ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i2.9501

STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA ALAM KAPALO BANDA TARAM KABUPATEN LIMA PULUH KOTA DALAM PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG DITINJAU DARI PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Strategy for the Development of the Kapalo Banda Taram Natural Tourist Attraction, Lima Puluh Kota Regency, in Increasing the Number of Visitors Viewed from the Perspective of Sharia Business Management

Nhada Haresky & Zulhelmi
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
hareskynhada@gmail.com; zulhelmiiainbkt@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Feb 27, 2026	Mar 27, 2026	Apr 8, 2026	Apr 13, 2026

Abstract

Although tourism development strategies have received attention in various studies, studies that specifically discuss strategies for developing natural tourist attractions to increase visitor numbers from the perspective of Sharia business management in a local context remain limited. This study aims to formulate a development strategy for the Kapalo Banda Taram tourist attraction, Lima Puluh Kota Regency, to increase visitor numbers based on a Sharia business management approach. This study employed a qualitative approach with a case study design, involving informants consisting of tourist attraction managers, the *Wali Nagari*, surrounding community members, and visitors selected purposively. Data were collected through in-depth interviews, observation, and

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

documentation, and were then analyzed using SWOT analysis. The results showed that the Kapalo Banda Taram tourist attraction has strengths in the form of natural potential that remains unspoiled and a beautiful environment, but faces weaknesses in terms of infrastructure, management, and promotion. The available opportunities include increasing interest in nature tourism and government support, whereas the threats faced include competition from other destinations and weather factors. Management efforts have been made, but they have not yet had a significant impact on increasing visitor numbers. These findings contribute to the development of strategic management theory and Sharia business management in the tourism sector. This study concludes that improving management, providing facilities, and strengthening promotion strategies based on Sharia principles are important aspects in developing tourist attractions. The practical implications of this study are intended for managers and local governments, while also opening opportunities for further research on digital promotion and Sharia-based tourism management.

Keywords: Development Strategy; Nature Tourism; Sharia Business Management; SWOT; Visitor Numbers

Abstrak: Meskipun strategi pengembangan pariwisata telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian, kajian yang secara khusus membahas strategi pengembangan objek wisata alam untuk meningkatkan jumlah pengunjung dari perspektif manajemen bisnis syariah pada konteks lokal masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata Kapalo Banda Taram, Kabupaten Lima Puluh Kota, dalam meningkatkan jumlah pengunjung berdasarkan pendekatan manajemen bisnis syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, melibatkan informan yang terdiri atas pengelola objek wisata, Wali Nagari, masyarakat sekitar, serta pengunjung yang dipilih secara *purposive*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis *SWOT*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa objek wisata Kapalo Banda Taram memiliki kekuatan berupa potensi alam yang masih alami dan lingkungan yang asri, tetapi menghadapi kelemahan dalam aspek sarana prasarana, pengelolaan, dan promosi. Peluang yang tersedia meliputi meningkatnya minat terhadap wisata alam dan adanya dukungan pemerintah, sedangkan ancaman yang dihadapi berupa persaingan dengan destinasi lain dan faktor cuaca. Upaya pengelola telah dilakukan, namun belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung. Temuan ini berkontribusi pada pengembangan teori manajemen strategi dan manajemen bisnis syariah dalam sektor pariwisata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan pengelolaan, penyediaan fasilitas, dan penguatan strategi promosi berbasis prinsip syariah merupakan aspek penting dalam pengembangan objek wisata. Implikasi praktis penelitian ini ditujukan bagi pengelola dan pemerintah daerah, serta membuka peluang bagi penelitian lanjutan mengenai promosi digital dan pengelolaan wisata berbasis syariah.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; Pariwisata Alam; Manajemen Bisnis Syariah; *SWOT*; Jumlah Pengunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi yang memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, serta pengembangan wilayah secara berkelanjutan. Indonesia mempunyai berbagai potensi alam dan tenaga kerja yang cukup luas sebagai modal inti dalam dasar pembangunan objek wisata, sehingga sektor pariwisata dapat menjadi sumber devisa yang penting baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam beberapa tahun terakhir, pengembangan pariwisata tidak hanya difokuskan pada aspek ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal (UNWTO, 2023; Supriadi & Roedjinandari, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata berkembang menjadi suatu bisnis yang sangat menguntungkan dan memiliki peluang besar dalam mendukung kemajuan daerah dan negara.

Namun demikian, pengelolaan pariwisata yang optimal memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun masyarakat, serta strategi yang tepat dalam pengembangannya. Pengembangan pariwisata harus memperhatikan fungsi perlindungan lingkungan karena dapat meningkatkan minat pengunjung, tetapi jika tidak dikelola dengan baik justru dapat menurunkan daya tarik wisata. Dalam konteks ini, objek wisata alam Kapalo Banda Taram di Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan salah satu destinasi yang memiliki potensi besar, namun masih menghadapi berbagai permasalahan seperti fluktuasi jumlah pengunjung, keterbatasan sarana prasarana, serta kurangnya optimalisasi pengelolaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi pengembangan yang terencana dan berkelanjutan agar objek wisata tersebut dapat berkembang secara optimal.

Berdasarkan perspektif teoretis, pengembangan objek wisata dapat dianalisis menggunakan pendekatan manajemen strategi yang menekankan pada identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam suatu organisasi atau destinasi wisata (Sunarsi, 2024; Sumaryono et al., 2024). Selain itu, dalam konteks ekonomi Islam, pengelolaan wisata juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah seperti amanah, keadilan, kemaslahatan, dan keberlanjutan (Yuhaslinda, 2025). Hal ini sejalan dengan konsep manajemen bisnis syariah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada nilai-nilai etika dan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pengembangan pariwisata berbasis syariah menjadi penting untuk menciptakan destinasi yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi pengembangan pariwisata dari berbagai perspektif. Penelitian oleh Aliani dan Dewi (2025) menunjukkan bahwa strategi promosi dan pelayanan wisata dapat meningkatkan jumlah pengunjung dengan mengedepankan nilai etika bisnis Islam. Sementara itu, penelitian oleh Al Fajar dan Ifantri (2021) menekankan pentingnya strategi promosi digital dalam pengembangan pariwisata berbasis syariah. Penelitian lain oleh Yuhaslinda (2025) menemukan bahwa strategi pengembangan objek wisata syariah menghadapi kendala pada aspek sumber daya manusia dan perizinan, sehingga diperlukan analisis SWOT untuk menentukan strategi yang tepat. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada aspek promosi atau pengembangan secara umum dan belum secara spesifik mengkaji strategi pengembangan objek wisata alam tertentu dengan pendekatan manajemen bisnis syariah secara komprehensif.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian *(research gap)* yang menunjukkan bahwa belum banyak studi yang secara khusus mengkaji strategi pengembangan objek wisata alam berbasis syariah dengan fokus pada peningkatan jumlah pengunjung di lokasi tertentu, khususnya pada objek wisata Kapalo Banda Taram. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan memberikan analisis yang lebih mendalam dan kontekstual sesuai dengan kondisi lapangan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kebaruan dengan mengintegrasikan analisis SWOT dan prinsip manajemen bisnis syariah dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan bernilai Islami.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata Kapalo Banda Taram Kabupaten Lima Puluh Kota dalam peningkatan jumlah pengunjung ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen bisnis syariah, khususnya pada sektor pariwisata, serta memberikan manfaat praktis bagi pengelola wisata, pemerintah, dan masyarakat dalam mengembangkan destinasi wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan karakteristik deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena strategi pengembangan objek wisata alam Kapalo Banda Taram dalam peningkatan jumlah pengunjung ditinjau dari perspektif

manajemen bisnis syariah. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, persepsi, serta pengalaman subjek penelitian secara holistik melalui interaksi langsung di lapangan (Creswell & Poth, 2018; Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan fenomena sosial secara rinci berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini relevan karena fokus penelitian tidak hanya pada hasil, tetapi juga pada proses dan konteks pengelolaan wisata berbasis prinsip syariah (Moleong, 2019; Yin, 2018).

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus *(case study)*, yaitu suatu rancangan penelitian yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam suatu kasus spesifik dalam konteks kehidupan nyata. Penelitian ini berfokus pada objek wisata Kapalo Banda Taram yang terletak di Nagari Taram, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Provinsi Sumatera Barat. Pemilihan desain studi kasus didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin memahami secara komprehensif strategi pengembangan wisata dalam konteks lokal dengan mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan nilai-nilai syariah (Yin, 2018; Stake, 2010). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2025 yang dimulai dari tahap awal penelitian hingga penyusunan laporan akhir.

Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa informan yang memiliki keterkaitan langsung dengan pengelolaan dan pemanfaatan objek wisata Kapalo Banda Taram. Informan utama meliputi ketua pengelola wisata, anggota pengelola, serta Wali Nagari Kapalo Banda Taram yang bernama Nanang Anwar. Selain itu, partisipan juga mencakup masyarakat setempat yang berada di sekitar lokasi wisata serta wisatawan yang berkunjung ke objek tersebut. Teknik pemilihan informan menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan dan mendalam (Etikan et al., 2016; Palinkas et al., 2015). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memilih informan yang dianggap paling mengetahui dan memahami fenomena yang diteliti, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan komprehensif.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pedoman wawancara, lembar observasi, serta dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam (in-depth interview) dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang telah disiapkan sebelumnya untuk menggali informasi terkait strategi pengembangan objek wisata, kendala yang dihadapi, serta peluang yang dapat dimanfaatkan. Teknik observasi dilakukan dengan

mengamati secara langsung kondisi objek wisata, aktivitas pengunjung, serta fasilitas yang tersedia di lokasi penelitian. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa arsip, laporan, foto, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder yang berasal dari jurnal, buku, dan sumber ilmiah lainnya. Kombinasi teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data melalui triangulasi sumber dan metode (Flick, 2018; Lincoln & Guba, 1985).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan matriks SWOT sebagai alat utama dalam merumuskan strategi pengembangan objek wisata. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan wisata, sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat dan efektif. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dikumpulkan. Pendekatan ini sejalan dengan model analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang menekankan pada proses interaktif dan berkelanjutan dalam mengolah data. Selain itu, penggunaan analisis SWOT juga didukung oleh teori manajemen strategi yang menyatakan bahwa identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman merupakan langkah penting dalam perencanaan strategis (Sunarsi, 2024; Sumaryono et al., 2024). Dengan demikian, teknik analisis ini relevan untuk mencapai tujuan penelitian dalam merumuskan strategi pengembangan objek wisata berbasis manajemen bisnis syariah.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan objek wisata Kapalo Banda Taram dalam meningkatkan jumlah pengunjung dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa tema utama, yaitu kondisi internal objek wisata, faktor eksternal yang memengaruhi pengembangan, serta upaya pengelola dalam meningkatkan daya tarik wisata.

Kondisi internal objek wisata

Pada aspek kondisi internal, objek wisata Kapalo Banda Taram memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Salah satu kekuatan utama terletak

pada keindahan alam yang masih alami, suasana yang sejuk, serta keberadaan aliran air yang jernih dan lingkungan yang asri. Selain itu, lokasi wisata yang relatif mudah dijangkau oleh pengunjung juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan minat kunjungan. Fasilitas yang tersedia seperti area parkir, tempat istirahat, serta beberapa sarana pendukung lainnya juga turut memberikan kenyamanan bagi wisatawan, meskipun masih dalam kondisi terbatas. Namun demikian, penelitian juga menemukan adanya beberapa kelemahan dalam pengelolaan objek wisata tersebut. Keterbatasan sarana dan prasarana menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi, terutama terkait dengan fasilitas umum yang belum memadai. Selain itu, pengelolaan yang belum sepenuhnya profesional serta kurangnya promosi yang dilakukan menyebabkan objek wisata ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat di luar daerah. Hal ini berdampak pada jumlah pengunjung yang masih mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu.

Faktor eksternal yang memengaruhi pengembangan

Pada aspek faktor eksternal, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata Kapalo Banda Taram. Meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata alam serta tren pariwisata berbasis lingkungan menjadi peluang besar dalam menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah serta potensi kerja sama dengan pihak lain juga menjadi faktor yang dapat memperkuat pengembangan wisata ini. Di sisi lain, terdapat pula ancaman yang dapat memengaruhi keberlanjutan pengembangan objek wisata. Persaingan dengan destinasi wisata lain yang memiliki fasilitas lebih lengkap menjadi salah satu tantangan utama. Selain itu, faktor cuaca dan kondisi alam juga dapat memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, terutama pada musim hujan yang dapat mengurangi kenyamanan pengunjung.

Upaya pengelola dalam meningkatkan daya tarik wisata

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, pengelola wisata telah melakukan beberapa upaya dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Upaya tersebut meliputi perbaikan fasilitas secara bertahap, menjaga kebersihan lingkungan, serta memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan. Selain itu, pengelola juga mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan objek wisata kepada masyarakat luas.

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal Objek Wisata Kapalo Banda Taram

Faktor Internal	Uraian
Kekuatan (Strengths)	Keindahan alam yang alami, lingkungan sejuk, aksesibilitas cukup baik
Kelemahan (Weaknesses)	Sarana prasarana terbatas, promosi belum optimal, pengelolaan belum maksimal

Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal Objek Wisata Kapalo Banda Taram

Faktor Eksternal	Uraian
Peluang (Opportunities)	Tren wisata alam meningkat, dukungan pemerintah, potensi kerja sama
Ancaman (Threats)	Persaingan destinasi lain, faktor cuaca, keterbatasan daya saing

Berdasarkan Tabel 1 dan 2 terlihat bahwa objek wisata Kapalo Banda Taram memiliki kombinasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangannya. Kekuatan utama terletak pada potensi alam, sedangkan kelemahan utama berada pada aspek pengelolaan dan fasilitas. Sementara itu, peluang eksternal cukup besar, namun diiringi dengan ancaman yang perlu diantisipasi oleh pengelola.

Meskipun secara umum objek wisata Kapalo Banda Taram memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan, terdapat beberapa temuan yang tidak sepenuhnya sejalan dengan pola umum. Sebagian pengunjung menyatakan bahwa fasilitas yang tersedia belum memadai, terutama terkait dengan kebersihan dan kelengkapan sarana umum. Selain itu, terdapat pula pengunjung yang mengungkapkan bahwa akses menuju lokasi wisata masih memerlukan perbaikan pada beberapa titik tertentu. Di sisi lain, meskipun pengelola telah melakukan promosi melalui media sosial, hasilnya belum menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan belum sepenuhnya efektif dalam menjangkau target pasar yang lebih luas. Temuan ini menjadi indikasi bahwa diperlukan upaya yang lebih optimal dalam pengembangan strategi promosi dan pengelolaan wisata secara keseluruhan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan objek wisata Kapalo Banda Taram dalam meningkatkan jumlah pengunjung menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan pengelolaan wisata. Kekuatan utama yang dimiliki objek wisata ini terletak pada keindahan alam yang

masih alami, suasana yang sejuk, serta lingkungan yang asri. Temuan ini menunjukkan bahwa daya tarik utama wisata alam masih menjadi faktor dominan dalam menarik minat wisatawan, sehingga pengelolaan yang berfokus pada pelestarian lingkungan menjadi aspek yang sangat krusial. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian yang ingin merumuskan strategi pengembangan berbasis potensi lokal dengan mempertimbangkan prinsip keberlanjutan.

Di sisi lain, kelemahan yang ditemukan seperti keterbatasan sarana dan prasarana serta belum optimalnya pengelolaan menunjukkan bahwa aspek manajerial masih menjadi tantangan utama. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan pengembangan wisata tidak hanya bergantung pada potensi alam, tetapi juga pada kemampuan pengelola dalam menyediakan fasilitas yang memadai serta menerapkan manajemen yang efektif. Selain itu, fluktuasi jumlah pengunjung yang terjadi menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan belum sepenuhnya mampu menciptakan stabilitas kunjungan wisatawan.

Faktor eksternal seperti meningkatnya tren wisata alam dan dukungan pemerintah memberikan peluang yang besar bagi pengembangan objek wisata ini. Namun, adanya ancaman berupa persaingan dengan destinasi lain serta faktor cuaca menunjukkan bahwa pengelola perlu memiliki strategi adaptif dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal. Upaya yang telah dilakukan oleh pengelola seperti perbaikan fasilitas dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi merupakan langkah awal yang positif, namun masih memerlukan penguatan agar dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori manajemen strategi yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi atau destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengidentifikasi dan mengelola faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT (Sunarsi, 2024; Sumaryono et al., 2024). Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa potensi alam merupakan daya tarik utama dalam pengembangan wisata berbasis lingkungan, serta bahwa pengelolaan yang baik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Supriadi & Roedjinandari, 2017; UNWTO, 2023).

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan studi yang menekankan pentingnya strategi promosi dan pelayanan dalam meningkatkan daya tarik wisata. Penelitian oleh Aliani dan Dewi (2025) menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif dan pelayanan yang baik mampu meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan, terutama jika didukung dengan

penerapan nilai etika bisnis. Penelitian lain oleh Al Fajar dan Ifantri (2021) juga menegaskan bahwa pemanfaatan media digital dalam promosi pariwisata dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Namun demikian, hasil penelitian ini juga menunjukkan perbedaan dengan beberapa studi sebelumnya. Penelitian ini menemukan bahwa promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh pengelola belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa promosi digital memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisata (Al Fajar & Ifantri, 2021; Yasin & Ahkam, 2023). Perbedaan ini menunjukkan bahwa efektivitas promosi tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media digital, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas konten, strategi komunikasi, serta kesiapan fasilitas pendukung di destinasi wisata.

Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, hasil penelitian ini juga menunjukkan kesesuaian dengan prinsip-prinsip dasar seperti amanah, keadilan, dan kemaslahatan dalam pengelolaan usaha (Yuhaslinda, 2025). Pengelolaan wisata yang menjaga kebersihan lingkungan dan memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung mencerminkan penerapan nilai-nilai etika dalam bisnis Islam. Hal ini sejalan dengan konsep manajemen bisnis syariah yang menekankan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan tanggung jawab sosial (Dusuki & Abdullah, 2017; Hasan, 2020). Namun demikian, masih terdapat ruang untuk meningkatkan implementasi prinsip syariah secara lebih komprehensif, terutama dalam aspek pengelolaan yang profesional dan berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting: 1) Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat konsep manajemen strategi dalam pengembangan pariwisata, khususnya dalam konteks integrasi analisis SWOT dengan prinsip manajemen bisnis syariah. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan strategis yang mempertimbangkan aspek internal dan eksternal serta nilai-nilai syariah dapat menjadi dasar yang efektif dalam merumuskan strategi pengembangan wisata yang berkelanjutan; 2) Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola objek wisata Kapalo Banda Taram dalam merancang strategi pengembangan yang lebih terarah. Pengelola perlu meningkatkan kualitas sarana dan prasarana, memperkuat strategi promosi, serta mengoptimalkan pengelolaan berbasis prinsip syariah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah

dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata yang berbasis potensi lokal dan berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui sebagai bagian dari integritas ilmiah. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan pada satu objek wisata, yaitu Kapalo Banda Taram, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan ke objek wisata lain dengan karakteristik yang berbeda. Kedua, jumlah informan yang terbatas serta penggunaan pendekatan kualitatif menyebabkan hasil penelitian lebih bersifat kontekstual dan mendalam, namun tidak dapat menggambarkan kondisi secara kuantitatif. Selain itu, penelitian ini juga terbatas pada waktu pelaksanaan yang relatif singkat, sehingga belum dapat mengamati dinamika perubahan jumlah pengunjung dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) dengan melibatkan lebih banyak partisipan serta cakupan wilayah yang lebih luas, sehingga hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan objek wisata Kapalo Banda Taram dalam meningkatkan jumlah pengunjung sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh objek wisata tersebut. Kekuatan utama terletak pada potensi alam yang masih alami, suasana yang sejuk, serta lingkungan yang asri yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Namun demikian, kelemahan yang ditemukan berupa keterbatasan sarana dan prasarana, pengelolaan yang belum optimal, serta promosi yang masih terbatas menyebabkan jumlah pengunjung mengalami fluktuasi. Di sisi lain, terdapat peluang yang cukup besar dari meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata alam dan dukungan pemerintah, namun juga dihadapkan pada ancaman berupa persaingan dengan destinasi lain serta faktor cuaca. Berdasarkan analisis yang dilakukan, upaya pengelola dalam meningkatkan jumlah pengunjung telah dilakukan melalui perbaikan fasilitas, menjaga kebersihan lingkungan, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Namun, upaya tersebut belum sepenuhnya memberikan dampak yang signifikan, sehingga diperlukan strategi pengembangan yang lebih komprehensif dan terarah. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk merumuskan strategi pengembangan objek wisata Kapalo Banda Taram dalam peningkatan jumlah pengunjung ditinjau dari perspektif manajemen bisnis syariah telah tercapai melalui identifikasi faktor strategis dan upaya pengembangan yang dilakukan.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen bisnis syariah dan pengelolaan pariwisata: 1) Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep manajemen strategi melalui penerapan analisis SWOT dalam konteks pengembangan objek wisata berbasis potensi lokal. Selain itu, penelitian ini juga mengintegrasikan prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah dalam pengelolaan pariwisata, sehingga memberikan perspektif baru mengenai pentingnya nilai-nilai etika, amanah, dan keberlanjutan dalam pengembangan destinasi wisata; 2) Secara metodologis, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena pengelolaan wisata dalam konteks lokal. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengelola wisata dan pemerintah daerah dalam merancang strategi pengembangan yang lebih efektif, terarah, dan berkelanjutan, khususnya dalam meningkatkan jumlah pengunjung dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya: 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian tidak hanya pada satu destinasi wisata, sehingga hasil penelitian dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi; 2) Penggunaan pendekatan campuran (mixed methods) dapat dipertimbangkan untuk mengombinasikan keunggulan data kualitatif dan kuantitatif dalam menganalisis pengembangan pariwisata secara lebih komprehensif; 3) Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengkaji secara lebih mendalam efektivitas strategi promosi digital dalam meningkatkan jumlah pengunjung, termasuk analisis terhadap perilaku wisatawan dan preferensi pasar; 4) Diperlukan penelitian lanjutan yang mengkaji implementasi manajemen bisnis syariah secara lebih spesifik dalam pengelolaan objek wisata, sehingga dapat memberikan model pengembangan wisata syariah yang lebih aplikatif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Al Fajar, M., & Ifantri. (2021). Strategi Promosi Digital dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Syariah. *Jurnal Pariwisata Syariah, 3*(2), 45–58.

Aliani, R., & Dewi, S. (2025). Strategi Pelayanan dan Promosi Wisata Berbasis Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah, 10*(1), 12–25.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customers patronise Islamic banks? *International Journal of Bank Marketing, 25*(3), 142–160. https://doi.org/10.1108/02652320710739850

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5*(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11

Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). SAGE Publications.

Hasan, Z. (2020). Islamic business ethics and its impact on business sustainability. *Journal of Islamic Business Research, 12*(3), 345–360.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research, 42*(5), 533–544. https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y

Stake, R. E. (2010). *Qualitative research: Studying how things work*. Guilford Press.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumaryono, S., et al. (2024). Analisis SWOT dalam Manajemen Strategi Pariwisata. *Jurnal Manajemen Strategi, 8*(1), 23–35.

Sunarsi, D. (2024). Strategic management approach in tourism development. *International Journal of Management Studies, 9*(2), 101–115.

Supriadi, B., & Roedjinandari, N. (2017). Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Kepariwisataan, 11*(1), 45–56.

UNWTO. (2023). *Tourism and sustainable development report*. World Tourism Organization.

Yasin, M., & Ahkam, M. (2023). Digital marketing strategy in tourism sector. *Journal of Tourism Research, 15*(2), 78–90.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

Yuhaslinda. (2025). Manajemen Bisnis Syariah dalam Pengembangan Wisata Halal. *Jurnal Ekonomi Islam, 11*(1), 1–14.