

POTENSI USAHA MIKRO DI KAWASAN WISATA RELIGI MASJID AL-ALAM KENDARI

Hamzah Jelani

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

ABSTRAK

Potensi usaha mikro adalah segala sesuatu yang menyangkut keunggulan dari produk makanan/minuman dan berbagai fasilitas yang di miliki oleh para pelaku usaha mikro di kawasan masjid Al-alam Kota Kendari yang bisa di kembangkan sehingga memberikan dampak positif bagi kawasan wisata. Karena kawasan wisata religi masjid Al-alam Kendari merupakan tempat yang cukup banyak usaha mikro, dituntut untuk bisa menampung segala jenis kebutuhan wisatawan dalam menyediakan berbagai macam produk . Sebab ini merupakan bagian integral dari potensi yang tumbuh dan berkembang oleh sejarah, budaya, ekonomi dan masyarakat. Ini akan menjadi nilai plus dalam menambah pengalaman wisatawan dan tentu saja berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan di kawasan wisata religi masjid Al-alam Kendari. Potensi usaha mikro yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro merupakan salah satu aset penting yang terdapat di kawasan masjid Al-alam sebagai pemasukan bagi daerah dan masyarakat setempat. Maka dari itu aset ini harus terus tetap dijaga dikembangkan, dimanfaatkan dan dilestarikan secara baik. Pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid Al-alam Kendari mengharapkan penghasilan dari usaha mikro yang di lakukan dari berjualan berupa makanan dan minuman guna memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari pangan, sandang dan papan. Pendapatan para pelaku usaha mikro di kawasan masjid Al-alam Kendari berasal dari hasil penjualan atas produk makanan yang merupakan sumber pendapatan utama dan pendapatan sampingan yang berasal dari aktivitas ekonomi lainnya. Pendapatan pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid Al-alam Kendari berasal dari kegiatan berjualan yakni dari hasil penjualan makanan ataupun minuman yang mereka produksi, penghasilan dari penjualan ini merupakan bagian tonggak utama bagi para pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid Al-alam Kendari dalam mencukupi kebutuhan hidupnya.

Kata Kunci: Potensi Umkm, Pendapatan Usah, Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

ABSTRACT

Marketing strategy is very important for business companies. In determining a strategy, a tool Micro business potential is everything that concerns the superiority of food/beverage products and various facilities owned by micro business actors in the Al-alam mosque area of Kendari City which can be developed so as to have a positive impact on the tourist area. Because the Al-alam Kendari mosque religious tourism area is a place with quite a lot of micro businesses, it is required to be able to accommodate all types of tourist needs in providing various kinds of products. Because this is an integral part of the potential that grows and develops due to history, culture, economy and society. This will be a plus in adding to the tourist experience and of course will influence tourist visits to the religious tourism area of the Kendari Al-alam mosque. The micro business potential owned by micro business actors is one of the important assets in the Al-alam mosque area as income for the region and local community. Therefore, this asset must continue to be developed, utilized and preserved properly. Micro business actors in the Kendari Al-alam mosque religious tourism area expect income from micro businesses carried out by selling food and drinks to meet their daily needs, starting from food, clothing and shelter. The income of micro business actors in the Al-alam Kendari mosque area comes from sales of food products which are the main source of income and side income that comes from other economic activities. The income of micro business actors in the Kendari Al-alam mosque religious tourism area comes from selling activities, namely from the sale of food or drinks that they produce. Income from these sales is part of the main milestone for micro business actors in the Kendari Al-alam mosque religious tourism area. in meeting his daily needs.

Keywords: UMKM Potential, Business Income, Micro and Small Enterprises Medium (UMKM)



1. Latar Belakang

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindari masyarakat bangsa ini karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu masyarakat mampu menciptakan kreatifitas yang dituangkan dalam karya masyarakat dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain usaha Mikro, kecil dan menengah mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar sehingga hal ini mampu mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia. Begitu pula Program pengembangan usaha Mikro sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat yang pada akhirnya akan menjadi kutub pengaman dari krisis moneter pengembangan usaha Mikro menjadi sangat strategis dalam mengerjakan perekonomian nasional mengingat kegiatan usaha hampir mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi usaha Mikro menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan perlu untuk dikembangkan karena pengembangan ini akan berpengaruh penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat untuk mencapai kesejahteraan (Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto 2021)

Dalam pengembangan usaha Mikro langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah pihak usaha Mikro sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan dapat bersama-sama dengan pemerintah untuk mengembangkan, karena potensi yang mereka miliki dapat menciptakan kreatifitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah. Salah satu alat analisis situasional yang bertahan lama dan digunakan oleh perusahaan dan sektor swasta pada pemberdayaan usaha Mikro sangatlah besar terutama dalam meningkatkan potensinya. Perusahaan swasta lebih banyak menggunakan

formulasi strategi analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, dan threats).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah masih memiliki berbagai permasalahan dalam proses perkembangannya, secara faktor Internal ada pada rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, kurangnya permodalan, masalah teknologi, serta masalah organisasi, dan manajemen. Selain itu faktor eksternal yang merupakan permasalahan berasal dari luar, tetapi dapat menghambat perkembangan sektor ini adalah iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha, implikasi otonomi daerah, implikasi perdagangan bebas, kebijakan pemerintah yang cenderung tidak konsisten dan diskriminatif, dan ekspansi pasar modern.

Kota Kendari merupakan kota yang memiliki beberapa objek wisata yang tentunya dapat memberikan peluang pendapatan kepada masyarakat sekitarnya. Salah satu objek wisata yang menjadi perhatian wisatawan yaitu wisata religi yang berada di Kota Kendari yaitu wisata religi Masjid Al-Alam Kendari.

Moch.Chotib 2015 menuturkan bahwa wisata religi merupakan perjalanan mengunjungi suatu tempat yang erat kaitannya dengan religious atas agama sesuai dengan kepercayaan masing-masing. Sehingga jika seseorang ingin meningkatkan kualitas spiritualnya, maka ia akan mengunjungi tempat-tempat yang erat kaitannya dengan hikmah religi seperti ke tempat-tempat ibadah berupa masjid, gereja dan tempat ibadah lain, seiring dengan perkembangannya wisata religi bukan hanya melakukan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain untuk menghilangkan dahaga spiritual tetapi wisata religi juga mampu memberikan pengaruh yang sangat signifikan dibidang ekonomi masyarakat hal ini diungkapkan oleh M.Madyan Dkk. Yang menyatakan bahwa wisata religi sunan ampel Surabaya memberikan dampak positif

secara langsung sebesar 44 persen (Mahfudz 2023).

Wisata religi akan memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat jika dikelola dan dikembangkan dengan strategi yang baik, hal ini terbukti bahwa wisata religi akan memberikan potensi penghasilan dampak ekonomi bagi masyarakat khususnya bagi para pelaku usaha Mikro secara maksimal. Potensi yang dimaksud adalah berupa pengembangan potensi usaha Mikro, pengembangan sumber daya manusia, strategi pengembangan sarana dan prasarana, strategi pengembangan kelembagaan, strategi promosi yang tepat sasaran dan harus melibatkan stake holder dalam pengembangan pariwisata religi agar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Firsty and Suryasih 2019).

Salah satu lokasi usaha dan destinasi wisata religi yakni Masjid Al-Alam Kendari di bangun pada tahun 2010, di masa Gubernur Sulawesi Tenggara, Bpk H. Nur Alam, SE.,M.Si. dan di resmikan penggunaannya pada tahun 2018. Tujuan di bangunya Masjid Al-Alam Kendari yaitu menjadi tempat beribadah umat Islam. Masjid Al-Alam Kendari dikatakan sebagai ikon wisata religi karena memiliki beberapa karakteristik sehingga banyak wisatawan tertarik untuk berkunjung di Masjid Al-Alam Kendari karena berada di atas perairan teluk Kendari yang hal ini menjadi daya tarik untuk wisatawan dan menumbuhkan peluang untuk para pelaku usaha Mikro membuka usaha di kawasan Masjid Al-Alam (Medi, Sontha, and Jurumai 2022).

Masjid Al-Alam terletak di tengah teluk Kendari lokasinya jauh dari kebisingan kota, menambah khusyuk beribadah, dan formasinya membentuk menyerupai angka delapan berlatarkan gemerlapnya lampu-lampu kota kendari pada malam hari. Untuk menuju ke masjid ini para pengunjung harus melewati hutan bakau. Pemerintah setempat telah membuat jalan masuk maupun keluar.

Penulis mengamati bahwa intensitas wisata yang berkunjung di masjid Al-Alam Kendari semakin besar, tentu berdampak pelaku usaha Mikro di sekitaran Masjid Al-Alam Kendari. Dengan intensitas yang semakin besar tentu akan memberikan keuntungan pendapatan terhadap pelaku usaha Mikro di kawasan Masjid Al-Alam Kendari.

Ramainya wisata yang berkunjung di masjid Al-Alam Kendari tentu akan memberikan dampak tersendiri bagi usaha Mikro di sekitarnya. Selain itu dampak yang paling menonjol yaitu dari sisi pendapatan. Dengan banyaknya wisata yang berkunjung di masjid Al-Alam Kendari akan berpengaruh signifikan pada pelaku usaha di sekitaran wilayah Mesjid Al-Alam Kendari dan membuat potensi yang cukup besar bagi pelaku usaha mikro di kawasan masjid Al-Alam untuk memperoleh keuntungan dari hasil usaha yang mereka jalankan.

2. Teori

Potensi Usaha

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori dari Muh. Robil Almin 2021 yaitu :”peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya”. Berdasarkan teori yang penulis aplikasikan kedalam penelitian ini, penulis mendapati indikator yang menjadi kesimpulan dari teori tersebut antara lain sebagai berikut :

- a. Keragaman Aktivitas Kuliner
- b. Lokasi yang nyaman dan bersih
- c. Harga dan proporsi nilai
- d. Lingkungan yang menarik.

Pendapatan

Pendapatan menurut Soemarso (2009) adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual. Pendapatan dapat juga didefinisikan sebagai kenaikan bruto dalam modal (biasanya melalui diterimanya suatu aktiva dari langganan) yang berasal dari barang dan jasa yang dijual. Pendapatan merupakan nilai

maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut tidak menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi suatu periode.

3. Metodologi

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yakni dengan (survey lapangan) untuk menganalisis potensi usaha Mikro di kawasan Masjid Al-Alam Kendari dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT.

Pengumpulan data merupakan salah satu aspek penting sebagai kelanjutan atas rencana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh penulis adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Pada sesi observasi, penulis mengamati di lapangan bahwa untuk saat ini pelaku usaha Mikro yang ada sebanyak 16 orang, dari semuanya ada yang menjual bakso, bakso bakar, es buah, minuman, somai dan ada juga batagor. Adapun subjek wawancara dalam penelitian ini adalah pelaku usaha Mikro yang berada di sekitaran Masjid Al – Alam Kota Kendari. Bentuk wawancara yakni dengan memberikan daftar pertanyaan yang sudah di siapkan sebelumnya yang kemudian di tujukan kepada pelaku usaha Mikro sebagai informan terpilih.

Dari total populasi pelaku usaha Mikro, kemudian akan di ambil sampel yakni sebagian dari total populasi yang ada, terdapat 16 pelaku usaha Mikro pada objek di lapangan, dengan jumlah sampel 16 informan.

Langkah-langkah dalam analisis data tersebut dapat di lakukan dengan tahapan reduksi data dan penyajian data.

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data

Data yang sudah di kumpulkan kemudian akan di lakukan pengujian keabsahan data, dalam proses pengujian

keabsahan data penulis menggunakan teknik Trianggulasi data.

4. Pembahasan

Potensi Usaha Mikro Di Kawasan Masjid Al-Alam Kota Kendari Berdasarkan Analisis Swot

Menurut Bygrave dan Zacharakis (2011) peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan aksi untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan iklim pasar dari daerah/lingkungan konsumen (Luh Italiani, Made Ary Meitriana 2019).

Potensi usaha mikro adalah segala sesuatu yang menyangkut keunggulan dari produk makanan/minuman dan berbagai fasilitas yang di miliki oleh para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam kota kendari yang bisa di kembangkan sehingga memberikan dampak positif bagi kawasan wisata. Karena kawasan wisata religi masjid al-alam kendari merupakan tempat yang cukup banyak usaha mikro, dituntut untuk bisa menampung segala jenis kebutuhan wisatawan dalam menyediakan berbagai macam produk . Sebab ini merupakan bagian integral dari potensi yang tumbuh dan berkembang oleh sejarah, budaya, ekonomi dan masyarakat. Ini akan menjadi nilai plus dalam menambah pengalaman wisatawan dan tentu saja berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari. Potensi usaha mikro yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro merupakan salah satu aset penting yang terdapat di kawasan masjid al-alam sebagai pemasukan bagi daerah dan masyarakat setempat. Maka dari itu aset ini harus terus tetap di jaga di kembangkan, dimanfaatkan dan dilestarikan secara baik.

Secara garis besar, potensi usaha mikro yang ada di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari mencakup kareagaman aktifitas usaha, lokasi yang nyaman dan bersih, harga proporsi nilai dan lingkungan yang menarik.

- a. Lokasi yang nyaman dan bersih

Potensi wisata kuliner lokal yaitu tentang berbagai macam olahan kuliner makanan dan minuman yang di produksi. Makanan khas juga merupakan bagian dari indikator ini dikarenakan para pelaku usaha mikro di kawasan kendari beach juga memproduksi berbagai olahan makanan dan minuman khas, sehingga peneliti menambahkan point ini sebagai bagian dari indikator dari keragaman aktivitas kuliner (Muh. Robil Almin, Mustakim 2021)

Hendro (2011) berpendapat peluang bisnis dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam dunia bisnis. Menurut Bygrave dan Zacharakis (2011) peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan aksi untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan iklim pasar dari daerah/lingkungan konsumen (Luh Italianni, Made Ary Meitriana 2019).

Marotti (2011:3) yaitu :”peluang usaha adalah bentuk dari ide bisnis yang potensial bagi para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya”.

Keragaman aktivitas kuliner merupakan salah satu point penting yang menjadi daya tarik wisata kuliner dalam sebuah kawasan wisata untuk melihat sejauh mana potensi wisata ini bisa berkembang. Keragaman kuliner ini tidak terlepas dari pengelolaan yang dilakukan oleh industri pariwisata dalam menciptakan berbagai macam jenis olahan produk wisata kuliner di sebuah objek wisata agar bisa menarik wisatawan lebih banyak berkunjung.

Berdasarkan hasil observasi dan beberapa pernyataan, para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam dalam menyediakan berbagai macam jenis olahan makanan/minuman untuk wisatawan yang berkunjung di bantu dengan banyaknya pedagang atau pelaku usaha mikro yang sama-sama bergerak dibidang kuliner, sehingga wisatawan dapat memilih tempat

usaha yang ingin dikunjungi berdasarkan jenis menu makanan/minuman apa yang ingin dipesan. Selain itu, beberapa inovasi makanan/minuman yang dilakukan oleh para pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari juga turut menambah keanekaragaman kuliner yang dimiliki sehingga wisatawan tidak merasa bosan dengan menu makanan/minuman yang ada sebelumnya. Dengan kata lain pengelolaan yang di lakukan oleh para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam saat ini harus tetap dipertahankan sebab wisatawan yang berkunjung juga memberikan penilaian yang cukup baik terhadap berbagai macam olahan kuliner yang terdapat di kawasan masjid al-alam kendari.

b. Lokasi yang nyaman dan bersih

Lokasi usaha merupakan faktor penting dalam pemilihan tempat. MK et.all (2017) dalam penelitiannya menjelaskan lokasi usaha merupakan faktor penting dalam pemilihan tempat. Hal ini disebabkan karena lingkungan dari lokasi usaha harus memiliki tingkat kebersihan dan kenyamanan yang baik seperti tersedianya ruang parkir yang cukup luas bagi pengunjung.

Menurut Mustakim (2021) Lokasi yang nyaman dan bersih adalah tempat wisata kuliner yang bebas dari kotoran, tersedianya lahan parkir yang cukup luas dan terhindar dari ancaman ataupun bahaya selama mengunjungi kawasan wisata kuliner, kendari beach kota kendari (Muh. Robil Almin, Mustakim 2021).

Lokasi yang nyaman dan bersih merupakan salah satu faktor penting, hal ini disebabkan karena lingkungan dari lokasi usaha harus memiliki tingkat kebersihan dan kenyamanan yang baik. Dalam hal ini para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam kendari harus dapat memfasilitasi wisatawan yang datang untuk berkunjung dengan menyediakan tempat usaha yang bebas dari kotoran, ruang parkir yang cukup luas dan terhindar dari ancaman ataupun bahaya yang dapat mengganggu kegiatan

wisatawan selama menikmati hidangan kuliner.

Para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam kendari juga rutin untuk membersihkan lingkungan sekitar tempat berjualannya dari awal buka sampai nanti kemudian tutup. Selain itu pihak dari pengurus masjid juga menyediakan beberapa tempat sampah untuk kotoran sisa plastik atau sampah lainnya yang dihasilkan dari sisa sisa makanan para wisatawan maupun jamaah masjid guna untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan wisatawan maupun jamaah masjid yang hendak beribadah.

Berdasarkan dari hasil pengamatan dan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, para pelaku usaha mikro kuliner di kawasan masjid al-alam kendari telah menjaga kebersihan tempat usaha masing-masing dengan menyediakan alat-alat kebersihan dan selalu rutin untuk merawat kebersihan dari sisa sisa makanan atau sampah yang di buat pelanggan hingga lokasi usahanya sehingga pengelolaan ini harus tetap di pertahankan. Sedangkan upaya yang dilakukan untuk menjaga kenyamanan dan keamanan tempat usaha, dapat disimpulkan wisatawan sudah cukup terpuaskan karena tidak adanya pungli atau pemerasan di dalam kawasan masjid al-alam kendari.

c. Harga dan proporsi nilai

Menurut Suryadana (2009) mendefinisikan harga sebagai jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk. Sehingga dalam menentukan harga suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu biaya yang dikeluarkan dan persaingan untuk menentukan harga jual (Muh. Robil Almin, 2021).

Menurut Kotler Dan Amstrong mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang di tagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang di tuturkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau

menggunakan suatu produk atau jasa (Birusman 2017).

Harga suatu produk merupakan salah satu komponen penentu dalam keberlangsungan sebuah perusahaan ataupun industri pariwisata. Maka dari itu unsur harga menjadi salah satu hal yang semestinya dipertimbangkan dengan baik oleh industri pariwisata dalam menetapkan harga dari produk wisatanya agar sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Dalam menentukan harga suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu biaya yang dikeluarkan dan persaingan untuk menentukan harga jual. Dengan demikian para pelaku usaha mikro kuliner di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari harus dapat memuaskan kebutuhan wisatawan yang berkunjung dalam menentukan harga jual makanan atau minuman yang diproduksi.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti, para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam kendari dalam menentukan harga makanan dan minuman yang di produksi sudah sesuai dengan bahan baku yang digunakan dan harga jual yang ditetapkan lebih terjangkau untuk wisatawan dibandingkan dengan kawasan wisata lain. Dalam melayani wisatawan, para pelaku usaha kuliner juga selalu mempertahankan pelayanan yang cepat, ramah, dan lumayan tanggap untuk memberikan kepuasan yang lebih pada pengunjung ditempat usahanya.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam kendari dalam menetapkan harga jual produk wisata kulinernya sangat memperhatikan biaya-biaya yang di keluarkan seperti biaya bahan baku. Harga yang ditetapkan untuk produk wisata kulinernya tidak membebani wisatawan karena lebih terjangkau. Para pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari juga sangat memperhatikan pelayanan yang baik untuk pengunjung dengan mempertimbangkan banyaknya pesaing dalam menentukan harga jual

makanan dan minuman yang diproduksi. Dengan demikian hal ini harus terus tetap dipertahankan oleh para pelaku usaha kuliner dalam menetapkan harga dan proporsi nilai dari produk usahanya, sebab wisatawan yang berkunjung cukup merasa terpuaskan dengan hasil yang didapatkan.

d. Lingkungan yang menarik

Haming (2011) mengungkapkan bahwa lingkungan dari lokasi usaha merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas keberlangsungan usaha dalam jangka panjang, maka dari itu lingkungan usaha merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan bagi keberhasilan suatu usaha.

Lingkungan yang menarik merupakan kondisi ataupun suasana unik yang tercipta selama mengunjungi tempat wisata dan menikmati hidangan kuliner. Hal ini bisa terwujud dengan adanya pemandangan yang unik, peluang bersosialisasi dan suasana kekeluargaan yang tercipta disekitar lokasi usaha para pelaku usaha mikro kawasan masjid al-alam kendari. Berdasarkan hal itu, para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam kendari harus dapat mengambil keuntungan dari lingkungan disekitar lokasi usahanya, agar potensi usaha yang dimiliki dan terus dikelola bisa bertahan dengan jangka waktu yang lama.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, lingkungan kawasan wisata religi masjid al-alam kendari dipenuhi dengan beberapa usaha selain dari usaha kuliner yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro, diantaranya terdapat penjual pakaian, aksesoris, tempat penyewaan permainan anak dan lain-lain. Ini kemudian dimanfaatkan para pelaku usaha kuliner untuk mendapatkan keuntungan dari adanya pengunjung pedagang lain. Selain itu taman-taman yang terdapat di sekitar lokasi kawasan masjid al-alam kendari juga menguntungkan para pelaku usaha lain di dalam kawasan masjid al-alam dalam menciptakan suasana kekeluargaan dan peluang bersosialisasi

yang berbeda bagi pelanggan ketika berkunjung. Sedangkan pemandangan menarik yang di tawarkan di tempat usaha mikro di masjid al-alam kendari, para pelaku usaha mikro tersebut memanfaatkan kondisi geografis dari lokasi usahanya yang berada di tengah teluk kendari sehingga memberikan panorama yang indah bagi wisatawan yang berkunjung menjelang sore.

Berdasarkan hasil pengamatan dan beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memanfaatkan lingkungan yang ada disekitar kawasan wisata, para pelaku usaha mikro tersebut sudah dapat memuaskan kebutuhan wisatawan dengan memanfaatkan keberadaan banyaknya penjual disekitar kawasan wisata religi masjid al-alam kendari dalam menciptakan peluang bersosialisasi dan suasana kekeluargaan, bagi wisatawan yang berkunjung. Pemandangan yang di tawarkan juga sudah dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat para pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari.

Pendapatan usaha mikro di kawasan masjid al-alam kota kendari

Menurut Suroto (1992) mengatakan bahwa pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu, Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Suroto, 1992).

Pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari mengharapkan penghasilan dari usaha mikro yang di lakukan dari berjualan berupa makanan dan minuman guna memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari pangan, sandang dan papan.

Pendapatan para pelaku usaha mikro di kawasan masjid al alam kendari berasal dari hasil penjualan atas produk makanan yang merupakan sumber pendapatan utama dan pendapatan sampingan yang berasal dari aktivitas ekonomi lainnya.

Pendapatan pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari berasal dari kegiatan berjualan yakni dari hasil penjualan makanan ataupun minuman yang mereka produksi, penghasilan dari penjualan ini merupakan bagian tonggak utama bagi para pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al alam kendari dalam mencukupi kebutuhan hidupnya.

Adapun jumlah pendapatan pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari adalah sebagai berikut:

Data Usaha Dan Jumlah Penghasilan Per Bulan

no	Nama	Lama usaha	Jenis dagangan	Penghasilan/bulan
1.	Pak bambang	7 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 2.500.000
2.	Ibu nurjannah	4 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 1.200.000
3.	Mansya putra	9 bulan	Pedagang makanan	± Rp. 2.000.000
4.	Ibu muriati	3 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 1.500.000
5.	Muhammad sarman	3 tahun	Pedagang minuman	± Rp. 2.000.000
6.	Ibu jamilah	4 tahun	Pedagang minuman	± Rp. 1.500.000
7.	Daday hermawan	3 tahun	Pedagang aksesoris	± Rp. 1000.000
8.	musajar	4 tahun	Pedagang minuman	± Rp. 1.500.000
9.	Ibu yuliana	2 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 1.500.000
10.	jumatia	4 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 1.000.000
11.	Ibu lilis	7 tahun	Makanan dan Minuman	± Rp. 2.000.000
12.	Alwin	7 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 1.500.000
13.	samsudin	3 tahun	Pedagang makanan dan minuman	± Rp. 2.500.000
14.	Babas	3 tahun	Pedagang makanan dan minuman	± Rp. 1.000.000
15.	Sahril	2 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 1.000.000
16.	Ibu muriati	3 tahun	Pedagang makanan	± Rp. 1.000.000

Sumber: wawancara tahun 2023

Dari tabel di atas dapat di lihat bahwasanya pendapatan para pelaku usaha

mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari yakni:

1. Pak bambang pedaganag makanan lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 7 tahun dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp. 2.500.000.
2. Ibu Nurjannah pedagang makanan lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 4 tahun dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp. 1.200.000.
3. Mansya Putra pedagang makanan lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 9 bulan dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp. 2.000.000.
4. Ibu Muriati pedagang makanan lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 3 tahun dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp. 1.500.000.
5. Muhammad Srman pedagang minuman lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 3 tahun dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp. 2.000.000.
6. Ibu jamilah pedagang minuman lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 4 tahun dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp. 1.500.000.
7. Daday Hermawan penjual aksesoris lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 3 tahun dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp.1.000.000.
8. Pak Musajar pedagang minuman lama mendirikan usahanya di kawasan masjid al-alam kendari sudah selama 4 tahun dengan pendapatan perbulanya berkisar kurang lebih Rp. 1.500.000.

9. Ibu Yuliana pedagang makanan lama mendirikan usahanya di kawasan Masjid Al Alam Kendari sudah selama 2 tahun dengan pendapatan perbulannya berkisar kurang lebih Rp. 1.500.000.
10. Jumatia pedagang makanan lama mendirikan usahanya di kawasan Masjid Al-Alam Kendari sudah selama 4 tahun dengan pendapatan perbulannya berkisar kurang lebih Rp. 1000.000
11. Ibu Lilis pedagang makanan dan minuman lama mendirikan usahanya sudah 7 tahun dengan pendapatan perbulannya berkisar Rp. 2.000.000.
12. Alwin pedagang makanan lama mendirikan usahanya sudah 7 tahun dengan penghasilan perbulannya berkisar kurang lebih Rp. 1.500.000.
13. Samsudin pedagang makanan dan minuman lama mendirikan usaha di kawasan Masjid Al-Alam Kendari dengan penghasilan perbulannya berkisar kurang lebih Rp. 2.500.000
14. Babas pedagang makanan dan minuman lama mendirikan usahanya di sekitaran Masjid Al-Alam Kendari sudah 3 tahun dengan penghasilan perbulannya berkisar kurang lebih Rp. 1.000.000.
15. Sahril pedagang makanan dan minuman lama mendirikan usahanya di sekitaran Masjid Al-Aam Kendari sudah 2 tahun dengan penghasilan perbulannya berkisar Rp. 1000.000
16. Ibu Muriati pedagang makanan lama mendirikan usaha di sekitaran Masjid Al-Alam Kendari sudah 3 tahun dengan penghasilan perbulannya berkisar kuerang lebih Rp. 1.000.000.

Berikut adalah strategi yang disusun berdasarkan situasi dan kondisi serta kebutuhan dari pedagang kaki lima di Pasar Sentral Kota Kendari berdasarkan hasil analisis SWOT.

1. Analisis Lingkungan Internal

a. Kekuatan (Strength)

- 1) Lokasi yang strategis berdekatan dengan fasilitas daerah;
- 2) Sangat memperhatikan pelayanan kepada konsumen;
- 3) Harga yang relatif terjangkau;
- 4) Tidak ada biaya sewa tempat;
- 5) Produk yang ditawarkan beraneka macam;
- 6) Untung penjualan yang banyak;
- 7) Mengutamakan kualitas produk demi loyalitas konsumen.

b. Kelemahan (Weakness)

- 1) Pedagang belum maksimal melakukan promosi;
- 2) Keterbatasan modal usaha sehingga sulit dalam mengembangkan usaha;
- 3) Pedagang kurang melakukan inovasi.

c. Kekuatan-Peluang (Strength-Opportunity (S-O))

- 1) Mempertahankan lokasi yang sudah strategis;
- 2) Mempertahankan kualitas produk;
- 3) Mempertahankan harga jual dengan produk yang sesuai dengan kalangan menengah ke bawah;
- 4) Mempertahankan keberanekaragaman produk yang ditawarkan.

d. Kelemahan-Peluang (Weakness-Opportunity (W-O))

- 1) Mengembangkan produk;
- 2) Meningkatkan sistem manajemen penjualan;
- 3) Meningkatkan komunikasi antar pedagang;
- 4) Mengikuti perkembangan dan memanfaatkan teknologi yang tersedia;
- 5) Memperhatikan kualitas tempat seperti kebersihan dan kenyamanan bagi pengunjung.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Peluang (Opportunity)

- 1) Memiliki pelanggan yang tetap karena lokasi yang strategis

- 2) Tingkat permintaan barang tinggi;
 - 3) Jika hari libur nasional pedagang bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak;
- b. Ancaman (Threat)
- 1) Banyaknya pedagang sejenis diluar maupun didalam lingkup Pasar Sentral Kota Kendari;
 - 2) Konsumen sering tidak percaya dengan kebersihan makanan yang dijual pedagang;
 - 3) Banyaknya produk asing yang lebih kekinian;
 - 4) Banyaknya kafe, tempat makan dan tempat belanja yang nyaman membuat konsumen beralih;
 - 5) Saat cuaca tidak baik cenderung sepi dan lokasi usaha tidak dapat digunakan untuk berjualan;
 - 6) Pedagang yang sakit sehingga tidak berjualan.
- c. Kekuatan-Ancaman (Strength-Threat (S-T))
- 1) Mengikuti perkembangan zaman dengan melihat produk yang sedang diminati konsumen;
 - 2) Membangun hubungan yang baik dengan pedagang lain;
- d. Kelemahan-Ancaman (Weakness-Threat (W-T))
- 1) Mempertahankan hubungan baik dengan konsumen;
 - 2) Menambah variasi produk;
 - 3) Memanfaatkan media sosial;
 - 4) Meningkatkan sarana penunjang usaha;
 - 5) Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap konsumen.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Sentral Kota Kendari, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa yang digunakan untuk mengukur potensi usaha mikro di kawasan wisata religi

masjid al-alam kendari dapat melalui beberapa dimensi antara lain adalah keragaman aktivitas kuliner, lokasi yang nyaman dan bersih, harga dan proporsi nilai dan lingkungan yang menarik.

2. Berdasarkan hasil penelitian dan uraian yang di kemukakan sebelumnya penulis dapat menarik kesimpulan bahwasanya pendapatan yang di peroleh oleh pelaku usaha mikro di kawasan masjid al-alam kendari tidak menentu per bulanya dan dapat di lihat bahwasanya pendapatan pelaku usaha mikro di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari sangat di pengaruhi dari banyaknya pengunjung atau wisatawan yang datang di kawasan wisata religi masjid al-alam kendari.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mukhlisin, Mansyur Hidayar Pasaribu. 2020. "Analisis Swot Dalam Membuat Keputusan Dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat." *Invention* 1(1): 39–41.
- Alaslan, Amtai. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Ed. 1—Cet. Ed. Shara Nurachma Setter. Depok: Rajawali Pers.
- Barlian, Eri. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Ed. Sari Surnianti. Padang: Sukabina Press.
- Birusman, Muhammad. 2017. "Harga Dalam Perspektif Islam." *Mazahib* 4(1): 86–99.
- Erwin Rijanto, Hartadi A. Sarwono. 2015. *Bank Indonesia Dan Lppi Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk)*.
- Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat. 2021. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing. Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Publik (Jap)* 1(6):

- 1287.
- Firsty, Ophelia, And Ida Ayu Suryasih. 2019. "Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi." 7(1): 36–43.
- Hans Kartikahadi, Jusuf Halim. 1994. "Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (Psak) No . 23." (23): 1–14.
- Helmi, Situmorang Syafrizal, And Muslich Lufti. 2014. "Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis." In Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis, Eds. Situmorang Syafrizal Helmi And Muslich Lufti. Medan: Usu Press, 1–265.
- Herdiana Novita Sari. 2020. 8 Kaos GI Dergisi "Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kripik Pisang Dalam Perspektif Ekonomi Islam." <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798> <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002> <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049> <http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391> <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205> <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Luh Italiani, Made Ary Meitriana, Kadek Rai Suwena. 2019. "Pengaruh Kemampuan, Keberanian, Keteguhan Hati Dan Kreativitas Terhadap Kesuksesan Wirausahawan Di Singaraja." 11(2): 658.
- Mahfudz. 2023. "Dampak Ekonomi Terhadap Pengembangan Wisata Religi Masjid Al-Alam Kota Kendar." : 260–70.
- Medi, Al Muhran, Hudi Sontha, And La Pande Jurumai. 2022. "Studi Keselarasan Dan Keterkaitan Bentuk Arsitektur Islam Pada Masjid Di Kota Kendari Study Of Harmony And Interrelationships Of Islamic Architecture Forms In Mosques In Kendari City." 5(2): 37.
- Muh. Robil Almin, Mustakim, Erni Qomariya. 2021. "Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Sektor Usaha Mikro Di Kawasan Kendari Beach Kota Kendari." 6(2): 334–57.
- Safrianti, Tesa Nurul. 2020. "Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Umkm Dai Kabupaten Tegal." Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
- Studi, Program, Ekonomi Syariah, And Universitas Yudharta. 2019. "Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Umkm Di Kecamatan Lawang Melalui Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Lawang." 1371: 121–23.
- Sulfati, Andi. 2018. "Efektivitas Pengembangan Usaha Mikro Di Indonesia." 2(2): 62–63.
- Widajatun, Vincentia Wahyu, And Nugri Mohamad Nugraha. 2021. "Peluang Dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi (Pengabdian Kepada Umkm Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat)." 3(2): 162–68.