

# **STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI WISATA PULAU LABENGGI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

JUSRIL MAHENDRA

Program Studi Ekonomi syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

## **ABSTRAK**

Pulau Labengki merupakan salah satu objek wisata unggulan provinsi Sulawesi Tenggara yang memiliki banyak potensi didalamnya selain dengan potensi objek wisata alamnya pulau Labengki juga memiliki potensi lain seperti kawasan konservasi anggrek, kawasan konservasi kimaboe atau kerang raksasa, dan juga kearifan lokal masyarakatnya. Pulau Labengki dikenal sebagai objek wisata sejak tahun 2013 dan terus menunjukkan perubahan dengan dilakukannya pengembangan-pengembangan potensi wisata yang ada.

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Potensi Wisata Pulau Labengki menurut Perspektif Ekonomi Islam dan untuk mengetahui bagaimana perspektif ekonomi islam dalam pengembangan potensi wisata pulau Labengki. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisi deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan potensi wisata Pulau labengki masih terus dilakukan, pemerintah daerah juga terus melakukan upaya-upaya dengan menerapkan rencana strategi (Renstra) dalam pengembangan potensi wisata Pulau Labengki dan terus melakukan promosi untuk menarik minat wisatawan tentu dengan dukungan masyarakat sekitar objek wisata. Dalam hal pengembangan potensi wisata Pulau Labengki pemerintah juga telah menerapkan nilai-nilai syariat Islam.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Potensi Wisata, Pulau Labengki, Perspektif Ekonomi Islam**



upaya pengembangan dalam berbagai sektor. Mengingat, masih banyak potensi yang cukup besar yang belum dikembangkan di wisata pulau labengki seperti Diving, Koservasi Kimah, Kearifan Lokal Masyarakat Bajo, Konservasi Anggrek, dan lain-lain. Dengan potensi yang cukup besar ini haruslah didukung dengan infrastuktur yang memadai.

Perkembangan Pulau Labengki juga terlihat dengan adanya berbagai fasilitas didalamnya, seperti Resort, Cafe, Home Stay, dll. Dengan Wisata ini, juga mendatangkan peningkatan perekonomian warga sekitar tempat wisata. Para warga bisa berdagang disekitar tempat wisata yang mana akan mendatangkan peningkatan ekonomi bagi warga sekitar bahkan beberapa warga juga menjadikan rumah pribadi sebagai home stay. Peningkatan ekonomi ini akan mendatangkan dan membuka pola pikir masyarakat untuk membuka peluang usaha baru dan nanti kedepannya juga akan mempengaruhi peningkatan sumber daya manusia yang akan menjadikannya seorang yang memiliki intelektual dan termotivasi untuk menjadi wirausaha, bukan hanya menjadi TKI ataupun buruh.

Peningkatan perekonomian masyarakat ini nantinya akan menjadi batu loncatan untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Dengan sektor industri Wisata yang terus dikembangkan ini diharapkan masyarakat juga ikut berpartisipasi dan tetap menjaga sektor unggulan yang dijadikan salah satu pendapatan masyarakat. Dengan tetap dijaganya tempat wisata ini akan dapat menjadi warisan budaya tidak hanya di Kabupaten Konawe Utara namun juga untuk Negara Indonesia sendiri. Untuk itu penelitian ini perlu dilakukan, sehingga penulis mengangkat judul "Strategi Pengembangan Wisata Pulau

Labengki Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

## 2. Landasan Teori

### a. Strategi Pengembangan

Menurut Chandler dalam Rangkuti (2016:4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
2. *Comptetitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya

Disamping itu, beberapa fungsi dalam strategi pengembangan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

### b. Strategi Pengembangan Wisata

Ada beberapa teknik pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut (Pendit & Nyoman, 2002):

1. *Carrying Capacity*  
*Carrying Capacity* merupakan teknik yang sering digunakan dalam pengembangan destinasi wisata adalah *carrying capacity* (daya dukung kawasan). Konsep ini secara gamblang mengandung makna batasan (*limit*). batas atas (*ceiling*) atau tingkatan/level (*threshold*) yang tidak boleh dilewati dalam pembangunan atau pengembangan destinasi pariwisata.
2. *Recreational Carrying Capacity*  
RCC diakui sebagai model utama untuk mengelola dampak akibat

kunjungan wisatawan. dampak dari pengembangan dan pengembangan wisata (baik tipe, lokasi, dan kualitasnya) pada lingkungan diteliti dan diidentifikasi tingkat kritisnya. Contohnya, tingkat kritis suatu destinasi wisata yang mengacu pada jumlah orang yang mengunjungi kawasan tersebut pertahun atau perhari atau persekali kunjungan.

3. *Recreational Opportunity Spectrum (ROS)*

ROS pertama kali diperkenalkan oleh Clarke dan Stanley dari The United States Forest Service pada tahun 1979. ROS merupakan teknik indentifikasi karakteristik dari suatu kawasan atau destinasi dengan setting yang berbeda dan memadukan dengan peluang rekreasi untuk keuntungan terbaik bagi pengguna kawasan atau destinasi dan lingkungan. Yang pertama kali harus dilakukan dalam ROS adalah menentukan karakteristik destinasi atau wilayah yang akan dikembangkan sebagai daerah rekreasi atau wisata.

4. *Limit Of Acceptable Change (LAC)*

menolak anggapan bahwa semakin pemanfaatan suatu destinasi akan menyebabkan semakin besar dampak yang ditimbulkannya. Pemikiran dibalik hal ini adalah bahwa perubahan merupakan suatu keniscayaan sebagai konsekuensi pemakaian sumber daya dan oleh karenanya sebuah *framework* diperlukan untuk mengelola masalah yang terjadi berdasarkan seberapa jauh perubahan tersebut dapat diterima. Ketika batas perubahan yang dapat diterima sudah tercapai, berarti sebuah kapasitas destinasi juga telah tercapai. Manajemen harus menerapkan tindakan strategis

untuk mempertahankan destinasi dari pemakaian lebih lanjut, misalnya dengan pembatasan pemakaian

5. *Visitor Impact Management Model (VIMM)*

Dalam konsep ini carrying capacity tidak menjadi fokus utama tetapi lebih difokuskan pada keterkaitan antara perencanaan, pengawasan, dan pengambilan keputusan. VIMM menyadari bahwa pengunjung atau wisatawan bukan satu-satunya yang menyebabkan dampak pada destinasi. Manajemen yang efektif harus berbuat lebih baik dari sekedar RCC tetapi melibatkan pertimbangan ilmiah dalam pengambilan keputusan

6. *Visitor Experience and Resource Protection Model (VERP)*

Titik awal VERP dimulai dengan menentukan cakupan pengalaman wisatawan yang dapat ditawarkan dalam sebuah destinasi atau kawasan, dan menentukan tujuan yang ingin diwujudkan berkenaan dengan kondisi sumber daya destinasi. VERP menggunakan *zoning* untuk menentukan penggunaan dan manajemen strategi yang tepat untuk areal berbeda dalam kawasan atau destinasi.

7. *Visitor Activity Management Program (VAMP)*

VAMP merupakan sistem manajemen yang berusaha mengubah orientasi dari produk, misalnya obyek dan pengunjung atau wisatawan, kepada orientasi pemasaran dengan penekanan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

8. *Tourism Opportunity Spectrum (TOS)*

Secara detail, TOS menganut asumsi bahwa spectrum

pengukuran dan penilaian indikator perencanaan yang digunakan haruslah :

- a) Dapat diamati dan diukur.
- b) Secara langsung dapat dikendalikan dibawah manajemen kontrol.
- c) Terkait langsung dengan preferensi wisatawan dan mempengaruhi keputusannya untuk melakukan wisata atau tidak ke tempat tersebut.
- d) Mempunyai karakteristik dengan kondisi tertentu

### c. Konsep Wisata Syariah

Beberapa prinsip pengembangan wisata berbasis syariah mencakup:

1. Pengembangan fasilitas wisata berbasis syariah dalam skala besar atau kecil beserta pelayanan di luar dan di dalam atau dekat lokasi wisata.
2. Fasilitas dan pelayanan berbasis syariah tersebut dimiliki dan dikerjakan oleh masyarakat setempat, yang dilakukan dengan bekerjasama atau dilakukan secara individual oleh yang memiliki.

### 3. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang memaparkan situasi peristiwa. Sementara Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Ibrahim:2015) . Data ini berasal dari sumber pertama dari hasil wawancara mendalam dengan responden/informan yang berhubungan dengan wisata pulau labengki di kabupaten konawe

utara. Dalam penelitian ini yang menjadi responden/informan adalah pemerintah daerah dan masyarakat pulau labengki.

#### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang secara tidak langsung didapatkan oleh peneliti. Adapun sumber data sekunder dari penelitian ini adalah dokumen-dokumen, buku-buku, jurnal, arsip, dan data-data lain yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Wawancara
2. Observasi
3. Wawancara

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Redukasi Data
2. Penyajian Data
3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi, melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

### 4. Hasil Dan Pembahasan

#### Strategi Pengembangan Potensi Wisata Pulau Labengki

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada strategi pengembangan potensi wisata Pulau Labengki dapat diperoleh sebuah data dan fakta tentang teori dan fakta dilapangan mengenai bagaimana strategi pengembangan potensi wisata Pulau Labengki.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, strategi yang di terapkan pemerintah daerah dalam hal ini dinas pariwisata Kabupaten Konawe Utara dalam mengembangkan potensi wisata pulau labengki dengan menerapkan

rencana strategi (Renstra) pemerintah sebagai berikut:

1. Melakukan Pengembangan Pemasaran Potensi Wisata

Dinas Pariwisata kabupaten Konawe Utara dalam mengembangkan potensi wisata pulau Labengki membuat program pengembangan pemasaran wisata guna memperkenalkan potensi wisata kepada masyarakat luas adalah dengan meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran wisata. Kemudian menggelar event tahunan dan membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang bertujuan untuk menjaga dan mengembangkan potensi wisata Pulau Labengki

2. Mengembangkan Destinasi Wisata

Dalam mengembangkan destinasi wisata pemerintah telah berupaya untuk kemudian membangun sarana dan prasarana yang di butuhkan wisatawan dengan tidak menghilangkan kearifan lokal masyarakat sekitar objek wisata.

3. Melakukan Pengembangan Kemitraan

Dalam pengelolaan suatu daya tarik wisata sangat diperlukan kemitraan karena suatu daya tarik wisata akan berkembang ketika melibatkan stakeholder yang memiliki perencanaan yang baik dalam mengembangkan suatu daya tarik wisata. Alasan adanya kemitraan yaitu memberikan peluang kepada para stakeholder yang ingin terlibat langsung dalam pengembangan wisata. Selain itu, juga dapat menjadi peluang bagi pengembangan ekonomi untuk masyarakat setempat dan hal ini tentunya akan menimbulkan efek yang dapat menguntungkan semua pihak akan adanya objek wisata

Hal ini sesuai dengan teori pendapat Chandler dalam Rangkuti (2016:4) menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pendayagunaan dan

alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

**Bagaimana Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pengembangan Potensi Wisata Pulau Labengki**

Pemerintah Kabupaten Konawe Utara dalam tugasnya mengelola pariwisata didaerahnya juga menganut prinsip-prinsip menata, merawat, memanfaatkan, melestarikan sumber daya yang Allah SWT berikaan, hal ini dapat dilihat dari pengembangan potensi wisata pulau Labengki dengan strategi yang digunakan yakni:

1. Menumbuh kembangkan wisata pulau labengki yang potensial
2. Mengoptimalkan potensi wisata pulau labengki yang berbasis kearifan lokal
3. Mengoptimalkan kualitas, kuantitas, sarana dan prasarana wisata untuk kenyamanan wisatawan
4. Mengadakan program penyadaran masyarakat melalui pelatihan dan penyuluhan sadar wisata pada masyarakat pulau labengki.

Pemerintah daerah Kabupaten Konawe Utara dalam hal pengembangan potensi wisata pulau labengki telah menjalankannya sesuai dengan apa yang telah dijelaskan dalam (QS Al-Ahzab 33:72) dan (QS. Al-A'raaf Ayat 56), dimana didalam kedua surah ini menjelaskan maksud dan tujuan manusia diciptakan dimuka bumi ini untuk menjadi khalifah dan mengolahnya sesuai dengan syariat islam dan tidak merusaknya.

Beberapa faktor standar pariwisata syariah yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik sendiri yakni:

1. Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan.
2. Menjaga kelestarian lingkungan.



2. Selain peran pemerintah, masyarakat juga memiliki peranan penting dalam kemajuan sektor wisata. Masyarakat perlu memahami akan pentingnya kesadaran tentang potensi wisata yang ada, bahwa masyarakat perlu menjaga lingkungan wisata, menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan serta selalu aktif dan ikut berpartisipasi dalam proses pengembangan potensi wisata agar kedepannya potensi Wisata Pulau Labengki dapat berkembang dengan baik sehingga menjadi salah satu sektor yang mampu meningkatkan perekonomian daerah.
3. Pemerintah juga harus menerapkan prinsip islam dalam menata, merawat, dan mengembangkan sumber daya yang telah Allah SWT berikan, jangan sampai disalahgunakan apalagi digunakan untuk keuntungan pribadi.

#### Daftar Pustaka

- Alwahidin, Jufra, A., Mulu, B., & Mulu, B. (2023). A new economic perspective: Understanding the impact of digital financial inclusion on Indonesian households consumption. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 26(2), 333–360.
- Bawazir, Tohir. 2013, *Panduan Praktis Wisata Syariah*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- David, Fred, 2006, *Manajemen Strategi: Konsep dan Teori*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Gilang Widagyo, Kurniawan. 2015, *Analisis Pasar Wisata Halal Indonesia*, Jakarta: Jurnal UIN Syarif Hidayatullah
- Giri, Putranto Resta. 2018. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Internasional Spot Club Di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- H. Oka. A. Yoeti. 1999. *Industri*

- Kesempatan Kerja. Jakarta  
Pertja: 1999.
- Hasan, F. 2004. *Pembangunan Berwawasan Budaya*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Wisata.
- Insawan, H., Rahman, M., & Anhusadar, L. O. (2020). Comparative analysis of syariah bank in indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4), 1457–1463.
- Insawan, H., Abdulahanaa, Karyono, O., & Farida, I. (2022). The COVID-19 pandemic and its impact on the yields of sharia stock business portfolio in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), e0941.
- Kamaruddin, Misbahuddin, Sarib, S., & Darlis, S. (2023). Cultural-based deviance on Islamic law; Zakat Tekke Wale' spending in Basala, Konawe, Southeast Sulawesi, Indonesia. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 18(2), 568–590.
- Kusudianto, Hadinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Wisata*. Jakarta: UI-Press.
- Liga Suryadana & Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta, Bandung.
- Maguni, W., Rum, J., Sofhian, & Hadi, M. (2023). Investigation of the effect of organizational ambidexterity and innovation capability on supply chain performance: An empirical study of Indonesian MSMEs. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(7), e01050.
- Muhdar, H. M., Maguni, W., Muhtar, M., Bakri, B., Rahma, S. T., & Junaedi, I. W. R. (2022). The impact of leadership and employee satisfaction on the performance of vocational college lecturers in the digital era. *Frontiers in Psychology*, 13, 895346.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muljadi A.J, 2010. *keWisataan dan perjalanan*, Jakarta: Rajawali pers.
- Nawas, K. A., Amir, A. M., Syariati, A., & Gunawan, F. (2023). Faking the Arabic imagination till we make it: Language and symbol representation in the Indonesian e-commerce. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(4), 994–1005.
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya, 2009. *Pengantar Ilmu Wisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I Gde. 2002. *Wisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan dan Dinamika Masyarakat Bali*. Denpasar Bali : Universitas Udayana.
- Sofyan, Riyanto. 2012, *Prospek Bisnis Wisata Syariah*, Jakarta: Republika.
- Spillane, James. J. 1994. *Wisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan Kanisius*. Yogyakarta.
- Sunaryo, Bambang, 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Wisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Yogyakarta : Penerbit Gava Media.
- Supriadi, Bambang dan Nanny Roedjinandari, 2017, *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Wisata*, Malang: Universitas Negeri Malang.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar, 2006, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Widjaja, HAW, 2008, *Penyelenggaraan Otonomi Di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yoeti ,oka A. 1983, *Pengantar Ilmu Wisata*, Bandung: Angkasa.
- Yoeti ,oka A. 1997. *Perencanaan dan Perkembangan Wisata*. Jakarta: PT. Pradyanta Paramita.
- Yoeti ,oka A. *Pemasaran Wisata Terpadu*: Angkasa Bandung:1996.

