

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Metode Analisis SOAR pada Pariwisata Syariah di Pulau Madura

Farid Ardyansyah¹⁾, Nasrulloh²⁾

^{1,2}Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura

*Email korespondensi: farid@trunojoyo.ac.id

Abstract

According to data from *The Global Islamic Economy Report* cited by Reuters (2015) predicts that it will increase in 2019 to 238 billion dollars and represent 13% of global contests. Projections of Muslim tourists will increase so that Madura Island, which is still just developing, is able to take advantage of these opportunities and can take advantage of one of the sharia tourism development destinations that must be able to take advantage of these opportunities and prove that the Madura economy is capable and competitive. Sharia tourism is a tourism concept that makes it easy for Muslim tourists to fulfill their travel needs. The analytical method used to formulate the strategy is SOAR analysis using a matrix that is adapted to research needs. The results of this study include 1) Planning and developing tourism through the creation of promotional media, both print media and social media that are integrated with the website to attract tourists and investors. 2) Rearrange and classify tourist objects by making clear, persuasive, informative and binding regulatory plans. 3) Madura Island tour packages in collaboration with relevant agencies or travel agents. 4) Creating training and coaching activities for local youth or synergizing with local communities in an effort to build excellent service. 5) Provide facilities and infrastructure that support Madura Island tourism comprehensively, such as a safe, communicative and integrated information service center. 6) Coordinate and map areas that are tailored to the needs and expected numbers. In addition, making regulations and coaching for owners of tourist agents, owners of inns/hotels or synergizing with the surrounding community.

Keywords: Development Strategy; SOAR Method; Human Resource; Sharia Tourism

Saran sitasi: Ardyansyah, F., & Nasrulloh. 2022. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Metode Analisis SOAR pada Pariwisata Syariah di Pulau Madura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3783-3792. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6560>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6560>

1. PENDAHULUAN

John Naisbitt dalam bukunya *Global Paradox*, pariwisata dapat dikategorikan sebagai industri terbesar dunia (*the world's largest industry*) dijelaskan bahwa sekitar 8 persen dari ekspor barang dan jasa, pada umumnya, berasal dari pariwisata. Di Asia Tenggara, berdasarkan catatan WTO, pariwisata menyumbang devisa Negara sebesar 10-12 persen dari DGP dan 7-8 persen dari total *employment* (Pajriah, 2018).

Bagi Indonesia pariwisata merupakan sektor unggulan menyumbang pertumbuhan ekonomi nasional di samping sawit dan sektor tambang, karena potensi wilayah Indonesia sangat luas dan destinasi wisata yang populer dan berbagai destinasi yang belum dikenal luas atau istilah lainnya hidden

paradise. Terlihat pada tahun 2015 penerimaan devisa dari sektor pariwisata sebesar 12,2 miliar dolar AS, pada tahun 2016 mencapai 13,6 miliar dolar AS, pada tahun 2017 sebanyak 15 miliar dolar AS, dan pada tahun 2018 mencapai 19,29 miliar dolar AS. Sehingga GDP dari sektor pariwisata pada tahun 2017 sebesar 4,50 persen, naik pada tahun 2018 mencapai 4,80 persen. (Kemenpar RI, 2019).

Namun sangat disayangkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang ke Indonesia justru tidak mencapai target yang seharusnya. Pada tahun 2017 targetnya 15 juta wisatawan, terealisasi mencapai 13,7 juta wisatawan (Fajar, 2018). Begitu juga pada tahun 2018 targetnya 17 juta wisatawan, hanya mencapai 15,8 juta wisatawan (Anggraeni, 2019). Dibandingkan dengan negara lain di ASEAN

pada tahun 2018 Indonesia berada di urutan keempat, sedangkan di urutan ketiga ada Singapura dengan jumlah 18,5 juta wisatawan, posisi kedua Malaysia mencapai 25,8 juta wisatawan, dan posisi pertama yaitu Thailand mencapai 38,3 juta wisatawan (Kusnandar, 2019). Hal ini tentu harus menjadi perhatian serius bagi Pemerintah dalam mengelola pariwisata di wilayah potensial di Indonesia. Salah satu wilayah yang memiliki potensi tersebut adalah Pulau Madura.

Memperluas pangsa pasar pariwisata di wilayah-wilayah potensial dapat menjadi alternatif untuk Indonesia dalam menarik kunjungan wisatawan, misalnya mengembangkan pariwisata syariah sebagai salah satu segmen pariwisata yang tumbuh cepat saat ini. Pariwisata Syariah adalah fasilitas dan layanan wisata bagi wisatawan Muslim sesuai dengan standar prinsip-prinsip Islam, misalnya tersedianya makanan dan minuman halal, akses ibadah yang memadai, dan tempat tinggal yang nyaman untuk wisatawan Muslim. Tumbuhnya pariwisata syariah terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan Muslim, pada tahun 2010 terdapat 98 juta wisatawan, dan tahun 2018 mencapai 140 juta wisatawan, dan diproyeksikan pada tahun 2020 akan mencapai 160 juta wisatawan (Global Muslim Travel Index, 2019). Hal ini dapat menjadi alternatif tambahan dalam segmen pariwisata Indonesia dengan jumlah masyarakat mayoritas Muslim dapat dengan mudah bagi Indonesia mengembangkan pariwisata syariah.

Pulau Madura memiliki potensi untuk mengembangkan pariwisata syariah. Pariwisata syariah tidak hanya untuk wisatawan muslim karena memiliki karakteristik produk dan layanan yang universal. Produk dan layanan yang ditawarkan pariwisata syariah sama seperti pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan hukum syariah, sehingga pariwisata syariah juga tidak terbatas pada wisata religi (Jaelani, 2017).

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola pariwisata, yaitu atraksi termasuk pertunjukan budaya yang menarik wisatawan; akses yaitu pentingnya infrastruktur penunjang seperti jalan, ketersediaan transportasi, dan integrasi antar destinasi, dan konektivitas; amenities yakni tersedianya akomodasi, memperhatikan kebersihan, fasilitas sekitar destinasi (Riadhussyah & Subarkah, 2020) Selain itu sangat penting untuk memperhatikan sumber daya manusia yang menjadi kunci

penggerak pariwisata sebagai pendukung perluasan dan percepatan ekonomi, satu wisatawan mancanegara dapat menyerap tenaga kerja lebih dari satu orang, misalkan ojek, jasa hotel, pemandu wisata, dan yang lainnya. Sumber daya manusia di Indonesia setidaknya memiliki permasalahan dalam tiga hal, yaitu terkendala bahasa asing, kemampuan manajerial, dan kurangnya pemahaman terkait teknologi informasi (Widodo, 2016).

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyebutkan bahwa Sumber Daya Manusia terkait dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan yang dimaksud dengan Kepariwisata adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah daerah, dan pengusaha.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimanakah Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Pariwisata Syariah di Pulau Madura?
- Bagaimana Metode Analisis SOAR terhadap Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Pariwisata Syariah di Pulau Madura?

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif dengan kajian lapangan, (Abdurrahman, 1998) yakni pencarian data yang dilakukan di Dinas Pemuda dan Olahraga & Dinas Pariwisata di Pulau Madura. Penelitian ini dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan dan mewawancarai Dinas Pemuda dan Olahraga & Dinas Pariwisata di Pulau Madura dalam upaya strategi pengembangan SDM pada pariwisata syariah di Madura.

Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi pustaka yakni penelitian dengan mengumpulkan data yang menggambarkan suatu peristiwa serta semua hal yang berkaitan dengannya berdasarkan pada fakta dan

fenomena yang ditemukan dalam putusan (Sudrajat, 2011) dan menggunakan analisis SOAR. Analisis SOAR digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan sumber daya manusia yang dapat dilakukan oleh suatu organisasi atau pemerintahan yang berkaitan langsung dengan Pariwisata Syariah.

Metode Pengumpulan Data

Observasi: yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung baik terhadap lokasi penelitian secara umum, maupun keadaan responden itu sendiri.

Wawancara: yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berdialog atau tanya jawab langsung dengan responden untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat dan diperlukan sesuai dengan permasalahan yang diteliti agar data jadi lebih lengkap.

Dokumentasi: yaitu salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010).

Sumber Data

Strategi yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang menurut Creswell (2010) merupakan strategi penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok dari individu atau organisasi. Kasus- kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpul data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. Metode pengumpulan data dilakukan melalui:

- a. Studi Kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengoleksi dan menganalisa buku-buku, analisa neraca bisnis, jurnal Ekonomi dan Bisnis dan website e-commerce yang memberikan input atau menunjang penelitian.
- b. Studi Lapangan. Studi lapangan ini dilakukan dengan dua teknik berikut:
 - 1) Studi Dokumen untuk memperoleh informasi dalam bentuk laporan kegiatan

periode sebelumnya. Dalam menentukan objek yang dijadikan sampel, penelitian ini menggunakan metode *non probability* sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu melakukan pengambilan atau pemilihan sampel yang dilakukan hanya atas dasar pertimbangan penelitian saja yang menganggap unsur-unsur yang dikehendaki telah ada dalam anggota sampel yang diambil. Cara ini bertujuan untuk membangun sebuah pemahaman yang detail guna membangun pemahaman yang berguna, membantu peneliti memahami fenomena dan mengungkap rahasia yang terpendam.

- 2) Selain melakukan analisis terhadap dokumen, penulis juga melakukan wawancara (*interview*) dengan Dinas Pemuda dan Olahraga & Dinas Pariwisata di Pulau Madura. Dalam Wawancara ini dilakukan dengan model wawancara bebas terpimpin yaitu wawancara dengan daftar pertanyaan terlebih dahulu yang dipakai sebagai pedoman, tetapi variasi pertanyaan disesuaikan dengan situasi pada saat wawancara dilakukan, dengan tujuan untuk memudahkan memperoleh data secara mendalam.

Teknik Analisis Data

Analisis Data menurut Gay dan Diehl (2006) adalah upaya peneliti kualitatif untuk meringkas data yang dikumpulkan secara akurat dan dapat diandalkan. Hal ini adalah penyajian temuan penelitian dengan cara yang lazim dilakukan. Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori- kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SOAR. SOAR merupakan perpaduan kekuatan dan peluang

yang dimiliki perusahaan agar dapat menghasilkan aspirasi dan hasil. Perbedaan pada pendekatan SOAR adalah identifikasi dan fokus pada kekuatan dan peluang dibandingkan sebatas menelusuri masalah, kekurangan, kelemahan dan ancaman. Kelemahan dan ancaman tetap ada dan tidak diabaikan tetapi dirangkai ulang agar fokus sesuai dengan peluang dan hasil interview sehingga kekurangan dan ancaman dapat berubah menjadi kekuatan (Zamista, 2020). Berikut matriks SOAR sebagai berikut :

Tabel 1.
Matriks SOAR

Internal / Eksternal	Strength	Opportunities
Aspirations Daftar faktor harapan dari Internal	Strategi SA Menciptakan focus strategi pada kekuatan untuk mencapai aspirasi	Strategi OA Strategi yang bertujuan pada aspirasi untuk memanfaatkan peluang
Results Daftar hasil yang terukur untuk diwujudkan	Strategi SR Menciptakan strategi berdasarkan kekuatan untuk mencapai hasil yang terukur	Strategi OR Strategi yang berorientasi pada kesempatan untuk mencapai hasil yang terukur

Matriks SOAR berfungsi untuk menyusun faktor-faktor strategis yang menggambarkan bagaimana antara kekuatan dan peluang eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan aspirasi dan hasil terukur yang dimilikinya. Keterangan matriks SOAR, 1) Strategi SA. Menciptakan strategi fokus pada kekuatan untuk mencapai aspirasi. 2) Strategi OA. Strategi yang bertujuan pada aspirasi untuk memanfaatkan peluang. 3) Strategi SR. Menciptakan strategi berdasarkan kekuatan untuk mencapai hasil yang terukur. 4) Strategi OR. Strategi yang berorientasi pada kesempatan untuk mencapai hasil yang terukur. Dengan analisis SOAR, masing-masing variable akan dijabarkan sesuai dengan situasi dan kondisi pada SDM pariwisata syariah di Madura. Strengths untuk mengungkap kekuatan apa saja yang dimiliki SDM

pariwisata syariah di Madura. *Opportunities* digunakan untuk mengungkap peluang apa saja yang dimiliki SDM pariwisata syariah di Madura. Aspirations untuk menampung aspirasi atau harapan dari para stakeholder, yang berasal dari Dinas Pemuda dan Olahraga & Dinas Pariwisata, Pelaku Pariwisata Syariah dan Konsumen Pariwisata Syariah di Pulau Madura. Result untuk menunjukkan hasil apa saja selama masa pariwisata di Pulau Madura.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*), yaitu Dinas Pemuda dan Olahraga & Dinas Pariwisata di Pulau Madura dan Para Pelaku Pariwisata Syariah selama 7 (Tujuh) bulan pada Juni – Desember 2021.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat merancang strategi dalam melakukan perencanaan pengembangan kegiatan pariwisata dengan menggunakan model analisis SOAR harus memperhatikan kekayaan yang dimiliki, dari segi kekayaan alam, potensi SDM lokal, industri pendukung kegiatan wisata dan juga membentuk tim organisasi dari pihak pemerintah setempat, stakeholders, ilmuan/akademiki, industri pendukung kegiatan wisata dan pihak-pihak lain yang berpengaruh dalam kegiatan wisata Pulau Madura.

Perencanaan Pengembangan pariwisata merupakan kegiatan utama yang harus diperhatikan dalam upaya memberikan kontribusi positif untuk peningkatan ekonomi bagi wilayah setempat khususnya dan negara pada umumnya. Pengembangan pariwisata harus dikemas dan dibuat dengan memperhatikan kekayaan yang dimiliki, kebutuhan dan keinginan masyarakat setempat serta permintaan/kebutuhan dari sektor swasta dan pemerintah setempat. Upaya Perencanaan pengembangan pariwisata harus mengoptimalkan kekuatan dan kesempatan yang dimiliki oleh wilayah Pulau Madura khususnya dan Jawa Timur pada umumnya. Saat ini Pulau Madura memiliki berbagai macam tempat wisata yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan yang berkunjung ke Pulau Madura, berikut adalah daftar ragam obyek wisata terpopuler yang dapat dikunjungi di Pulau Madura :

Tabel 2
Data Pariwisata Populer di Madura

No	Nama Obyek Wisata	Jenis Wisata	Lokasi	Jumlah Wisatawan
1.	Makam Syaikhona Cholil	Religi dan Budaya	Bangkalan	737.210
2.	Makam Air Mata Ibu	Religi dan Budaya	Bangkalan	139.315
3.	Pasarean Batu Ampar	Religi dan Budaya	Pamekasan	128.374
4.	Pantai Lon Malang	Alam	Sampang	90.344
5.	Wisata Nepa	Alam	Sampang	71.015
6.	Pantai E Kasogi	Alam	Sumenep	50.138
7.	Mutiara Tirta	Permainan	Sumenep	24.630
8.	Asta Panaongan	Religi dan Budaya	Sumenep	24.109
9.	Air Terjun Toroan	Alam	Sampang	23.891
10.	Pantai Biru	Alam	Bangkalan	23.698
11.	Pantai Talang Siring	Alam	Pamekasan	21.622
12.	Pantai Camplong	Alam	Sampang	21.008
13.	Makam Asta Tinggi	Religi dan Budaya	Sumenep	20.398
14.	Puncak Ratu	Alam	Pamekasan	18.541
15.	Hutan Mangrove Kec. Sepulu	Konversasi Alam	Bangkalan	16.785
16.	Pantai Jumiang	Alam	Pamekasan	16.710
17.	Masjid Jamik Sumenep	Religi dan Budaya	Sumenep	15.381
18.	Makam Ratu Ibu	Religi dan Budaya	Sampang	14.972
19.	Bukit Kehi	Alam	Pamekasan	13.606
20.	Makam Sultan Abdul Kadirun	Religi dan Budaya	Bangkalan	10.166

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2021

Dari data populer obyek wisata di atas, mayoritas wisata yang terdapat di Pulau Madura adalah wisata alam, budaya dan religi. Hal ini merupakan poin utama dan memiliki potensi otentik yang tidak dimiliki di daerah atau wilayah lain. Keindahan alam yang memanjakan mata dan peninggalan budaya yang syarat akan makna membuat Pulau Madura memiliki tempat tersendiri bagi wisatawan lokal maupun nusantara. Selain obyek wisata tersebut masih banyak potensi wisata yang tidak kalah populer seperti nasi bebek sebagai wisata kuliner yang melegenda, karapan sapi sebagai wisata atraksi penuh adrenalin dan budidaya garam sebagai eduwisata yang syarat akan nilai ekonomis penduduk lokal.

Dari segala sisi, potensi dan nilai yang dimiliki oleh obyek wisata Pulau Madura tidak dapat dipandang sebelah mata. Nyatanya, kekayaan wisata Madura tersebut, masih sebegini kecil dari sekian banyak yang belum terjamah secara masif. Sehingga diperlukan tindakan yang konstruktif untuk mengelola dan mengembangkan beberapa potensi tersebut sehingga sesuai dengan tujuan pemerintah pusat yang ingin menguatkan kearifan dan budaya lokal sebagai kekayaan daerah Indonesia yang harus dilestarikan. Oleh karena itu peran serta masyarakat yang didukung penuh oleh pemerintah daerah menjadi modal yang

besar dalam pengelolaan dan pengembangan wisata di pulau Madura.

Pengembangan pariwisata Pulau Madura tidak terlepas dari upaya pengaturan dan pembinaan Sumber Daya Manusia yang adaptif, informatif dan kreatif sebagai tonggak utama pariwisata. Sumber daya manusia masih sangat diperlukan meski arus globalisasi perubahan dan teknologi menjadi ancaman. Namun jika dapat dikelola dengan baik, ketiganya dapat berjalan beriringan bahkan mampu menjadi satu kesatuan yang saling menguatkan.

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Analisis SOAR

Keberadaan sumber daya manusia (SDM) berperan penting dalam pengembangan pariwisata. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (*tourist*) atau sebagai pekerja (*employment*). Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di Lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori di atas,

namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut.

Dengan merujuk pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian SDM dapat terkait dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan yang dimaksud dengan Kepariwisata adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah daerah, dan pengusaha. Sedangkan Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Berdasarkan ke tiga pengertian pariwisata di atas maka yang dimaksud dengan SDM Pariwisata adalah Seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat tangible maupun *intangible* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata.

Pariwisata sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada keberadaan manusia. Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara (Setiawan, 2016).

SDM merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memajukan sector pariwisata. Pentingnya SDM di sektor pariwisata adalah manusia (*people*) merupakan sumber daya yang sangat penting

di sebagian besar organisasi. Khususnya di organisasi berbasis jasa (*service-based organization*), SDM berperan sebagai faktor kunci dalam mewujudkan keberhasilan kinerja (Evans, Campbell, & Stonehouse, 2003). Pada beberapa industri, factor manusia berperan penting dan menjadi faktor kunci sukses terhadap pencapaian kinerja. Seperti pada industri pariwisata, dimana perusahaan memiliki hubungan langsung yang bersifat intangible (tak berwujud) dengan konsumen yang sangat bergantung pada kemampuan individu karyawan dalam membangkitkan minat dan menciptakan kesenangan serta nyaman kepada para konsumennya (Setiawan, 2016).

Produk industri pariwisata adalah jasa, oleh karena itu penekanannya harus pada segi pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan merupakan indikator utama yang menunjukkan tingkat profesionalnya (Nandi, 2008). Pengembangan SDM di industri pariwisata saat ini menghadapi tantangan global yang memerlukan solusi dengan menembus batasan-batasan negara, wilayah dan benua. Salah satu solusi yang perlu ditempuh adalah dengan meningkatkan kompetensi SDM yang dimiliki suatu Negara termasuk Indonesia melalui peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan yang tepat.

Tabel 3

Responden Pariwisata Pulau Madura

No.	Kategori Responden	Jumlah Responden
1.	Pemerintah	5
2.	Penduduk Asli	39
3.	Wisatawan	56
Total		100

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2021

Berikut ini disajikan tabel kekuatan dan kesempatan yang dimiliki oleh Pariwisata Pulau Madura dalam strategi pengembangan sumber daya manusia pariwisata.

Tabel 4

Kekuatan dan Peluang Pariwisata Pulau Madura

S	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	O	<i>Opportunities</i> (Kesempatan)
1	Jumlah wisata religi sebanyak 40 obyek wisata yang tersebar di seluruh Kabupaten di Pulau Madura yang dapat dikelola sebagai wisata budaya dan religi. Wisata religi memiliki daya tarik bagi penduduk	1	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Jawa Timur selalu meningkat dari tahun ke tahun, sehingga Pulau Madura sangat cocok jika mengembangkan kegiatan wisata.

S	<i>Strengths (Kekuatan)</i>	O	<i>Opportunities (Kesempatan)</i>
	muslim di wilayah Jawa Timur dan Nusantara pada umumnya. Hampir setiap perayaan hari besar keagamaan, wisata religi menjadi tujuan utama masyarakat Jawa Timur.		
2	Wisata alam Pulau Madura: Pantai Lon Malang, Pantai E Kasogi, Gili Labak, Bukit Tinggi, Puncak Ratu, Goa Kuning, Goa Soekarno dan beberapa wisata alam lainyang mempesona	2	Pada Visi Misi Kabupaten di Pulau Madura disebutkan bahwa pemerintah Kabupaten di Pulau Madura memiliki misi agar mampu meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat melalui BidangPariwisata
3	Wisata Religi dan Budaya di Pulau Madura terdapat makam syaikhona Cholil di Bangkalan, Masjid Jami dan Museum Keraton di Sumenep yang syarat akan nilai religiusitas dan kental dengan budaya Madura. Sehingga setiap tahunnya jumlah wisatawan selalu meningkat.	3	Gubernur Jawa Timur mengatakan bahwa Jatim memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah. Hal ini perlu menjadi perhatian agar terjadi pengembangan lebih luas pada beberapa sektor. Potensi ekonomi syariah ini tidak hanya berfokus dari produk-produk halal, tetapi bisa saja dikembangkan di sektor lain seperti pengembangan pariwisata halal.
4	Kekayaan budaya khas Madura yang beragam dari seni musik seperti musik saroinen, tong-tong, dhaul dan gambus. Dari seni tari, Tari Moang Sangkal, Tari Codi' Somekkar dan Tari Gambu. Dari kekayaan budaya tersebut dilatih dan diwadahi dalam sanggar-sanggar tari.	4	Presiden telah menempatkan pariwisata sebagai <i>leading sector</i> pembangunan.
5	Kekayaan budaya khas Madura berupa lagu berbahasa Madura yang diciptakan oleh pemuda asli tanah garam dan diunggah di kanal YouTube. Seperti Aghebey Lokah, Kaelangan Taresna, Benni Jhudhuh, Settong Taresna dan lain-lain. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk pendekatan pemuda Madura dalam mengkampanyekan budaya dan pariwisata Madura melalui lagu.	5	Setiap pemerintah kabupaten di Pulau Madura memiliki REPATA (Rencanaan Pariwisata Kabupaten), dimana dalam rancangan tersebut memiliki 3 poin utaman yaitu daya tarik/atraksi, aksesibilitas dan sarana kenyamanan.
6	Wisata Kuliner di Pulau Madura memiliki Riwayat yang Panjang, ciri khas kudapan madura adalah pedas dan sedikit asin. Aneka hidangan bebek yang di goreng maupun di songkem merupakan cita rasa khas Madura yang menjadi jujukan utama wisatawan setelah lelah menjelajah obyek wisata. Selain olahan bebek ada kudapan lain yang bisa dinikmati seperti Tajin Sobih, Topak Ladhe, Nasi Serpang, Sate dan Soto Madura.	6	Gubernur Jawa Timur menandatangani MoU Halal Value Chain Bersama Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia, yakni Komisi Pemberdayaan Ekonomi Umat.
7	Wisata Sejarah: bangunan-bangunan bersejarah yang terletak sebelah timur kota Sumenep, terdapat Benteng VOC Kalimook dan Kota Tua di Kalianget. Peninggalan pabrik garam dengan arsitektur kolonial yang kental. Rumad Adat Tradisional Madura Taneah Lanjhang dapat mudah ditemui di beberapa daerah menuju Pantai Lombang dan Pantai Slopeng	7	Kontribusi Pariwisata terhadapPDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Jawa Timur selalu baik. Pada Tahun 2020 menyumbang 5.64% hal tersebut mengalami sedikit penurunan karena terdampak pandemi. Namun pada tahun-tahun sebelumnya, kontribusi pariwisata bisa mencapai 60-70%

S	<i>Strengths (Kekuatan)</i>	O	<i>Opportunities (Kesempatan)</i>
8	Wisata Edukasi : Proses pengolahan dan pemanfaatan garam oleh Petani di Wilayah Pamekasan	8	Berkembangnya kampus dan universitas di Pulau Madura yang mendukung pada pembangunan dan pendampingan industri pariwisata.
9	Aksesibilitas yang mudah terjangkau dengan dibangunnya infrastruktur berupa Jembatan Suramadu yang menghubungkan Pulau Madura dan Jawa. Sehingga jarak yang ditempuh lebih cepat dan efektif.	9	Pulau Madura menjadi bagian strategis pembangunan Kota Surabaya. Konsep pengembangan kota metropolitan Gerbangkertosusilo (Peraturan Pemerintah No 26 Tahun 2008) yang menempatkan Kabupaten Bangkalan sebagai salah satu pusat kegiatannya
10	Pulau Madura menduduki peringkat 3 di Indonesia sebagai penghasil garam terbesar dan terbaik yang mampu bersaing dengan garam impor.	10	Pemerintah Kabupaten di Pulau Madura terus berupaya dalam mengembangkan potensi pariwisata yang tersebar di Pulau Madura.

Sumber Data Primer diolah Peneliti, 2021

Setelah dilakukan proses evaluasi kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Pulau Madura di Sektor Sumber Daya Manusia Pariwisata, maka langkah selanjutnya adalah membahas mengenai harapan-harapan atau tindak lanjut yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kondisi sumber daya manusia Pariwisata di Pulau Madura, untuk menjadi salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Timur.

Upaya-upaya yang akan dilakukan untuk menjadikan kekuatan yang dimiliki menjadi potensi yang kuat dan mengubah ancaman, titik lemah yang dimiliki Pulau Madura menjadi peluang untuk pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata.

Tabel 5

Aspirasi dan Hasil Pariwisata Pulau Madura

A	<i>Aspiration (Aspirasi)</i>	R	<i>Result (Hasil)</i>
A1	Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Pulau Madura	R1	Melakukan pengembangan wisata melalui pembuatan media promosi baik berupa baliho, media cetak maupun media sosial
A2	Menjadi pusat destinasi pariwisata Syariah dalam mendukung Industri Halal	R2	Menata ulang dan mengelompokkan antar obyek wisata dengan membuat perencanaan regulasi yang jelas dan tidak melanggar kaidah hukum syara.
A3	Mengelola Pariwisata Pulau Madura yang terintegrasi sehingga memudahkan wisatawan dalam menentukan obyek wisata yang akan di kunjungi di Pulau Madura	R3	Mengemas wisata Pulau Madura melalui kerja sama dengan instansi atau agen perjalanan terkait
A4	Memiliki pemandu wisata yang ramah, bersih dan komunikatif dalam melayani maupun menyampaikan informasi kepada wisatawan.	R4	Membuat kegiatan pelatihan dan pembinaan kepada pemuda setempat ataupun bersinergi dengan masyarakat lokal dalam upaya membangun pelayanan prima
A5	Memiliki transparansi pengelolaan dana wisata yang dapat diakses oleh publik atau wisatawan. Misal harga tiket masuk, harga makanan dan minuman di obyek wisata	R5	Membuat peraturan yang bersifat persuasif, informatif dan mengikat.
A6	Memiliki kesadaran akan kebersihan, keasrian, kemandirian dan kenyamanan dalam berwisata	R6	Menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan pariwisata yang menyeluruh di Pulau Madura
A7	Mengembangkan wisata Pulau Madura dengan dilengkapi fasilitas pendukung yang	R7	Membuat perencanaan pengembangan pariwisata yang dapat ditawarkan kepada investor, baik

A	Aspiration (Aspirasi)	R	Result (Hasil)
	memadai di obyek wisata. Seperti Villa, Flying Fox, Pelayanan Ramah Anak dan Difabel		pemerintah ataupun masyarakat setempat.
A8	Membuat pusat kuliner, dan arena parkir yang terintegrasi dengan obyek wisata	R8	Mengadakan koordinasi dan pemetaan wilayah yang disesuaikan dengan kebutuhan dan jumlah yang diharapkan.
A9	Obyek wisata di Pulau Madura dapat maju dan berkembang seperti di Pulau Jawa dan daerah lain	R9	Memiliki website dan akun media social yang terintegrasi dan terkoneksi antar obyek wisata
A10	Memiliki perwakilan agen perjalanan yang terhubung antar obyek wisata di setiap Kabupaten dan penginapan terdekat	R10	Membuat peraturan dan pembinaan kepada pemilik agen wisata, pemilik penginapan/hotel ataupun bersinergi dengan dengan masyarakat lokal.
A11	Memiliki Pusat Pelayanan Informasi yang komunikatif di Pintu Masuk Suramadu	R11	Membuat dan menganggarkan dari dinas terkait mengenai pusat layanan informasi yang aman, komunikatif dan terintegrasi.

Kendala yang dihadapi dan Solusinya

Pada tinjauan di lapangan, faktor sumber daya manusia sebagai roda penggerak pariwisata Syariah di Madura, tidak ditemukan langkah kongkrit yang mendukung dan sedikit referensi dari narasumber. Sehingga hal tersebut diarahkan pada Sumber Daya Manusia dan Pariwisata Syariah menjadi satu kesatuan yang utuh dan tidak dapat dipisahkan. Pelaksanaan konferensi tingkat internasional telah dilaksanakan namun konferensi tingkat nasional belum bisa terlaksana karena sulitnya mencari pihak penyelenggara. Solusi yang berusaha kami jalankan adalah dengan mendaftar pada konferensi tingkat internasional untuk yang kedua kalinya.

4. KESIMPULAN

Penarikan kesimpulan dari analisis SOAR pada sumber daya pariwisata Syariah pulau Madura meliputi kekuatan maupun peluang yang diperoleh serta harapan atau aspirasi dan langkah nyata yang harus disusun dan dilakukan dengan tahapan-tahapan sesuai dengan matriks SOAR. Elemen-elemen penting yang perlu dilakukan untuk mencapai target aspirasi yang telah direncanakan adalah sebagai berikut: 1) Melakukan perencanaan dan pengembangan wisata melalui pembuatan media promosi baik media cetak maupun media sosial yang terintegrasi dengan website untuk menarik wisatawan dan investor. 2) Menata ulang dan mengelompokkan antar obyek wisata dengan membuat perencanaan regulasi yang jelas, persuasif, informatif dan mengikat. 3) Mengemas wisata Pulau Madura melalui kerja sama dengan instansi atau agen perjalanan terkait. 4) Membuat kegiatan pelatihan dan

pembinaan kepada pemuda setempat ataupun bersinergi dengan dengan masyarakat lokal dalam upaya membangun pelayanan prima. 5) Menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan pariwisata yang menyeluruh di Pulau Madura seperti pusat layanan informasi yang aman, komunikatif dan terintegrasi. 6) Mengadakan koordinasi dan pemetaan wilayah yang disesuaikan dengan kebutuhan dan jumlah yang diharapkan. Selain itu, membuat peraturan dan pembinaan kepada pemilik agen wisata, pemilik penginapan/hotel ataupun bersinergi dengan dengan masyarakat lokal.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih juga yang tak terhingga penulis haturkan kepada Bapak Dr. Drs. Ec. H. Muh. Syarif, M.Si. Selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura; Ibu Shofiyun Nahidloh, S.Ag., MHI. selaku Dekan Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura; dan LPPM Universitas Trunojoyo Madura, Selaku Sponsor Penelitian ini.

6. REFERENSI

- Abdurrahman, D. (1998). Pengantar Metodologi Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah. *Yogyakarta: Ikfa*.
- Anggraeni, R. (2019). Meleset, Kunjungan Wisman ke Indonesia Hanya 15,8 Juta di Tahun 2018. Retrieved from sindonews: <https://ekbis.sindonews.com/read/1375357/34/meleset-kunjungan-wisman-ke-indonesia-hanya-158-juta-di-tahun-2018-1549007622>.
- Arifin, S. (2017). Digitalisasi Pariwisata Madura. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 53-60.

- Creswell, J. W. (2015). Penelitian kualitatif & desain riset. *Yogyakarta: pustaka pelajar*.
- Dessler, G. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia edisi sepuluh jilid dua. *Indeks, Jakarta*.
- Fajar, A. (2018, Januari 9). Kunjungan Turis Asing ke Indonesia Tahun 2017 Meleset dari Target. Retrieved from Tribunnews: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2018/01/09/kunjungan-turis-asing-ke-indonesia-tahun-2017-meleset-dari-target>.
- Gay, L. R., & Diehl, P. L. (1992). *Research methods for business and management*. Macmillan Coll Division.
- Herdiansyah, H. (2010). Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial.
- Index, G. M. T. (2019). Mastercard-CrescentRating: Global Muslim Travel Index 2019. *MasterCard & CrescentRating*.
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. *International Review of management and Marketing*, 7(3), 25-34.
- Kemenpar RI. (2019). Siaran Pers : Devisa Sektor Pariwisata Meningkatkan Mencapai 19,29 Miliar Dolar AS. Retrieved from Kementerian Pariwisata Republik Indonesia: <http://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-devisa-sektor-pariwisata-meningkat-mencapai-1929-miliar-dolar-as>.
- Kusnandar, V. B. (2019). Di ASEAN, Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia Urutan ke-4. Retrieved from Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/19/di-asean-kunjungan-wisatawan-mancanegara-indonesia-urutan-ke-4>.
- Mangkunegara, A. A. P. (2011). Manajemen sumber daya manusia perusahaan.
- Pajriah, S. (2018). Peran Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Artefak*, 5(1), 25-34.
- Rani, D. P. M. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412-421.
- Riadhussyah, M. (2020). Pengembangan sumber daya manusia di bidang wisata halal dalam menghadapi revolusi industri 4.0. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 8(1), 1-13.
- Rivai, V. (2009). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan: Dari teori ke praktik*. Rajawali Pers.
- Rivai, V. (2009). Sumber Daya Manusia. *Jakarta: Raja Grafindo Persada*.
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan sumber daya manusia di bidang pariwisata: perspektif potensi wisata daerah berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 23-35.
- Subana, M. (2005). Dasar-dasar penelitian ilmiah.
- Umar, H. (2008). Desain Penelitian MSDM dan perilaku karyawan. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Utomo, J. P. (2017). *Strategi pengembangan wisata alam di Pulau Madura pasca pembangunan jembatan Suramadu (studi kasus pada dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Bangkalan)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Widodo, W. S. (2016). 3 Masalah SDM Pariwisata Indonesia Bersaing di Tingkat Global. Retrieved from detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-3176358/3-masalah-sdm-pariwisata-indonesia-bersaing-di-tingkat-global>.
- Zamista, A. A., & Hanafi, H. (2020). Analisis SOAR pada Strategi Pemasaran di Industri Jasa Finance. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 6(1), 27-33.