objek wisata tersebut adalah bangunan infrastruktur yang memiliki usia pendek atau gampang rusak dengan skor sebesar 0,27. Total skor kekuatan sebesar 2,43 sedangkan kelemahan sebesar 0,9 hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih dominan jika dibandingkan dengan kelemahan, jika dikurangkan maka didapatkan nilai sebesar 1,53, nilai ini akan digunakan dalam perumusan strategi nantinya.

## 2. Kondisi Eksternal (Peluang-Ancaman) Objek Wisata Puncak Koto Panjang

### A. Lingkungan Umum

#### 1. Faktor Ekonomi

Mayoritas masyarakat Kabupaten Pasaman yang menjadi sumber utama pengunjung wisata ini bekerja sebagai petani yang berpenghasilan menengah kebawah. Untuk itu bagi masyarakat

setempat juga bisa menjadikan objek wisata sebagai lapangan pekerjaan baik itu sebagai pedagang, petugas kebersihan, pemandu wisata dll.

## 2. Faktor Budaya

Yaitu budaya masyarakat zaman sekarang yang mayoritas membutuhkan rekreasi untuk refreshing ke tempat yang sejuk maka menjadi peluang bagi wisata ini untuk lebih banyak memperoleh pengunjung. Ditambah objek wisata ini bernuansa alami dan tetap mempertahankan budaya lokal dengan mengadakan festival budaya.

## 3. Faktor Teknologi

Objek wisata puncak koto panjang memanfaatkan internet melalui social media untuk memperkenalkan dan mempromosikan ke public seputar objek wisata tersebut.

## 4. Faktor Ekologi (Kondisi Alam)

Faktor Ekologi mencakup hal-hal seperti lingkungan alam, kondisi cuaca dan iklim. Sedangkan objek wisata puncak koto panjang merupakan wisata alam yang bergantung dengan cuaca.

## **B. Lingkungan Industri**

### 1. Competitor

Di kabupaten pasaman ini memiliki objek wisata yang heterogen antara lain wisata alam, wisata air, wisata sejarah, wisata buatan. Setiap objek wisata memiliki atraksi masing-masing yang membuatnya berbeda dari yang lain. Dari segi pengunjung tidak bisa diberi predikat untuk masing-masing objek wisata karna suatu objek wisata ramai secara bermusim.

### 2. Ancaman Pendetang Baru

Dinas pariwisata mengatakan untuk pendatang baru setelah wisata puncak koto panjang yaitu puncak rabbuna dan bukit komoyen meskipun belum dikenal banyak orang namun memiliki keunikan tersendiri namun tidak selengkap dan seunik puncak koto panjang.



### 3. Produk Substitusi

Yang dimaksud dengan produk substitusi adalah suatu bentuk pengganti yang memiliki kualitas yang sama. Objek wisata yang menjadi pengganti dari wisata alam seperti wisata ilmiah misalnya cagar alam dan air panas rimbo panti. Berikut beberapa contoh wisata substitusi bagi wisata puncak koto panjang.

Tabel 3. Wisata Substitusi Bagi Puncak Koto Panjang

Jenis wisata	Nama Wisata
Wisata air	Taluk ambun, Bendungan Ampang Gadang.
Wisata sejarah	Candi Tanjung Medan, Prasasti Kubu Sutan, Museum Tuanku Imam Bonjol.
Wisata ilmiah	Air Panas Rimbo Panti

*Sumber: Hasil Wawancara*

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dihasilkan faktor-faktor Eksternal dari objek wisata puncak koto Panjang. Faktor tersebut dibagi menjadi 2 bagian yaitu Peluang dan Ancaman, kemudian dilakukan analisis lanjutan dengan matrik EFAS. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal (Peluang-Ancaman)	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (Opportunity)</b>				
1	Menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat	0,12	2	0,24
2	Partisipasi Pemuda/i dan pihak pemerintah yang kuat	0,13	3	0,39
3	Masih banyak lahan yang belum tergarap	0,08	2	0,16
4	Relationship Bisnis	0,06	2	0,12
5	Teknologi yang semakin berkembang	0,08	2	0,16
<b>Total</b>				<b>1,07</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>				
1	Perubahan Cuaca	0,08	3	0,24

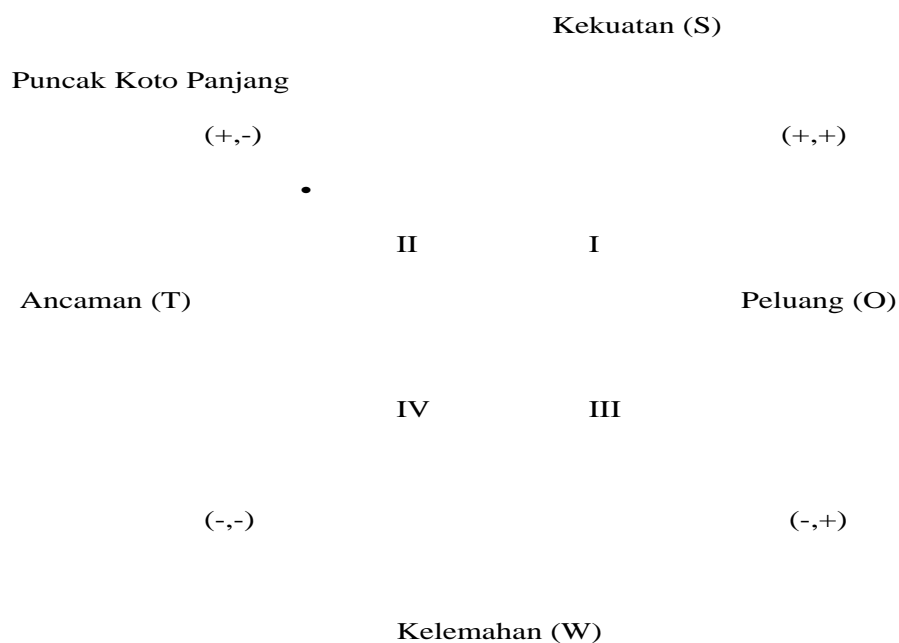
2	Bencana Alam	0,11	1	0,11
3	Competitor	0,07	3	0,21
4	Wisata Subtitusi	0,09	3	0,27
5	Tidak Terdapat Transportasi Umum	0,08	3	0,24
6	Pembatasan oleh pemerintah akibat Covid 19	0,10	3	0,30
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>1,37</b>

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan table EFAS diatas dapat terlihat bahwa peluang terbesar yang dapat dimanfaatkan oleh objek wisata puncak koto Panjang adalah partisipasi dari stakeholder yaitu masyarakat sekitar khususnya para pemuda dan pemerintah yang memiliki program wisata halal dengan nilai skor sebesar 0,39. Ancaman utama yang dimiliki oleh objek wisata tersebut adalah pembatasan-pembatasan kegiatan masyarakat oleh pemerintah akibat covid-19 dengan nilai skor sebesar 0,30. Total skor peluang sebesar 1,07 sedangkan ancaman sebesar 1,37 hal ini menunjukkan bahwa faktor ancaman lebih dominan jika dibandingkan dengan peluang, jika dikurangkan maka didapatkan nilai sebesar (-)0,3.

### **Analisis SWOT**

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS didapatkan nilai IFAS sebesar 1,53 dan EFAS sebesar (-)0,3, hal ini menunjukkan posisi dari objek wisata puncak koto Panjang didalam matriks swot berada di kuadran II (+,-). Posisi ini menandakan wisata puncak koto panjang yang kuat dari segi Internal namun menghadapi tantangan yang besar dari segi Eksternal, strategi yang bisa diterapkan adalah strategi diversifikasi.



Gambar 1. Diagram SWOT

### **Strategi Pengembangan Objek Wisata Puncak Koto Panjang Sebagai Wisata Halal di Kabupaten Pasaman**

Adapun strategi yang diperoleh yang sesuai dengan posisi objek wisata yaitu di kuadran II sebagai berikut:

1. Memanfaatkan lahan yang belum dikelola, pengelola yang berkualitas serta dukungan masyarakat yang kuat untuk menambah ragam wisata yang sesuai dengan kondisi terkini dan minat pengunjung serta yang belum dibangun oleh wisata lain sehingga dengan begitu dapat meminimalisir ancaman dari pihak pesaing dan wisata substitusi yang ada di Kabupaten Pasaman.

Antara lain wisata paralayang karna objek wisata ini merupakan objek wisata puncak dengan panorama yang indah maka sangat cocok dibangun objek wisata paralayang terlebih di Kabupaten Pasaman belum ada wisata yang seperti itu sehingga dengan begitu menjadi poin plus bagi wisata ini dan dapat meminimalisir ancaman dari competitor dan produk substitusi.

Selain wisata paralayang dapat juga dibangun wisata buah atau memetik buah langsung dari akarnya karena selain untuk memperluas bisnis dapat juga menaikkan minat pengunjung.

Wisata buah yang cocok ditanam adalah semangka dikarenakan semangka memiliki usia pendek untuk dipanen dan juga sangat cocok dikonsumsi segala usia.

Membangun bisnis kuliner khas masyarakat setempat dengan memanfaatkan teknologi khususnya dari internet baik itu cara pembuatan dan segi promosinya sehingga pengunjung bisa membawa makanan tersebut pulang sebagai oleh-oleh. Tidak hanya memperoleh income, wisata ini juga akan memiliki nama tersendiri di mata pengunjung dari makanan khas daerah tersebut antara lain rendang lokan, Gulai Langkitang, keripik-keripik serta kue-kue kering lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah dari segi bahan dan pengolahannya. Selain itu menjalin hubungan bisnis dengan toko-toko pakaian agar puncak koto panjang juga memiliki oleh-oleh berupa pakaian khas Puncak Koto Panjang agar wisata ini semakin berkembang dikenal orang banyak.

Strategi serupa juga diterapkan dalam penelitian Diah Permata Sari dengan judul penelitian Strategi Pengembangan Usaha pada Rumah Makan Muslim Tomyam yang mana penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan bisnisnya. Salah satu strategi yang diperolehnya yaitu menjaga dan mempertahankan kualitas cita rasa produk yang dimiliki agar para pelanggan tetap memilih dan membeli di rumah makan ini. Selain itu menambah varian produk yang ditawarkan seperti kue basah seperti Bolu Salak, kue kering berupa keripik khas Padang Sidempuan sehingga produk tersebut dapat dijadikan pelanggan sebagai oleh-oleh khas daerah tersebut.

2. Memanfaatkan anggota kelompok organisasi pengelola sebagai penyedia transportasi umum seperti ojek yang dilakukan secara bergantian karena semua anggota merupakan masyarakat asli Koto Panjang otomatis akan menguntungkan pihak pengelola dan masyarakat setempat juga bisa menjadi penyedia transportasi sehingga wisata ini menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat dengan demikian pengunjung yang tidak memiliki kendaraan bisa datang kelokasi wisata otomatis pengunjung objek wisata tersebut akan semakin meningkat. Dengan menyediakan lapangan kerja baru bagi masyarakat Koto Panjang otomatis akan memberikan citra positif bagi masyarakat sehingga dapat meminimalisir anggapan negatif terhadap wisata ini.

3. Bekerjasama atau membuat kesepakatan dengan para pedagang dalam mengupayakan kepada pedagang agar menawarkan dagangan dengan porsi dan size yang lengkap karna pengunjung masih ada yang belum sanggup membeli dengan harga penuh jika dibuatkan

ukuran porsi nya maka pengunjung bisa membeli makanan dan minuman sesuai kemampuannya . Misalnya untuk makanan basah seperti sate, mie dll diterapkan porsi setengah dan satu porsi dengan ketentuang harga sesuai porsi nya. Jadi pengunjung yang memiliki budget sedikit tidak merasa keberatan untuk membeli dagangan yang ditawarkan dan semua pengunjung dapat menikmati makanan yang ditawarkan selain itu sebaiknya para pedagang memanfaatkan hubungan bisnis yang baik dengan pedagang luar melalui kerja sama dengan event tertentu misalnya dengan pemasok kuliner dari luar daerah seperti Rumah Roti Hijrah di daerah Pulau yang menjual makanan seperti Donat madu dan kue lainnya sehingga dengan begitu dagangan yang ditawarkan lebih beragam yang membuat konsumen tidak bosan dan akan menaikkan minat pelanggan untuk belanja.

4. Menambah fasilitas kebersihan karna dalam prinsip syariah diharuskan untuk menjaga kebersihan yang diwujudkan melalui partisipasi pemuda/I Koto Panjang yang kuat untuk menambah jumlah tempat sampah yang dikreasikan semenarik mungkin seperti tong sampah yang berbentuk karikatur yang berbeda dari wisata lain. Selain itu diperlukan petugas khusus untuk bagian kebersihan khususnya dari masyarakat setempat sehingga objek wisata ini membawa keuntungan bagi masyarakat daerah Koto Panjang. Selain itu dengan kondisi wisata yang bersih dari sampah dapat meminimalisir ancaman perubahan cuaca dan bencana misalnya terjadi hujan sehingga menyebabkan banjir. Selain kebersihan wisata yang harus diperhatikan, kebersihan fisik baik itu dari pihak pengelola wisata maupun dari luar wisata juga harus diperhatikan untuk meminimalisir penyakit khususnya covid 19 sehingga upaya yang dapat dilakukan selain menyediakan spanduk tentang protocol kesehatan juga menyediakan masker dan bagi pengunjung yang datang. Sehingga dengan begitu pengunjung akan semakin banyak berkunjung ke wisata Puncak Koto Panjang.

5. Melalui kerja sama antara pengelola dan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata untuk melakukan kerja sama dalam melengkapi unsur halal yang masih belum memenuhi syarat DSN/MUI antara lain menambah fasilitas ibadah seperti mukena, sajadah, Al-Quran. Selain itu untuk tempat ibadah sendiri harus diperbaiki melalui kerja sama pengurus dan masyarakat serta dana baik dari pihak wisata itu sendiri maupun bantuan dari luar wisata untuk menciptakan tempat ibadah yang lebih layak serta nyaman dan aman digunakan oleh pengunjung. Selain itu, memberi pertanda bahwa sudah masuk sholat berupa suara azan yang sama sekali belum ditemukan di objek wisata lain supaya objek wisata ini a berkembang

menjadi objek wisata yang akan dikenal orang sebagai wisata halal di Kabupaten Pasaman.

## **KESIMPULAN**

Setelah penelitian dilakukan pada Objek Wisata Puncak Koto Panjang beserta informasi yang diperoleh dari informan penelitian maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :Berdasarkan hasil Analisis SWOT untuk Lingkungan Internal kekuatan lebih besar dari pada kelemahan yaitu  $2,43 - 0,9 = 1,53$  (Positif). Dan lingkungan Eksternal Tantangan lebih besar dari pada peluang yaitu Jumlah skor Peluang - Tantangan =  $1,07 - 1,37 = - 0,3$  (Negatif) Sehingga hasil SWOT yang diperoleh yaitu Positif Negatif yang berada pada kuadran II dengan strategi Diversifikasi artinya organisasi dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat.

Adapun strategi yang bisa dilakukan oleh pengelola wisata puncak koto Panjang adalah: 1) Memanfaatkan lahan yang belum dikelola, 2) Memanfaatkan anggota kelompok organisasi pengelola sebagai penyedia transportasi, 3) Bekerjasama atau membuat kesepakatan dengan para pedagang, 4) Menambah fasilitas kebersihan, dan 5) Melalui kerja sama antara pengelola dan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Cooper, Chris. 1995. *Tourism: Principles & Practise*. England: Longman Group Limited.
- Fatwa DSN-MUI No: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang "Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah".
- Jauch Lawrence R. & Glueck William F. (1989). *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Masruroh, Rina dan Neni Nurhayati. "Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Kuningan". *EJournal POLTEKTEGAL*. Vol.1 No.1.
- Monitorir, Rodame Napitupulu. (2019). "Pengembangan Model Bisnis Wisata Halal Aek Sabaon Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas". *Jurnal Iqtisaduna* Vol. 5, No 2, (hal. 203).
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

- Rangkuti, Freddy. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, M. Afif dan Siswanto, Agus B. (2019). “ Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner”. Jawa Tengah: CV. Pilar Nusantara.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Syamsudi, Amir Liza Trisnawati, Luluk Elvitaria. (2021). “Halal Tourism Development Analysis In Siak District”. Indonesian Journal of Intellectual Publication Vol. 1, No 3 ( hal. 213).
- Yusni, Faisal Nuralamsyah. (2020). “Wisata Hala Apakah Hanya Sebatas Jorgan Di Indonesia?”. Tulisan Ilmiah Pariwisata, Vol. 3, No. 2 (hal. 85).