

# **TAMAN SAWAH TIRTA BUANA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

ASPITA AYU

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

## **ABSTRAK**

Usaha wisata taman sawah tirta buana didirikan oleh BUMDes pada 1 Januari 2022 di Desa Cialam Jaya dan dikelola oleh anggota bumdes Usaha ini merupakan salah satu dari beberapa program BUMDes yang Dimana usaha wisata ini merupakan kolam renang untuk dewasa dan anak-anak. Adapun tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui strategi pengembangan usaha wisata taman sawah tirta buana sehingga penelitian ini mampu memberikan wawasan serta pengetahuan baik secara teoritis maupun praktis. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan tehnik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi pengembangan usaha wisata Taman sawah Tirta Buana dilakukan pada strategi produk yang memiliki produk kolam renang dengan memberikan kualitas air yang bersih, harga yang terjangkau, promosi menggunakan sosial media (facebook) dan turun langsung ke lapangan, dan lokasi yang strategis sehingga memudahkan para pengunjung. Berdasarkan analisis SWOT usaha Wisata Taman Sawah Tirata Buana memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya. (2) kendala utama yang ada di wisata taman sawah tirta buana yaitu fasilitas yang masih kurang lengkap serta anggaran yang masih kurang untuk memenuhi atau melengkapi fasilitas itu sendiri. Adapun tindakan yang dilakukan adalah dengan meningkatkan anggaran. (3) Usaha wisata Taman Sawah Tirta Buana dalam penggunaan strategi pengembangan usaha sudah sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip keislaman yakni jujur, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi dan menerapkan harga dengan transparan.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Perspektif Ekonomi Islam.**

## 1. Pendahuluan

Bisnis yang maju adalah bisnis yang menerapkan strategi di dalam menjalankan usahanya. Dalam menjalankan aktivitas bisnis, dibutuhkan konsep strategi yang kuat untuk mencapai tujuan yang ingin diperoleh. Strategi merupakan rencana yang disusun, menyeluruh dan terpadu untuk menghubungkan antara keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan. Selanjutnya, strategi tersebut dikaitkan juga dengan tantangan lingkungan dan dirancang guna memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai melalui implementasi strategi yang telah dibuat (Manullang, 2016 : 7).

Strategi bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan selayaknya harus menerapkan konsep bisnis di dalam Islam. Islam merupakan agama yang tidak hanya mengatur masalah kegiatan ibadah semata, tetapi juga mengatur urusan di dalam aktivitas manusia dalam bidang bisnis seperti perdagangan, perniagaan dan jual beli (Arifin, 2009). Aktivitas berbisnis dijelaskan juga di dalam Al-Qur'an yaitu Q.S. Al-Ma'k (67) : 15.

أَفَأُولَٰئِكَ شِوَا أُولَٰئِكَ ۗ قُلْ ۖ كَلَّا ۚ بِيَدِ ٱللَّهِ  
ٱلْأَمْرُ ۚ يَوْمَ ٱلْقُرْءَانِ ۚ لِيَمِزَ ٱللَّهُ ٱلْبَٰرِءِ مِنَ ٱلظَّٰلِمِ ۚ

Terjemahnya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (Kemenag, 2019)

Berdasarkan ayat di atas, Allah SWT.,Menjadikan bumi dan segala kenikmatannya bukan hanya sekedar dijelajahi, melainkan untuk dikenali dan disadari manusia bahwa bumi dan segala isinya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan cara ditanam, dipupuk, diolah dan dituai

dari, oleh dan untuk manusia. selanjutnya setelah memakan dari sebagian rezeki-Nya hendaknya manusia kembali mengorientasikan dirinya kepada Allah swt sebagai menuju kehidupan akhirat kelak.

Strategi dalam mengembangkan bisnis menurut sudut pandang Islam merupakan suatu hal yang baik dan lumrah dilakukan. Akan tetapi dalam Islam terdapat prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam menyusun dan menerapkan strategi bisnis yang akan dijalankan. sebagai seorang muslim, prinsip bisnis yang harus dijalankan antara lain: bisnis yang dijalankan harus terhindar dari unsur dharar (bahaya), jahalah (ketidakjelasan) dan zhulm (merugikan atau tidak adil). Selain itu juga, seorang muslim harus terhindar dari unsur masyir, aniaya, gharar, haram, riba, ikhtikar dan bathil (Rival, 2013 : 314).

Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup manusia membuat kebutuhan manusia juga berubah seperti liburan atau rekreasi bersama keluarga ditengah-tengah rutinitas pekerjaan yang padat. Dengan melihat keadaan tersebut, para pengusaha melihat sebuah peluang usaha yang memadukan antara bisnis wisata dan kuliner untuk hiburan. Oleh karena itu mulai banyak bermunculan kegiatan usaha yang mengusung konsep wisata dan kuliner.

Badan Usaha Milik desa (BUMDes) adalah suatu lembaga atau badan perekonomian Desa yang berbadan hukum dibentuk dan dimiliki oleh Pemerintah desa, dikelola secara ekonomis mandiri dan profesional dengan modal seluruhnya atau sebagian besar merupakan kekayaan desa yang dipisahkan. Pada akhirnya BUMDes dibentuk dengan tujuan memperoleh keuntungan untuk memperkuat Pendapatan Asli Desa (PADes),

memajukan perekonomian desa, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Berkat dana desa yang digelontorkan oleh pemerintah Pusat melalui Kementerian Desa PDTT, membuat kepala Desa Cialam Jaya Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan Rustam Sulaiman, akhirnya mampu mengelola Aset Desa berupa tanah kosong eks persawahan yang kemudian di sulap menjadi “Taman Sawah Tirta Buana” dengan fasilitas gazebo dan kolam renang untuk dewasa dan anak-anak. Taman sawah tirta buana memiliki pendapatan atau income sebesar Rp. 1.000.000 perminggu. Strategi yang digunakan taman sawah tirta buana yaitu strategi produk, harga, lokasi dan distribusi, promosi.

Taman sawah tirta buana terletak di Desa Cialam Jaya, Kec. Konda, Kab. Konawe Selatan. Dan tempatnya cukup strategis jarak tempuh dari Kota Kendari sekitar 20 menit perjalanan dengan kendaraan roda 2 dan 4.

Sebagaimana yang telah peneliti jelaskan sebelumnya, bahwa salah satu peluang bisnis yang sangat menjanjikan dimasa sekarang ini adalah usaha wisata. Selain dari aspek peluang, bisnis ini juga banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki tingkat pendapatan yang sangat menjanjikan. Menurut Bapak Rustam Sulaiman selaku Kepala Desa Cialam Jaya menjelaskan bahwa antusias masyarakat sangat besar dengan adanya konsep bisnis tersebut sehingga berdampak kepada pendapatan dan income yang ia terima. Selain itu, saat ini mulai bermunculan usaha yang mengusung konsep wisata khususnya didaerah Kecamatan Konda (Sulaiman, Wawancara).

Kecamatan Konda memiliki tipografi yang cocok untuk menjalankan bisnis wisata. Wilayah Kecamatan Konda memiliki area

persawahan yang cukup luas sehingga memiliki kesediaan air yang cukup melimpah. Berdasarkan observasi penulis, menemukan tiga usaha wisata kuliner dan pemancingan yang berada di wilayah Kecamatan Konda yaitu Lesehan Barokah dan Pemancingan Mangga Dua.

Bisnis wisata Taman Sawah Tirta Buana telah mengembangkan model bisnis yang memperhatikan kepuasan terhadap pelanggan. Dalam memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan, usaha ini memberikan fasilitas yang nyaman dengan konsep bangunan yang menarik dan menyediakan Fasilitas bagi pelanggan yaitu tempat untuk makan secara lesehan, tempat bermain anak dan tempat berswafoto.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

## **2. Landasan Teori**

### **Konsep Strategi**

Pengertian strategi menurut Russel dan Taylor di dalam buku Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin menyatakan bahwa strategi adalah visi umum yang dimiliki oleh perusahaan untuk menyatukan organisasi dan menyediakan pedoman dalam membuat keputusan serta guna menjaga agar perusahaan berjalan sesuai arah yang benar (Haming & Nurjamiddin, 2011 : 49).

Strategi didalam bisnis memiliki beberapa jenis dan klasifikasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Anjani et al., 2018 8-21):

1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategi*).

Strategi intergrasi vertikal adalah penggabungan dari aktivitas perusahaan mulai dari tahap produksi,

penjualan atau proses ekonomi lainnya yang secara teknologi berbeda dalam batas-batas satu perusahaan tunggal. Strategi ini juga dibagi menjadi tiga, yaitu strategi integritas ke depan, strategi integritas ke belakang dan strategi horizontal.

2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*).

Strategi ini dapat dilakukan ketika memilih strategi atas produk baru, penawaran produk baru dipasarkan yang telah ada maupun pasaran yang baru. Strategi ini dibagi menjadi tiga, yaitu Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Pasar, Strategi Pengembangan Produk (Adi, 2019)

3. Strategi diservikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi ini menitikberatkan pada peningkatan kualitas produk atau penciptaan produk baru atau produk yang telah ada agar perusahaan mengalami pertumbuhan. Strategi diversifikasi dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu: Strategi Devirsifikasi Terkait, Strategi Diversifikasi tidak Terkait.

4. Strategi Defensif (*Defensive Strategy*).

Strategi ini berfokus pada mempertahankan bisnis yang telah ada dengan memperbaiki kinerja perusahaan yang sedang menurun. Strategi ini dibagi menjadi tiga bentuk yaitu Strategi Penciutan, Strategi Divestasi dan Strategi Likuiditas.

5. Strategi kombinasi (*Combination Strategy*)

Strategi ini dilakukan dengan cara menggabungkan dan mengkombinasikan beberapa bentuk strategi yang telah ada.

**Strategi Pengembangan Usaha**

Dalam setiap pengembangan usaha akan berkaitan dengan peluang. Peluang untuk memasuki dunia wirausaha dapat dilakukan melalui

berbagai kesempatan atau peluang yang terlihat oleh seseorang. Akan tetapi mungkin kesempatan atau peluang tersebut tidak terlihat oleh orang lain. Peluang dan kesempatan untuk memulai sebuah usaha sangat tergantung kepada persepsi dan pengalaman seseorang. (Nisisusantro, 2012). Adapun strategi pengembangan usaha sebagai berikut

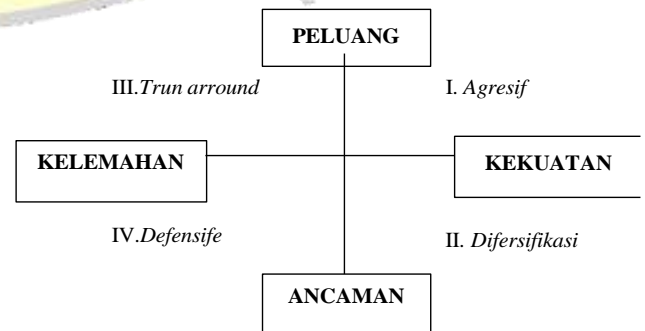
1. Strategi produk
2. Harga
3. Promosi
4. Lokasi

**Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah instrumen yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategi perusahaan. Analisis ini dibangun dengan melihat kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*), kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) merupakan bagian pertimbangan dari faktor internal perusahaan dan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) merupakan bagian dari faktor eksternal perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya pertimbangan penting untuk analisis SWOT (Rangkuti, 2004 : 18).

Untuk melakukan perencanaan dengan menggunakan SWOT maka dilakukan terlebih dahulu dengan metode pengujian analisis SWOT yang dirangkum dalam matrik SWOT sebagai berikut:

Diagram analisis SWOT



(sumber: Rangkuti, 2004:16)

### 3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan pengelola BUMDes, pengelola Taman Sawah Tirta Buana dan pelanggan.

#### b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi.

Berikut terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Analisis data pada penelitian ini akan dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung sampai tuntas, untuk menganalisis data dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
2. Reduksi Data (Data Reduction)
3. Penyajian Data (Data Display)
4. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification)

Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Triangulasi sumber
2. Triangulasi teknik
3. Triangulasi Waktu

### 4. Hasil Dan Pembahasan

#### Strategi Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana

##### 1. Strategi Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha wisata taman sawah tirta buana dapat diperoleh sebuah data dan fakta tentang teori dan fakta dilapangan mengenai strategi produk yang diterapkan usaha wisata taman sawah tirta buana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi produk yang diterapkan pada usaha wisata taman sawah tirta buana untuk mengembangkan produknya yaitu dengan memberikan keunggulan pada air yang digunakan yang berasal dari sumber mata air asli yang terjamin kebersihannya. Kemudian keunggulan lainnya yaitu wisata taman sawah tirta buana yang berada di dekat persawahan yang menyegarkan mata.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2016) dalam buku Bukhari Alma manajemen pemasaran jasa menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang dan jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa.

Menurut Goetsc dan Davis dalam Fandy Tjiptono, kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jadi harapan kualitas tidak hanya terbatas pada produk akhir yang dihasilkan suatu perusahaan. (Fandy Tjiptono, 2016).

## 2. Strategi harga

Hasil penelitian mengenai strategi harga yang diterapkan usaha wisata taman sawah tirta buana menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan cukup terjangkau bagi para konsumen yakni Rp.10.000 perorang untuk dewasa dan Rp.5.000 perorang untuk anak-anak. Hal ini sesuai dengan teori Sofjan Assauri (2013) Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Jika salah menentukan harga maka akan berakibat tidak lakunya produk yang ditawarkan. Strategi harga harus ditentukan terlebih dahulu agar dalam pemasaran tidak memberikan harga sembarangan atau semau-maunya.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Untuk menetapkan harga harus dipertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga, dan kompetisi. Langkah awal dalam penetapan harga adalah menghitung biaya-biaya yang secara langsung berhubungan dengan produk atau jasa. (Sudaryono, 2016)

## 3. Strategi promosi

Hasil penelitian mengenai strategi promosi yang diterapkan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana menggunakan sosial media untuk memasarkan produknya. Adapun sosial media yang digunakan usaha wisata

taman sawah tirta buana yakni *facebook*.

Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana juga menjalin kerja sama dengan 50 BUMDes yang tergabung dalam asosiasi BUMDes di Konawe Selatan dan kemudian melakukan *tour* ke seluruh BUMDes yang ada di Konawe Selatan. Hal ini juga sesuai dengan pendapat lupiyoadi (2013) promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

Sebagaimana menurut Buchari Alma (2016) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan dan meyakinkan konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.

## 4. Strategi tempat

Hasil penelitian mengenai strategi lokasi yang diterapkan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana menunjukkan bahwa lokasi usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana berada di tempat yang cukup strategis karena posisi jangkauannya juga tidak terlalu jauh, berada dipusat perkampungan dan juga berada tidak jauh dari pusat kota. Setiap perusahaan memiliki strategi lokasi yang berbeda dengan pemilihan lokasi. Sebagaimana menurut Tjiptono dalam Syardiansya 2017 ada beberapa pertimbangan dalam menentukan pilihan lokasi diantaranya akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau, misalnya lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana/transfortasi umum, visiabilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

Untuk menentukan strategi pengembangan usaha perlu mengidentifikasi berbagai faktor yakni

faktor internal dan eksternal setelah mengetahui faktor internal dan eksternal dari suatu usaha kemudian diolah menggunakan matriks SWOT yakni tabel IFE (**internal factor evaluation**) dan EFE (**external factor evaluation**) sehingga menghasilkan diagram analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan suatu usaha.

Hasil penelitian dari usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana menunjukkan bahwa diagram analisis SWOT dari usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana terletak pada kuadran agresif dengan begitu usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usahanya.

Hal ini juga sesuai dengan teori Sari 2020 analisis SWOT didahului dengan identifikasi posisi perusahaan atau institusi faktor internal dan faktor eksternal. Sama halnya dengan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana yang memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman kemudian faktor-faktor tersebut diolah menggunakan matriks SWOT untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana.

Setelah menghasilkan strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT maka dapat peneliti simpulkan bahwa strategi yang telah dilakukan oleh Wisata Taman Sawah Tirta Buana apabila dilihat dari teori yang telah disebutkan oleh peneliti yakni unsur-unsur pengembangan usaha.

Unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yakni (Mutalib, 2016 : 173)

1. Unsur Internal (Pihak dari Dalam)
  - a. Memiliki kemauan dan tekad dari wirausaha untuk mengembangkan bisnis kearah kemajuan.

- b. Mengetahui dan menguasai aspek teknis produksi yaitu seperti teknik yang digunakan untuk mengembangkan produk dan jumlah produk yang akan diproduksi
- c. Melakukan pembukuan dan pencatatan anggaran yang bertujuan untuk mengetahui jumlah banyaknya pemasukan dan pengeluaran.

2. Unsur Eksternal (Pihak dari Luar)

- a. Mengikuti pola perkembangan usaha yang sedang berkembang
- b. Memperhatikan kondisi lingkungan yang akan dijadikan tempat untuk berbisnis.
- c. Memperoleh suntikan dana segar/investasi dari pihak lain dan tidak selalu menggantungkan kepada kemampuan usaha sendiri.
- d. Menciptakan variasi produk yang beragam untuk ditawarkan kepada konsumen sehingga memiliki berbagai macam pertimbangan.

Berdasarkan unsur-unsur pengembangan usaha diatas maka salah satu unsur pengembangan usaha yang berkaitan dengan hasil penelitian ini yakni dengan memiliki tekad dari si pengusaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik yakni dengan cara mempromosikan usahanya melalui sosial media yaitu *facebook* dan mempromosikan secara langsung kepada masyarakat melalui asosiasi BUMDes se-Konawe Selatan. Kemudian harga dan kualitas. Usaha wisata Taman sawah Tirta Buana memberikan harga yang terjangkau dan kualitas yang berbeda dengan usaha wisata lainnya.

## **Kendala dan Tindakan dalam Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di wisata taman sawah tirta buana dapat diperoleh sebuah data dan fakta dilapangan mengenai kendala dan tindakan yang dihadapi pada usaha wisata taman sawah tirta buana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kendala yang ada di wisata taman sawah tirta buana yaitu:

### **1. Fasilitas**

fasilitas yang masih kurang lengkap dikarenakan baru didirikan. Fasilitas ini pada dasarnya sangat menunjang untuk pengembangan Wisata Taman Sawah Tirta Buana.

### **2. Anggaran**

Anggaran yang masih kurang untuk memenuhi atau melengkapi fasilitas itu sendiri dikarenakan usaha ini masih tahap awal pengembangan yakni baru berdiri sekitar enam bulan.

### **3. covid-19**

Adanya covid-19 juga menjadi dampak yang menyebabkan pengunjung pada Wisata Taman Sawah Tirta Buana berkurang. Namun seiring berjalannya waktu Covid-19 mulai mereda sehingga menyebabkan pengunjung mulai ramai.

### **4. Karcis**

Belum adanya karcis yang disediakan oleh pengelola usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana bagi para pengunjung dapat menyebabkan pelayanan yang kurang efektif.

### **5. Pencatatan keuangan**

Belum adanya pencatatan keuangan pada usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana dapat

menyebabkan pengelolaan pengeluaran dan pemasukan keuangan pada usaha ini belum bisa dihitung secara efektif, yang dimana pencatatan keuangan dalam suatu usaha itu sangat penting karena bisa mengontrol biaya operasional usaha itu sendiri.

Adapun tindakan yang dilakukan pengelola usaha taman sawah tirta buana untuk mengatasi kendala tersebut yaitu dengan cara meningkatkan pendapatan dengan cara meningkatkan promosi agar pengunjung bertambah sehingga dapat menambah pendapatan usaha ini. Dengan bertambahnya pendapatan pada usaha wisata taman sawah tirta buana, sehingga bisa melengkapi fasilitas yang masih kurang lengkap. Selain itu, pengelola sesegera mungkin menyediakan karcis bagi para pengunjung dan juga harus membuat pencatatan keuangan agar dapat memudahkan dalam menghitung pemasukan dan pengeluaran.

Menurut Yoeti dalam (Sulistiana, 2015) Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisata yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang di kunjungi, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

## **Strategi Pengembangan Usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Berdasarkan hasil temuan peneliti tentang strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam, Strategi pengembangan usaha Taman Sawah Tirta Buana menggunakan nilai-nilai keislaman dalam mengembangkan usahanya seperti ikhlas dalam bekerja artinya menerima penghasilan atau gaji yang masih minim, mengingat usaha



Taman Sawah Tirta Buana masih dalam tahap awal. Sebagaimana dalam Islam ada keutamaan dan jaminan bagi siapa saja yang ikhlas dalam menjalankan pekerjaan. Ketika ikhlas terimplementasi dalam bekerja maka segalanya hanya berharap dapat memberikan manfaat bagi setiap orang. Hal ini sesuai dengan tujuan BUMDes yaitu dapat bermanfaat bagi masyarakat. Allah SWT. telah memberikan jaminan bagi siapa saja yang ikhlas dalam bekerja, sebagaimana dalam QS. At-Taubah ayat 105:

قُلْ لَوْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُوا أُمَّرَاتِي لَأَغْنِيَنَّكُمْ اللَّهُ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ يَخَافُونَ

وَأَنْتُمْ لَوْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُوا أُمَّرَاتِي لَأَغْنِيَنَّكُمْ اللَّهُ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ يَخَافُونَ

(9:105) (يُوبَة) ١٠٥

Terjemahan: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (At-Taubah/9:105).

Usaha Taman Sawah Tirta Buana juga menggunakan prinsip-prinsip etika Islam dalam mengembangkan usahanya. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip etika dalam mengembangkan usaha menurut Djakfar (2012) jujur, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi, menerapkan harga dengan transparan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat di simpulkan bahwa perusahaan Taman Sawah Tirta Buana dalam penggunaan strategi pengembangan usaha sudah sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip keislaman, hal ini perlu dilakukan karena menurut Islam kegiatan ekonomi harus sesuai dengan hukum syara' artinya dalam konsep hukum Islam ada yang boleh dan ada yang tidak boleh dilakukan.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di usaha wisata Taman Sawah Tirta Buana maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adapun kendala yang ada pada usaha Wisata Taman Sawah Tirta Buana adalah sebagai berikut: 1). Fasilitas, 2). Pendapatan, 3). Covid-19, 4). Karcis, 5). Pencatatan keuangan. Adapun tindakan yang dilakukan pengelola usaha taman sawah tirta buana untuk mengatasi kendala tersebut yaitu dengan cara meningkatkan pendapatan dengan cara meningkatkan promosi agar pengunjung bertambah sehingga dapat menambah pendapatan usaha ini. Dengan bertambahnya pendapatan pada usaha wisata taman sawah tirta buana, sehingga bisa melengkapi fasilitas yang masih kurang lengkap. Selain itu, pengelola sesegera mungkin menyediakan karcis bagi para pengunjung dan juga harus membuat pencatatan keuangan agar dapat memudahkan dalam menghitung pemasukan dan pengeluaran.
2. Strategi pengembangan usaha wisata Taman sawah Tirta Buana dilakukan pada strategi produk yang memiliki produk kolam renang dengan memberikan kualitas air yang bersih sehingga disenangi para pengunjung. Strategi harga yaitu memberikan harga terjangkau dengan kualitas yang baik. Strategi promosi yaitu menggunakan sosial media *facebook* dan turun langsung ke lapangan dengan musyawarah kepada masyarakat untuk mempromosikan usahanya. Strategi lokasi usaha wisata Taman sawah Tirta Buana yaitu

lokasi yang strategis sehingga memudahkan para pengunjung.

3. Perusahaan Wisata Taman Sawah Tirta Buana dalam penggunaan strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip keislaman, yakni jujur, longgar dan bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi, menerapkan harga dengan transparan. Hal ini perlu dilakukan karena menurut Islam kegiatan ekonomi harus sesuai dengan hukum syara' artinya dalam konsep hukum Islam ada yang boleh dan ada yang tidak boleh dilakukan

## 6. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diajukan beberapa saran kepada:

1. Kepada pemilik usaha agar meningkatkan strategi pengembangan ataupun pelayanan yang dilakukan melalui prinsip-prinsip ekonomi syariah serta meminimalisir kendala dan kelemahan yang ada dalam usaha wisata taman sawah tirta buana serta mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang mengambil penelitian yang sama agar memperhatikan pertanyaan yang diajukan kepada informan, agar tidak terulang lagi kesalahan yang terjadi kepada peneliti ketika melakukan wawancara.

## Daftar Pustaka

- Aminudin, A. R. (2015). Pelaksanaan Pe BUKU
- Amirullah. (2015). Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja. Mitra Wacana Media.
- Anoraga, P. (2011). Pengantar Bisnis:

Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi. Rineka Cipta.

- Arifin, J. (2009). Etika Bisnis Islam. Walisonggo Press.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiarta, K. (2009). Pengantar Bisnis. Mitra Wacana Media.
- Djakfar, M. (2012). Etika Bisnis. Penebar Plus.
- Hardiansyah, h. (2010). metodologi penelitian kualitatif, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Hakim, L. (2012). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam. Penerbit Erlangga.
- Haming, M., & Nurjamiddin, M. (2011). Manajemen Produksi. PT Bumi Aksara.
- Harmaizar. (2015). Menangkap Peluang Usaha, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2003, CV Dian Anugerah Perkasa.
- Hasan, A. (2014). Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam. PT RajaGrafindo Persada.
- Indonesia, T. P. K. B. B. (2014). Tim Penyuluh Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka.
- Manullang, M. (2016). Manajemen Strategi. Perdana Publishing.
- Mardalis, (2015) Metode Penelitian, Bumi Aksara.
- Mardani. (2014). Hukum Bisnis Syariah. Prenamedia Group.
- Marimin (2016), Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Mejemuk, Jakarta: Grasindo
- Mayasari, F. A. (2006). LKS Kewirausahaan. Depok, Sakti
- Moleong, Lexi J, (2007). Metode penelitian kualitatif, Yogyakarta: Rosda Karya
- Nilasari, S. (2014). Manajemen Strategi. Dunia Cerdas.
- Nitisusantro, M. (2010). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil.

- Alfabeta.
- Purwanto, I. (2017). *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya
- Rahman, A. (2010). *Fiqih Muamalat*. Prenada Media Group.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Perkasa Utama.
- Rival, V. (2013). *Islamic Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Setyosari, S. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan Kencana*.
- Sugiono, (2007). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kualitatif, kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiono, (2008). *Memahami penelitian kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sukiman. (2012). *Pengembangan Media Pembelajaran*. Pedagogia
- Qordhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Yusnanto, M. I., & Karebet, M. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani
- JURNAL**
- Adi, A. Y. (2019). *Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Curlycurry*. Angora, 7(1).
- Afridhal, M. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*. Jurnal S. Pertanian, 1(3), 223–233.
- Anjani, A. D., Caria, N., & Fajri, I. (2018). *Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung*. Gastronomy Tourism Journal, 4(2), 8–21.
- Mutalib, A. (2016). *Pola Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Mataram*. Jurnal JISIP, 1(2), 173.
- ngelolaan *Homestay* Di Desa Lubuk Kembang Bunga Kawasan Eko Wisata Tesso Nilo Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. *Jom Fisip*, 2(2), 1–13.
- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali)*. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Ar Rahmah, R. (2017). *Etika Dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus Di Waroeng Steak And Shake Cabang Sm Raja Medan)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2). <https://doi.org/10.32505/jebis.v2i2.183>
- Bashita, A. A. (2019). *Peranan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Di Desa Wisata Canggung Badas Kediri)*. Iain Kediri.
- Burhan, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Chaerodin. (2015). *Penerapan Hotel Berbasis Syariah Dalam Menekan Perilaku Disasosiatif Masyarakat Melalui Pemenuhan Syariah Compliance Di Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta*. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/12800/Naskah\\_Publikasi\\_14423004.Pdf?sequence=1&isallowed=Y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/12800/Naskah_Publikasi_14423004.Pdf?sequence=1&isallowed=Y)
- Danif. (2016). *Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam Pada Manajemen*

- Perhotelan Di Hotel Syariah Malang. *Muzda*, 7(2).
- Doharman Nababan S. (2021). *Strategi Pengembangan Terhadap Pariwisata (Studi Kasus Di Kampung Wisata Hutabalian Desa Sianjur Mulamula Kabupaten Samosir)*. Universitas Sumatera Utara.
- Hodijah, S., Delis, A., Artis, D., Jambi, U., Pinang, K., Mendalo, M., Studi, P., Pembangunan, E., Jambi, U., & Lokal, W. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Untuk Menopang Ekowisata Lokal Dalam Pemanfaatan Dan Tata Kelola Di Desa Renah Alai Kabupaten Merangin*. 2(1), 22–27.
- Husein, U. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Karomi, M. I. A. A. F. F. K. A. Y. P. A. N. S. (2021). Pengembangan Standar Pengelolaan *Homestay* Sesuai Protokol Covid-19 (Studi Kasus Di Kota Mataram Dan Kabupaten Banyuwangi). *Media Bina Ilmiah*, 15(12), 5925–5936.
- Kemenparekraf. (2021). *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021*.
- Ningsih, D. R. (2021). *Analisis Pengelolaan Wisata Alam Puncak Kuik Desa Gajah, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo*. Iain Ponorogo.
- Permadi, L. A., Muttaqillah, M., & Retnowati, W. (2021). Kriteria *Homestay* Di Desa Wisata Yang Memenuhi Prinsip-Prinsip Wisata Halal : Sebuah Kajian Teori. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 10(3), 227–235. <https://doi.org/10.29303/Jmm.V10i3.667>
- Poedjowibowo, D., Waani, J. O., & Warouw, F. (2017). *Di Desa Tumbak ( Studi Kasus Permukiman Diatas Air )*. 39–57.
- Rezapratama. (2017). *Permasalahan Terhadap Pengelolaan Dalam Pengembangan Kawasan Pesisir*. Kompasiana.
- Riyadi, F. (2016). Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam. *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.21043/Bisnis.V3i1.1472>
- Statistik, B. P. (2022). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Orang), 2020-2021*.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Pt Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Pt Alfabeta.
- Surahmi. (2016). *Konsep Hotel Syariah Dalam Perspektif Bisnis Islam ( Studi Kasus Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu )*. 1–89.
- The Ministry Of Tourism And Creative Economy, I. (2014). Regulation Of Tourism And Creative Economy Minister, No.9 (2014) On The Subject Of *Homestay*. *Ministry Regulation*.
- 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.
- 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), Article e0941. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i6.941>
- 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.
- 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.
- 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), Article e01050. <https://doi.org/10.1016/j.jlsd.2023.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, Article 895346. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.895346>
- 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. <https://doi.org/10.17507/tpls.1304.23>
- Rahman, M., Palilati, A., Samdin, Insawan, H., Hadisi, L., Yusuf, Putera, A., Syaifuddin, D. T., & Kamaluddin, M. (2024). Impactful Contributions: Sharia Banks in Advancing Agricultural and Agribusiness Development, Empowering MSMEs and Enhancing Human Resources Management. *Journal of Global Innovations in Agricultural Sciences*, 12(2), 503-522. <https://doi.org/10.22194/JGIAS/24.1328>
- Widyarini. (2013). Pengelolaan Hotel Syariah Di Yogyakarta. *Bisnis Islam* /, 1(1), 1–12. [Www.Yogyes.Com/Id/Yogyakart-a-Vacation-](http://www.Yogyes.Com/Id/Yogyakart-a-Vacation-)