REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

Dalam pengembangan suatu tempat wisata religi di butuhkan pengembangan yang cukup pesat di dalamnya, tentunya dengan strategi –strategi yang matang guna untuk menghasilkan perkembangan yang banyak di lingkungan yang akan di kembangkan strategi yang berdasar analisisa yang terintegritas secara keseluruhan. Adalah sesudah strategi tersusun, maka unsur pada oeganisasi stelah prespektif pada janggka wakru yang lama, strategi disusun dalam merefleksikan visi dan misi korperasi. Dari hasil studi studi menyatakan perusahaan yang berhasil menerapkan strategi hanya sekitar 30%. Kelemahan utamanya yaitu strategi yang tidak direalisasikan dengan baik karena proses penyusunan yang tidak melibatkan semua unsur yang didapatkannya serta kebijakan yang belum sesuai dengan strategi yang disusun. Berdasarkan eksistensi dari taktik manajemen kadangkalanya yaitu sifatnya masih berbentuk formal.

Berdasarkan dari kamus Besar Bahasa Indonesia strategi merupakan taktik untuk mencapai suatau tujan.[1] Strategi adalah pengertian awam untuk menghasilkan sistematika pada pengelolaan suatu organisasi. Dalam hal pengembangan wisata religi perlu adanya strategi supaya terdapat rumusan yang bisa dijadikan panduan saat mengelolanya. Strategi bisa terjadi saat adanya visi dan misi berdasarkan pedoman ajaran agama islam sesuai dengan perintah Allah yang tertera dalam Al-qur'an dan Sunnah. Strategi pada dasarnya ialah seni dan ilmu menggunakan dan menyebarkank kekuatan agar tercapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Chandler, Ranguti, Freddy (200:3) menyatakan kalua strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya tujuan jangka panjang, program tindak lanjut dan prioritas alokasi sumberdaya.[2] Ada bermacam-macam pemahaman serta

[1] Stephanie Jill Najoan, Johansen Mandey" Transformasi Sebagai Strategi Desain" *Media Matrasain* 8, no.2 (2011):119

[2] Marhanani Tri Astuti, "Stategi Pengembangan Wisata Bahari di Gili Trawangan Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat" *National*

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pengertian tentang strategi oleh para ahli manajemen yaitu Igor Ansoff (1990), menyatakan bahwa strategi sebagai proses manajemen, hubungan antara lembaga dengan lingkungan, terdiri dari perencanaan strategik, perencanaan kapabilitas, dan manajemen perubahan. Selaian itu Arnoldo C. Hax dan Nicholas S. Manjluk (1991), mendefinisikan strategi sebagai cara menuntun lembaga pada sasaran utama pengembangan nilai korporasi, kapabilitas manajerial, tanggung jawab organisasi, dan sistem administrasi yang menghubungkan pengambilan keputusan strategik dan operasional pada seluruh tingkat hirarki, dan melewati seluruh lini lapisan.

Pada umumnya pemahaman tentang strategi merupakan langkah agar bisa memperoleh kesuksesan serta mencapai apa yang menjadi tujuannya.[3] Jadi dari beberapa pengertian diatas bisa di tarik kesimpulan bahwa strategi merupakan alat yang digunakan agar tercapainya tujuan yg sudah ditetapkan sebelumnya. Sama halnya dengan strategi pengembangan wisata religi. Sebelumnya kita menetapkan suatu tujuan yaitu langkah apa yang bisa kita ambil dalam mendongkrak potensi wisata religi itu sendiri. Setelah itu kita harus mencari cara bagaimana supaya kita dapat menciptakan suatu ide yang dapat diimplementasikan dalam pengembagan wisata religi. Sudah pasti untuk menghasilkan strategi yang perlu diperhatikan beberapa hal yaitu kamapuan yang kita punya berdasar pada sumber daya.

2. Pentingnya strategi

Pada dasarnya apapun usahanya tujuannya hanya bisa berjalan secara efektif, ketika sebelumnya telah mempersiapkan serta merencanakan dan menerapkan strategi secara baik. Efektifitas serta efisiensi dalam penetapan strategi merupakan suatu hal yang harus mendapat perhatian. Penetapan strategi dikatakan berjalan secara efektif dan efisien bilamana ada yang menjadi tujuan benar-benar dapat dicapai. Penetapan strategi yang tidak efektif apalagi tidak efisien, sudah pasti merupakan suatu kerugian yang sangat besar berupa pemborosan pikiran, tenaga, waktu, biaya dan lainnya. Disamping itu perencanaan serta strategi juga memungkinkan dipilihnya upaya - upaya yang

---

Conference of Creative industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development (2018): 81

[3] Siti Aminah Chaniago, "Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat" *Jurnal Hukum Islam* 12, no.1 (2014): 94

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

tepat, sesuai dengan situasi serta kondisi. Sebab, strategi dapat mendorong untuk terlebih dahulu membuat perkiraan dan perhitungan mengenai berbagai kemungkinan yang akan timbul berdasarkan hasil pengamatan serta penganalisaannya terhadap situasi dan kondisi yang ada. Berikut beberapa alasan utama tentang pentingnya peranan strategi manajemen bagi lembaga, perusahaan, atau organisasi, yaitu:

a. Memberi arah jangka panjang yang akan dituju.
b. Membantu lembaga, perusahaan atau organisasi beradaptasi pada perubahan – perunahan yang terjadi.
c. Membuat suatu lembaga, perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif, kreatif dan inovatif.
d. Mengidentifikasi keunggulan komporatif suatu lembaga, perusahaan atau organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko.
e. Aktivitas yang tumpeng tindih akan dikurangi.
f. Keengganan berubah dari keanggotaan lama dapat dikurangi.
g. Keterlibatan selurung elemen anggota dalam perubahan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
h. Kegiatan pembuatan strategi akan mempertinggi kemampuan perusahaan atau organisasi tersebut untuk mencegah munculnya masalah dimasa yang akan datang.

Dengan demikian sangatlah penting adanya strategi dalam suatu lembaga, perusahaan atau organisasi guna di harapkan dapat di terapkan serta dikelola sehingga strategi dapat diimplementasikan di semua keputusan dan tindakan dalam lembaga, perusahaan ataupun organisasi.

3. Pengembangan Wisata Religi

a. Pengambangan

Sektor pariwisata memiliki nilai penting serta kontribusi dengan dimensi yang luas, baik secara ekonomi, sosial politik, budaya, kewilayahan serta lingkungan. Secara ekonomi, mendapatkan kontribusi nyata dalam perolehan devisa negara, pendapatan asli daerah dan juga penyerapan tenaga kerja pada usaha-usaha kepariwisataan.

Pengembangan Kepariwisataan Nasional wajib tetap mengedepankan ciri khas bangsa Indonesia utamanya potensi alam, budaya dan kearifan local masyarakat setempat. Norma – norma agama dan nilai – nilai budaya dalam setiap segi kehidupan akan mewarnai pengembangan kepawisataan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

nasional dalam rangka menghasilkan kehidupan yang kondusif terhadap idiologi, politik, ekonomi, sosial, budaya serta pertahanan keamanan. Pengembangan wilayah juga harus mengacu pada potensi wilayah baik potensi wisata (wisata alam dan budaya) ataupun produk kreatif hasil kreativitas masyarakat. Tujuan pariwisata dapat tercapai dengan efektif jika pembangunan dilakukan dengan perencanaan yang baik dan terintegrasi dengan pengembangan daerah secara keseluruhan.[4] dalam mencapai tujuan suatu desa yang mempunyai keunggulan di bidang wisata, maka pengembangan potensi ekonomi lokal yang belum optimal akibat kurangnya perhatian oleh pihak pemerintah harus di galakkan suksesnya suatu desa menjadi tempat wisata terlebih dahulu di lihat dari beberapa sector dari sector geografis, ekonomi, dan lain sebagainya menurut R. Bintarto; desa memiliki perwujudan geografis yang ditimbulkan oleh unsur – unsur fisiografis, sosial, ekonomis politik, kultural setempat dalam hubungan dan pengaruh timbal balik dengan daerah lain. Dan dengan adanya faktor atau hal tersebut membuat dambak baik untuk sektor wisata khususnya wisata religi.[5]

b. Wisata Religi

Wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan sisi religius atau keagamaan yang dianut oleh umat manusia. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama. Wisata religi ini banyak dihubungkan dengan niat atau keinginan wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman dan bahkan tidak jarang meminta kekayaan. Indonesia mempunyai potensi wisata religi yang begitu besar. Hal ini dikenal semenjak dahulu, sebab Indonesia sebagai negara majemuk. Artinya banyak umat beragama di Indonesia. Terdapat enam agama secara sah ada di Indonesia dan penduduknya mayoritas beragama muslim, oleh karena itu Kementerian Pariwisata Republik Indonesia telah melakukan beberapa langkah untuk mendorong aktivitas wisata religi, diantaranya dengan

[4] Dariusman Abdullah, "Pengembangan Wisata Bahari Di Pesisir Pantai Teluk Lampung" *Jurnal Destinasti Kepariwisataan Indonesia* 1, no. 1(2016):45-46

[5] Ahmad Soleh, "Strategi pengembangan potensi desa "*Jurnal Sungkai* 5, no. 1 (2017): 35.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

sosialisasi dan memberdayakan masyarakat dalam mengembangkan destinasi wisata religi. Di berbagai yang terdapat di Indonesia.

Di Indonesia sendiri, istilah ziarah telah tidak asing lagi bahkan sering dilakukan serta menjadi kebutuhan hidup oleh rakyat Indonesia. oleh karenanuya masyarakat di bimbing serta pada beri sosialisasi untuk melakukan pengembangan serta pembangunan pariwisata religi yang terdapat pada wilayah masing–masing. untuk upaya pengembangan yang di lakukan masyarakat nantinya diharapkan suatu perencanaan yang terarah dan integral, agar pengembangan serta pariwisata sinkron menggunakan apa yang dirumuskan sehingga berhasil mencapai tujuan serta target yang diharap baik dari segi ekonomi, sosial budaya dan lingkungan sumber daya alam.

Menurut Gazalba, dalam Toyib dan Sugiyanto menjelaskan pengertian wisata religi yaitu salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan religi atau keagamaan yang dianut oleh manusia. Religi dapat didefinisikan sebagai agama di hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, dihayati menjadi hakikat yang mistik, hubungan yang menyatakan diri pada bentuk dan sistem kultus serta perilaku hidup berdasarkan doktrin tertentu. Wisata religi dimaknai sebagai aktivitas wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya berupa kawasan ibadah, makam ulama, atau situs-situs antik yang memiliki kelebihan. Kelebihan ini contohnya dilihat asal sejarahnya, adanya mitos dan legenda mengenai tempat tersebut, ataupun keunikan dan keunggulan arsitektur yang dimiliki.[6]

4. Strategi Pengembangan

Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) yang merupakan penggerak primer sektor kepariwisataan membutuhkan kerjasama seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari masyarakat dan pemerintah, kerjasama eksklusif dari kalangan perjuangan juga berasal pihak swasta. sinkron dengan tugas dan kewenangannya, pemerintah merupakan pihak fasilitator yang memiliki peran dan fungsi

[6] Deva Danugraha Imandintar, Hertiari Idajati, "Karakteristik desa wisata religi dalam pengembangan desa bejagung sebagai sebuah desa wisata religi "*Jurnal Teknik ITS* 8, no. 2 (2019):48.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

nya dalam pembuatan serta penentu semua kebijakan terkait pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata. Daya tarik dalam obyek wisata merupakan salah satu modal primer yang harus dimiliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata. eksistensi Obyek serta Daya Tarik Wisata adalah mata rantai terpenting dalam suatu kegiatan wisata, hal ini ditimbulkan sebab faktor primer yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki potensi dan daya tarik yang dimiliki obyek wisata tersebut.

Strategi pengembangan yang dilakukan merupakan aspek pengembangan pariwisata mengkategorisasi *weakness* (kelemahan)*Strength* (kekuatan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman).

a. *weakness* (kelemahan)

Merupakan kelebihan dari destinasi keunikan yang jika dikembangkan dengan baik maka dapat membuat destinasi tersebut menjadi lebih baik dan menarik untuk di kunjungi, beberapa faktor yang didefinisikan Candi Muaro Jambi sebagai berikut:

1) Masyarakat lokal yang mendukung dan antusias terhadap potensi ekonomi yang akan didapat.
2) Adanya komunitas umat Budha yang membantu pemasaran.
3) Program pemerintah dalam segi promosi sangat membantu pengembangan pariwisata.

b. *Strength* (kekuatan)

Kelemahan merupakan faktor yang membuat destinasti tidak dapat menjalankan kepariwisataannya secara optimal, merupakan hal yang perlu diperbaiki untuk membuat destinasti tetap kompetitif.

1) Zonasi yang belum pasti
2) Fasilitas yang belum memadai
3) Aksebilitas yang sulit

c. *Opportunity* (peluang)

Merupakan faktor ekternal yang membuat destinasti memiliki kelebihan yang kompetitif.

d. *Threat* (ancaman)

Threat atau ancaman merupakan faktor yang dapat dianggap membahayakan destinasti yang jika tidak di hindari dapat mengakibatkan pariwisata terganggu.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Beberapa ancaman dapat di definisikan sebagai potensi konflik yang besar dikarenakan perbedaan kepentingan antara pengelola kemungkinan terjadi *mass tourism* yang merusak kesucian tempat wisata religi.

5. Dampak Ekonomi

Para wisatawan yang sedang berkunjung pada tempat wisata religi berdampak positif yaitu dampak perekonomian. Karena dari sektor perekonomian kita dapat melihat seberapa besar kesejahteraan masyarakat di sekitar lingkungan tempat wisata religi, menurut pendapat dari Distato dan Anggraeni menyatakan bahwa dampak perekonomin meliputi dampak ekonomi langsung, dampak ekonomi tidak langsung, serta dampek ekonomi lanjutan. Dampak ekonomi langsung yaitu dampak yang timbul dari aktivitas ekonomi yang terjadi antara para pengunjung dengan warga setempat yang punya unit usaha di lokasi kujungan seperti wisata religi. Dampak ekonomi tidak langsung yaitu manfaat yang diterima dari dampak langsung yang mempengaruhi kenaikan input dari unit usaha. Dampak ekonomi lanjutan yaitu dampak perekonomian yang didapat berdasar pengeluaran yang dikelola tenaga kerja yang ada di lokai wisata.[7]

Wisatawan yang mengunjungi destinasi dalam waktu tertentu, memakai sumber daya serta fasilitasnya. Biasanya mengeluarkan uang untuk keperluan tertentu, kemudian meninggalkan tempat wisata tersebut dan kembali ke negaranya. "Jika wisatawan yang datang ke sebuah destinasi tersebut sangat banyak akan berdampak pada kehidupan ekonomi daerah tersebut, baik langsung maupun tidak langsung. Dampak ekonomi yang ditimbulkan dapat bersifat positif maupun negatif" menurut I. G. Pitana dan Putu, menuturkan kalua pariwisata bisa berdampak pada keadaan perekonomian yang dikategorikan pada 8 kategori yaitu:

a. Dampak terhadap penerimaan devisa
b. Dampak terhadap pendapatan masyarakat
c. Dampak terhadap kesempatan kerja
d. Dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan

[7] M. madyan dkk, "Dampak ekonomi wisata religi, studi kasus kawasan wisata sunan ampel Surabaya "*Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, no. 2 (2015):102.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

e. Dampak terhadap pemikiran dan control (ekonomi) masyarakat
f. Dampak terhadap pembangungan pada umumnya
g. Dampak terhadap pendapatan pemerintah.[8]

Para pengunjung yang berziarah mendatangkan dampak terhadap tingkat kehidupan masyarkat setempat.[9] Hal ini karena pengunjung yang berdatangan ke makam Nyai Ageng Ngerang Tambakromo akan membelanjakan sebagian besar uang saku mereka saat berada di kawasan wisata religi seperti untuk membeli makanan, cemilan dan minuman atau sekedar mebeli beberapa souvenir, seperti buah-buahan untuk dijadikan oleh-oleh dari makam Nyai Ageng Ngerang. Untuk pengelolaan fasilitas di wisata religi juga bisa berpengaruh pada minat para pengunjung, semain nyaman fasilitas yang di sediakan juga akan menarik banyak minat para peziarah di makam Nyai Ageng Ngerang begitu pula dengan sebaiknya.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasar pada penelitian terdahulu bisa ditarik hasil penelitian, yaitu kenbanyakan dari para peneliti memeiliki padangan yang lain terhadap penelitin yang telah mereka lakukan seperti:

1. ANALISIS PENGEMBANGAN DISTINASI WISATA RELIGI PADA ISLAMIC CENTE KALIMANTAN TIMUR DI KOTA SAMARINDA dari Wahyutika Candra Kasih fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas Mulawarman tahun 2019. Pada penelitiannya saudari Wahyutika candra kasih memakai analisis isi yakni metode penelitian yang menggambarkan secara objektif, sistematik, dan kuantitatif dari isi komunikasi. Untuk memperoleh hasil presentase informasi pengembangan distinasi wisata religi yang ada pada Analisis pengembangan distinasi wisata religi pada *Islamic center* Kalimantan timur kota Samarinda pada tahun 2019 materi pengembangan wisata religi

[8] Hary Hermawan, "Dampak pengembangan Desa wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat local "*Jurnal Pariwisata* 3, no. 2 (2016):107-108.

[9] Aulyaur Rohman, Moh, Qudsi Fauzi, "Dampak ekonomi terhadap pendapatan pedagang kios di wisata religi makam sunan drajat lamongan" *Jurnal Syariah Teori dan Terapan* 3, no. 2 (2016):115.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

sebanyak 17.5%, informasi tempat wisata 30%, serta informasi strategi pengembangan distinasi wisata religi sebanyak 27.5%.[10]

2. STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI BUKIT SUROWATI DI KECAMATAN PANCENG, GRESIK oleh Tisa Angelia, Eddy Imam Santoso Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Merdeka Surabaya pada tahun 2019. Dalam penelitian ini saudari Tisa Angelia dan saudara Eddy imam, Observasi yang dilakukan penelitian ini adalah observasi terstruktur yang sistematik, dimana pada hal ini peneliti telah mengetahui aspek apa saja yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian untuk menggambarkan secara objektif, sistematik, dan kuantitatif dari ini komunikasi. Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik dan di harapkan bisa bermanfaat bagi peneliti khususnya dan umumnya untuk para pembaca.[11]
3. STRATEGI PENGEMBANGAN CANDI MUARO JAMBI SEBAGAI WISATA RELIGI oleh Ophelia Firsty bersama Ayu Suryasih Program Studi Sarjana Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, pada tahun 2019. Pada penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder data utama dalam penelitian ini yaitu data mengenai ilustrasi umum, aktivitas pariwisata, kondisi eksisting fisik dan sosial, arah kegiatan kepariwisataan di kompleks candi muaro Jambi. Serta penelitian ini menerapkan metode penelitian diskriptif kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif disini digunakan untuk mengetahui gambaran umum dan aspek pengembangan pariwisata di Candi Muaro Jambi. Sedangkan data Kuantitaf merupakan data yang nilainya berupa angka atau numerik.[12]
4. ANALISIS DAMPAK PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MAKAM SUNAN MAULANA MALIK IBRAHIM DALAM KEHIDUPAN SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR (Studi Pada Kelurahan Gapurosukolilo Kabupaten Gersik) oleh Muhammad Fahrizal Anwar, dkk, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2017.

[10] Wahyutika candra kasih, "analisis pengembangan distinasi wisata religi pada Islamic centerKalimantan timur Kota Samarinda" *Jurnal Administrasi Bisnis* 7, no.4 (2019):425

[11] Tisa Angelia, Eddy Imam Santoso," Strategi Pengembangan obyek wisata religi bukit surowiti di kecamatan pacing, Gresik" *Jurnal Planoearth* 4, no. 2 (2019):104.

[12] Ophelia Firsty, Ida Ayu Suryasih, "Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi" *Jurnal Destinasi Pariwisata* 7, no. 1 (2019):37.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menghasilkan dan mendapatkan data yang diinginkan. Deskriptif yang mengggambarkan dan mendeskripsikan pengembangan pariwisata di obyek wisata religi makam sunan Maulana Malik Ibrahim, dan dampak sosial dan ekonomi masyarakat sekitar dalam pengembangan obyek daya tarik wisata religi tersebut. Pendekatan kualitatif yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.[13]

5. DAMPAK KEBERADAAN PARIWISATA RELIGI TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT CIREBON oleh Ridwan Widagdo, bersama Sri Rokhlinasari Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Syech Nurjani Ceribon. Dalam penelitiannya Ridwan Widagdo, bersama Sri Rokhlinasari menerapkan pendekatan kualitatif di mana penulis atau peneliti berusaha mengeksplorasi kedalam data yang di peroleh dari hasil wawancara dengan responden sehingga yang diperoleh menjadi data valid untuk di analisa sehingga mendapatkan informasi yang akurat dan dapat di pertanggung jawabkan dalam penelitian ini juga pengumpulan data yang di gunakan peneliti meliputi data primer, data sekunder dan data tersier.[14]

   Dari hasil penelitian diatas, penulis sendiri ingin memakai beberapa penelitian yang memamng berbeda dari penelitian-penelitan yang terdahulu. Disini perbedaan berada dengan subyek dan obyek penelitian yg di teliti agar mengetahui banyaknya data atau informasi di dapatkan. Subjek penelitian yang menjadi kajian peneliti merupakan Strategi pengembangan dan manajemen wisata religi makam Nyai Ageng Ngerang Tambakromo Pati. Adapun teknik yg di gunakan pada pada penelitian kali ini merupakan analisisa isinya menggunakan pendekatan kualitatif.

[13] Muhammad Fahrizal Anwar, dkk, "Analisis Dampak Pengembangan Wisata Religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim Dalam Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Sekitar (Studi Pada Kelurahan Gapurosukolilo Kabupaten Gersik) "*Jurnal Administrasi Bisnis* 44, no. 1 (2017):189.

[14] Rdwan Widagdo, Sri Rokhlinasari, "Dampak Keberadaan Pariwisata Religi Terhadap Perkembangan Ekonomi Masyarakat Cirebon "*Jurnal Al- Amwal* 9, no. 1 (2017):69.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

C. Kerangka Berfikir

Dalam upaya strategi pengembangan pariwisata dilakukan melalui persepsi wisatawan terhadap indikator dan komponen-komponen wisata religi yang tersedia yakni adalah atraksi/daya tarik, sarana dan prasarana, pengelolaan dan kondisi masyarakat local serta keikutsertaan para warga untuk meningkatkan wisata religi bisa mendatangkan berbagai dampak baik sehingga membuat tempat wisata akan lebih cepat berkembang dan maju sehingga dapat mendatangkan kemaslahatan bagi para warga setempat, walaupun kecamatan Tambakromo notabennya merupakan kecamatan yang mempunyai jarak lumayan jauh dari perkotaan namun tidak bisa disepelekan bahwa Kecamatan ini punya potensi patiwisata yang sangat bagus yang dapat di kembangkan serta bisa menjadi acuan khusus untuk membantu majunya prekonomian masyarakat sekitar, dalam bidang hal wisata religi.[15] Selanjutnya gambaran persepsi kemudian dianalisa menggunakan analisisa SWOT guna mencari peluang untuk menentukan strategi perkembangan yang akan diterapkan dalam waktu jangka pendek dan jangka panjang. Melalui strategi harapan kedepannya bisa menarik perhatian para pengunjung agar bisa ditang untuk berziarah sehingga dapat memajukan lingkungan masyarakat sekitar di sector perekonomian.

Gambar Krangka Berfikir 2.1

Berdasarkan gambar 2.1 menjelaskan tentang kerangka berpikir suatu analisis strategi pengembangan wisata Religi makam Nyai Ageng Ngerang dalam meningkatkan dan menambah daya tarik zahirin dan zahirat untuk berwisata religi di

[15] Tisa Angelia, Eddy Imam Santoso, "Strategi Pengembangan obyek wisata religi bukit surowiti di kecamatan pacing, Gresik" *Jurnal Planoearth* 4, no. 2(2019):105.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

makam Nyai Ageng Ngerang dan dari adanya wisata religi ini di harapkan adanya dampak di sektor perekonomian umat khususnya lingkungan masyarakat kompleks makam Nyai Ageng Ngerang.

REPOSITORI IAIN KUDUS