



Dampak Ekonomi terhadap Pengembangan Wisata Religi Masjid Al-Alam Kota Kendari

Mahfudz^{1*}.

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kendari, Indonesia

*Korespondensi: mahfudz@iaiankendari.ac.id

Info Artikel

Diterima 25
Januari 2023

Disetujui 02
Februari 2023

Dipublikasikan 09
Februari 2023

Keywords:
Wisata Religi;
Dampak Ekonomi;
Masjid Al-Alam;
Pengelolaan;
Pengembangan.

© 2023 The
Author(s): This is
an open-access
article distributed
under the terms of
the Creative
Commons
Attribution
ShareAlike (CC BY-
SA 4.0)



Abstrak

Salah satu sektor industri yang memiliki perkembangan pesat saat ini adalah industri pariwisata, industri pariwisata mampu menjadi sektor utama dalam pertumbuhan ekonomi, sosial budaya baik di Indonesia maupun dunia. Industri pariwisata memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat, baik itu wisata bahari, wisata religi maupun wisata lainnya. Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengelolaan dan pengembangan wisata religi masjid al-alam kota kendari serta menganalisis dampak ekonomi yang ditimbulkan terhadap pengembangan wisata religi. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan lapangan dengan sistem pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisata religi masjid al-alam belum dikelola secara maksimal. Secara umum, wisata religi masjid al-alam telah memberikan dampak ekonomi secara langsung, namun dampak ekonomi itu belum dirasakan oleh masyarakat secara luas.

Abstract

One of the industrial sectors that has rapid development at this time is the tourism industry, the tourism industry can become a major sector in economic, and socio-cultural growth both in Indonesia and the world. The tourism industry has an economic impact on the community, be it marine tourism, religious tourism, or other tourism. One of the objectives of this study is to determine the management strategy and development of religious tourism at the al-alam mosque in Kendari city and to analyze the economic impact on the development of religious tourism. This research is qualitative research using a field approach with a data collection system in the form of interviews, observations, and documentation. The results of this study indicate that religious tourism at the al-alam mosque has not been managed optimally. In general, religious tourism at the al-alam mosque has had a direct economic impact, but the economic impact has not been felt by the wider community.

1. Pendahuluan

Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik individu maupun kelompok dengan mengunjungi berbagai macam tempat wisata. seseorang dalam melakukan perjalanan wisata memiliki tujuan yang berbeda-beda diantaranya adalah untuk rekreasi, mencari suasana yang baru, mencari kegembiraan,

kesenangan, pengembangan diri, mempelajari sejarah, menikmati keunikan dan daya tarik wisata, dan untuk meningkatkan kualitas spiritualias.

Kegiatan pariwisata yang melibatkan pergerakan baik skala nasional maupun internasional tidak hanya sekedar menikmati perjalanan dari satu tempat ketempat yang lain. Namun lebih dari itu, kegiatan wisata erat kaitannya dengan kepentingan ekonomi dan bisnis, dalam perkembangannya kegiatan wisata menjadi sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi dan sosial diberbagai negara (Mahriani et al., 2020). Industri pariwisata telah berkembang dengan pesat diseluruh dunia, saat ini pariwisata merupakan sektor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi global, industri pariwisata memberikan kontribusi terhadap ekonomi dan mampu bersaing dengan industri-industri besar seperti layanan keuangan, industri manufaktur dan starup serta usaha-usaha lainnya yang mampu memberikan kontribusi dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Rachmati, 2018). Hal diatas sejalan dengan yang diungkapkan oleh Wawan Kurniawan dalam penelitiannya yang menyetakan bahwa pariwisata memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat dengan menyerap banyak tenaga kerja disektor pariwisata (Kurniawan, 2015).

Tahun 1967 United Nations world tourism organization (UNWTO) memperkenalkan wisata wisata religi yang pertamakali ketika melakukan pertemuan dengan tema "Turizm and religions: A Cntributin to the dialogue of cultures, religious and civilizatins" setelah UNWTO memperkenalkan wisata religi maka wisata religi mengalami perkembangan dan peluasan serta segmen yang tidak terbatas hanya satu agama tertentu namun wisata religi mencakup seluruh agama yang ada seseuai dengan keparcayaan masing-masing. Wisata religi memiliki nilai-nilai yang sangat luas bagi seluruh masyarakat, wisata religi memiliki nilai-nilai edukasi, nilai kearifan lokal dan pertumbuhan ekonomi (Rasyid, 2015).

Moch.Chotib 2015 menuturkan bahawa wisata religi merupakan kegiatan perjalanan mengunjungi suatu tempat yang erat kaitannya dengan religiusitas atas agama sesuai dengan kepercayaan masing-masing. sehingga seseorang jika ingin meningkatkan kualitas spiritualnya maka dia akan mengunjungi tempat-tempat yang sarat akan hikmah religi seperti ketempat-tempat ibadah berupa masjid, gereja dan tempat ibadah lain (Moch. Chotib, S.Ag., 2015), seiring dengan perkembangannya wisata religi bukan hanya melakukan perjalanan dari satu tempat ketempat lain untuk menghilangkan dahaga spiritual, akan 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 meberikan dampak positif secara langsung sebesar 44 persen (Madyan et al., 2015).

Wisata religi akan memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat jika dikelola dan dikembangkan dengan strategi yang baik, hal ini terbukti bahwa wisata religi yang tidak dikelola dan dikembangkan dengan baik maka tidak akan memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat secara maksimal. Strategi Pengembangan wisata yang dimaksud adalah berupa strategi pengembangan potensi wisata religi, pengembangan sumber daya manusia, strategi pengembangan sarana dan prasarana, strategi pengembangan kelembagaan, strategi promosi yang tepat sasaran (Bahits et al., 2020), dan harus melibatkan stake holder dalam pengembangan pariwisata religi agar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Firsty & Suryasih, 2019).

Pengembangan sarana dan prasarana merupakan hal pokok yang harus disediakan oleh pariwisata untuk memenuhi kebutuhan pelaku wisata atau pengunjung, sehingga bisa menikmati perjalanan wisatanya dengan baik. Di antara sarana dan prasarana yang harus tersedia adalah, transportasi, penginapan/hotel, rumah makan/restoran, dan sarana-sarana lainnya yang bisa memenuhi kebutuhan wisata. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan adalah fasilitas yang memadai hal ini berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung (Miarsih, 2018). Pengembangan pemasaran dan promosi wisata yaitu memperkenalkan dan menawarkan atraksi wisata, produk-produk wisata, barang yang menarik perhatian para pelaku pariwisata. Maka pengembangan pemasaran wisata merupakan hal yang sangat penting. Berbagai macam strategi pemasaran bisa dilakukan untuk dapat membuat jalur sebagai strategi pemasaran produk yang tepat dalam hal memberikan informasi yang efisien dan efektif bagi para calon konsumen yang merata dan salah satu strategi pemasaran yang bisa diterapkan dalam E-Marketing (Mahardika, 2020).

Pemerintah memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata, hal ini sejalan dengan amanat Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata yang menjelaskan bahwa pemerintah daerah memiliki peran penting dalam peningkatan potensi wisata. Di antara peran pemerintah adalah mengalokasikan anggaran untuk pengembangan pariwisata, mendorong penanaman modal disektor pariwisata, memajukan sektor wisata. stake holder/pemangku kepentingan memiliki tanggung jawab untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata yang ada di daerah destinasi itu sendiri (Muhammad Ashoer, 2021).

Wisata religi di kota kendari identik dengan masjid atau tempat ibadah seperti masjid agung al-kausar, masjid raya kota lama, dan masjid al-alam yang ada di tengah laut teluk kendari. Masjid al-alam merupakan salah satu destinasi wisata religi yang ada di kota kendari yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara, selain bagunannya yang megah, letaknya yang strategis yang menyajikan pemandangan laut yang indah serta memberikan sentuhan-sentuhan religiusitas bagi para pengujungnya.

Jika masjid ini dikelola dan dikembangkan dengan baik, maka tentu akan memberikan dampak positif khususnya dampak ekonomi bagi masyarakat. sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan dan pengembangan wisata religi yang ada di masjid al-alam kota kendari. Selain itu juga untuk mengetahui sejauh mana wisata religi ini memberikan dampak ekonomi terhadap masyarakat dan pelaku usaha.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan secara natural dan alamiah (Sugiyono, dr, 2015). Adapun pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan lapangan artinya peneliti datang langsung ke lapangan untuk mengamati sebuah fenomena (Moleong, 2017), data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi (Prof. Dr. A. Muri Yusuf, 2016), adapun data primer diperoleh dari pengelola masjid al-alam, para pegawai masjid, pelaku usaha di kawasan masjid al-alam. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, dan data-data lain yang dapat mendukung penelitian ini. data dalam

penelitian ini diuji dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode (Samsu, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Potensi Wisata Masjid al-Alam

Masjid al-alam dibangun pada tahun 2010 oleh Gubernur Nur Alam, dalam pembangunan masjid ini didesain dan dirancang sebagai salah satu ikon wisata religi di kota Kendari. Masjid al-alam mulai dibangun pada tanggal 17 Agustus 2010 hal ini ditandai dengan adanya peletakan batu pertama yang dipimpin langsung oleh gubernur Nur Alam. Pembangunan masjid ini memakan waktu kurang lebih 8 Tahun dan menelan biaya kurang lebih 250 Milyar rupiah, dan pada tahun 2018 masjid al-alam selesai dibangun dan risemikan oleh Nur Alam sehingga masjid telah beroperasi dan sudah digunakan hingga saat ini.

Masjid al-alam terletak sekitar 2 KM dari jalan raya utama, kita melewati jalan aspal yang terbentang ditengah laut teluk kendari untuk sampai pada area masjid al-alam sehingga masjid ini terlihat benar-benar berada di tengah laut. Masjid al-alam merupakan salah satu masjid yang unik yang ada di Indonesia khususnya dikendari karena letaknya berada ditengah teluk kota kendari, sehingga masjid al-alam termasuk masjid ketiga didunia yang dibangun diatas teluk. Sehingga masjid al-alam selau diasamakan dengan masjid Bandaraya kinabalu Malaysia dan masjid Ali Syarifuddin brunei Darussalam.



Gambar 1. Masjid al-alam jika dilihat dari atas

Masjid al-alam memiliki potensi besar dibidang ekonomi, salah satu potensinya adalah menjadi destinasi wisata religi dan destinasi wisata bahari, karena masjid al-alam memiliki gaya arsitektur yang megah dan terletak ditengah laut teluk kendari.

Pengelolaan Dan Pengembangan Wisata Religi

Masjid al-alam merupakan salah satu destinasi wisata religi yang ada dikota kendari yang terletak ditengah teluk kendari, masjid al-alam berjarak sekitar 2 km dari jalan raya, sehingga jika ingin berkunjung ke masjid al-alam pengunjung harus melewati jalan aspal sejauh 2 kilo meter.

Masjid al-alam sebagai tempat ibadah telah dikelola dengan baik oleh pengelola masjid yang memiliki beberapa divisi, diantara divisi pengelola masjid adalah divisi ibadah, divisi kebersihan, divisi keamanan dan divisi UMKM. Masjid al-alam tidak hanya digunakan sebagai tempat ibadah namun juga digunakan sebagai tempat wisata atau disebut dengan wisata religi. Wisata religi masjid al-alam dikelola secara terpadu oleh pengurus masjid yang berada dibawah naungan divisi UMKM, divisi UMKM bertugas untuk mengatur dan menertibkan pelaku usaha yang hendak melakukan aktifitas ekonomi di Kawasan masjid al-alam. selain itu, tugas divisi UMKM adalah untuk mengatur dan menertibkan para pengunjung yang berziarah di masjid la-alam.

Wisata religi al-alam belum memiliki divisi khusus atau pengelolaan tersendiri. Aktifitas wisata hanya sebatas berkunjung kemasjid menikmati keindahan masjid dan menikmati keindahan teluk kendari, serta menikmati kuliner yang ada dikawasan masjid. disana tidak terdapat produk dan brand menarik yang ditawarkan oleh pengelola, atraksi wisata, bahkan promosi wisata pun belum dilakukan secara masif.

Dampak Ekonomi Terhadap Pengembangan Wisata Religi

Wisata religi masjid al-alam mampu memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat dan pelaku usaha yang ada dikawasan masjid al-alam diantaranya adalah:

1. Tersedianya lapangan kerja

Ketersediaan lapangan kerja yang dimaksud adalah adanya penyerapan tenaga kerja baik pengelola masjid maupun UMKM yang melakukan aktifitas ekonomi dikawasan masjid al-alam.

2. Peningkatan ekonomi masyarakat

Dengan adanya pengembangan wisata religi terjadi peningkatan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya omzet dan pendapatan pelaku usaha.

3. Peningkatan volume penjualan oleh pelaku usaha yang berada dikawasan masjid.

Banyaknya pelaku usaha yang melakukan aktifitas ekonomi disekitar Kawasan masjid. Berdasarkan data dari pengelola masjid UMKM yang berada dikawasan masjid al-alam berjumlah 23 orang.

3.2 Pembahasan

Wisata bahari adalah salah satu sektor pariwisata yang bisa dimanfaatkan secara maksimal, ada beberapa manfaat jika sektor wisata bahari dikelola dan dikembangkan dengan baik diantaranya dalah leading sector dan copre ekonomi hal inilah yang ditetapkan oleh bapak presiden dengan harapan pariwisata dikelola dengan baik (M.Masjhoer, 2019).

Wisata bahari hendaknya dikelola dan dikembangkan secara maksimal mengingat Indonesia merupakan Negara yang sebagian besar wilayahnya adalah perairan baik air tawar maupun air laut. Di sektor kelautan Indonesia juga memiliki sumberdaya alam yang indah sebut saja pantai dan keindahan terumbu karang sehingga jika pariwisata bahari dikembangkan maka akan memberikan dampak ekonomi, sosial dan budaya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Umi Muawanah, dkk. dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kegiatan wisata bahari memberikan dampak positif yang cukup besar bagi masyarakat baik dampak secara langsung yang mencapai Rp.480.000.000/tahun, dampak tidak langsung sebesar Rp.201.600.019/Tahun serta dampak ekonomi lanjutan sebesar Rp.20.250.000/tahun (Muawanah et al., 2020). Namun sebaliknya, wisata tidak akan memberikan dampak ekonomi secara maksimal jika tidak memiliki pengelolaan dan pengembangan yang baik hal ini ditemukan oleh Achadiat Dritasto dan Annisa Ayu Anggraeni dalam penelitiannya ditemukan bahwa wisata bahari yang ada di pulau Tidung telah memberikan dampak ekonomi, namun dampak ekonomi tersebut belum maksimal dan masih terbilang kecil (Anggraeni, 2013).

Fredinan Yulianda (2019) menuturkan bahwa pengelolaan wisata bahari yang baik memerlukan sumber daya manusia yang ahli dalam pengelolaan wisata perairan, karena wisata bahari identik dengan perairan yang terdiri dari panatai, laut, dan bawah laut serta wisata terumbu karang. Lembaga pengelolaan dan pengembangan wisata harus terdiri dari lembaga pengelola itu sendiri yang bekerja sama dengan masyarakat, kelompok pengusaha, investor maupun pemerintah. Masjid al-alam memiliki potensi wisata bahari yang sangat besar, namun saat ini potensi itu belum dikelola dengan baik sehingga belum mampu memberikan dampak ekonomi secara maksimal. Hal ini disebabkan kurangnya sumber daya manusia di bidang wisata bahari. Belum memiliki fasilitas wisata bahari yang memadai, masih kurangnya kerja sama dengan pemerintah dan investor dalam pengembangan bahari.

Pengelolaan Dan Pengembangan Wisata Religi

Kodhyat (1983) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian, kebahagiaan, kesenangan dengan lingkungan tertentu dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan (Kodhyat, 1998). Wisata religi adalah suatu jenis wisata yang sangat erat kaitannya dengan spritual dan religiusitas yang dianut oleh umat beragama. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan perjalanan ke tempat yang memiliki makna religi bagi pemeluk agama, biasanya para pengunjung datang untuk menikmati suasana religiusitas dan juga untuk meningkatkan spiritualitas keagamaan. Selain itu, yang menjadi daya tarik bagi pengunjung adalah bangunannya yang unik, sajian pemandangan alam yang menarik atau sejarah dan mitos yang melegenda dari tempat wisata tersebut. Wisata religi biasanya dihubungkan dengan tujuan untuk memperoleh keberkahan, taushiah agama dan hikmah dalam kehidupan, tetapi tidak jarang juga wisata religi digunakan sebagai tempat melangsungkan pernikahan dan juga tempat pertemuan tertentu (Moch. Chotib, S.Ag., 2015).

Pengelolaan pariwisata, fasilitas sarana dan prasarana merupakan hal yang sangat fundamental sehingga wisata dikatakan baik jika sarana dan prasarannya

baik dan begitu juga sebaliknya. fasilitas, sarana dan prasarana harus memadai sehingga mampu memenuhi kebutuhan pengunjung. Pembangunan fasilitas, sarana dan prasarana hendaknya yang ramah lingkungan tidak boleh merusak tatanan alam sehingga alam tetap terjaga dengan baik.

Pengembangan pariwisata harus ada penyediaan dan pengembangan sumberdaya manusia dengan jumlah yang cukup dan memiliki keahlian dibidang pariwisata. selain itu promosi dan sosialisasi juga sangat penting untuk dilakukan guna menarik minat para pengunjung dan juga investor untuk berinvestasi disektor wisata. pengelolaan pariwisata perairan harus memiliki manajemen yang baik untuk mengatasi kekurangan dan kelemahan kegiatan wisata (Yulianda, 2019). Bhayu Rahma menuturkan bahwa Pengelolaan pariwisata yang baik harus didukung oleh sumber daya manusia yang baik, sumberdaya manusia merupakan kunci keberhasilan dalam pengelolaan pariwisata (Bhayu Rahma, 2020).

Hadinoto 1996 menjelaskan, ada beberapa hal yang sangat menentukan dalam pengembangan pariwisata;

1. Atraksi Wisata.

Salah satu daya Tarik pariwisata adalah atraksi wisata, untuk mengembangkan atraksi wisata maka harus melibatkan sumber daya manusia, sumber daya alam dan budaya sehingga atraksi wisata bisa menarik (Muharromah & Anwar, 2020).

2. Promosi dan Pemasaran,

Dalam industri pariwisata hal yang paling penting adalah pemasaran. Melalui pemasaran inilah atraksi wisata, produk-produk wisata bisa dipromosikan. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas dalam rangka mempromosikan wisata dikancah nasional dan internasional maka diperlukan pemasaran yang berbasis digital. Promosi wisata bisa melalui media sosial, media cetak, dan media elektronik (Johana et al., 2020).

3. Pasar Wisata.

Sejauh ini belum ada yang melakukan riset secara mendalam tentang pasar wisata, namun pasar wisata adalah bagian penting dalam pariwisata. Pasar wisata perlu dikembangkan melalui partisipasi secara aktif dari masyarakat (Rima Ayu Dewanti, 2021).

4. Obyek dan Daya Tarik Wisata;

Salah satu yang menjadi daya Tarik pariwisata adalah obyek wisata, maka salah satu yang menjadi pertimbangan wisatawan untuk berwisata adalah obyek wisata, fasilitas, jarak dan biaya (Muhaimin et al., 2018).

5. Sarana dan Prasarana wisata;

Sarana dan prasarana wisata merupakan hal yang paing penting dalam berwisata termasuk wisata religi, kelengkapan sarana dan prasarana akan menyenangkan wisatawan sehingga industry wisata menjadi menarik. Sarana dan prasarana menjadi kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata seperti hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Namun sebaliknya jika sarana dan prasarana tidak memadai maka daerah tujuan wisata menjadi tidak menarik bagi para wisatawan (Kusudianto Hadinoto, 1996).

Dampak Ekonomi Wisata Religi

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat dan ketersediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, meningkatkan standar hidup, memberikan rangsangan terhadap industri-industri produktif. selain itu sektor pariwisata juga mampu mengkomodir dan menumbuhkan sektor-sektor klasik seperti industri kearifan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi (Wahab, 2003).

Cohen 1984 mengemukakan bahwa pariwisata memiliki banyak dampak yang bisa dirasakan oleh masyarakat, salah satu dampak yang ada pada pariwisata adalah dampak ekonomi, dimana pariwisata membawa aliran devisa negara maupun sebagai pendapatan daerah, selain itu, pariwisata juga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan bisa mendorong para pelaku usaha dan investor untuk datang mengembangkan usahanya disekitar tempat wisata (Erik Cohen, 1984).

Wisata religi al-alam mampu memberikan dampak ekonomi yang baik, salah satu dampak ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat dan pelaku usaha adalah ketersediaan lapangan kerja, sebelum ada masjid al-alam sebagai tempat wisata religi banyak masyarakat yang belum memiliki pekerjaan, namun pasca diresmikannya masjid al-alam kemudian dikunjungi oleh banyak orang maka banyak masyarakat yang menjadi pelaku usaha dikawasan masjid. Tidak hanya pelaku usaha yang merasakan dampak wisata religi tersebut namun pengelola juga merasakan dampaknya sebagai karyawan pengelola masjid al-alam baik sebagai tenaga kebersihan, keamanan, bagian pengurus ibadah dan lain-lain sehingga mereka mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Ismayanti menyatakan bahwa pengembangan pariwisata memberikan dampak ekonomi yang baik bagi masyarakat. diantara dampak ekonomi yang ditimbulkan dari pengembangan sektor pariwisata adalah: (Ismayanti, 2010)

1. Memberikan kontribusi terhadap peningkatan devisa negara
2. Meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar pariwisata
3. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat
4. Meningkatkan struktur ekonomi
5. Mendorong dan memberikan ruang bagi investor untuk menanamkan modalnya pada sektor wisata.

Wisata masjid al-alam tidak hanya membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, namun mampu meningkatkan pendapatan dan penghasilan para pelaku usaha/UMKM yang berada dikawasan masjid al-alam hal ini disebabkan karna banyaknya pengunjung/wisatawan yang berkunjung di masjid baik lokal maupun manca negara. Baik itu berkunjung untuk beribadah maupun berkunjung sebagai wisatawan yang ingin menikmati keindahan masjid dan pemandangan laut teluk kendari.

Stynes mengemukakan bahwa dalam industri pariwisata ada tiga dampak terhadap ekonomi masyarakat yaitu dampak langsung, dampak tidak langsung, dan dampak yang diinduksi.

1. Dampak secara langsung merupakan perubahan produksi yang terjadi akibat adanya perubahan pengeluaran pariwisata seperti peningkatan jumlah

wisatawan yang berkunjung akan secara langsung memberikan peningkatan pendapatan.

2. Dampak tidak langsung adalah perubahan produksi yang terjadi akibat dari berbagai perputaran penerimaan kembali industri perhotelan di industri terkait lainnya.
3. Dampak yang diinduksi adalah perubahan aktivitas ekonomi yang dihasilkan dari pengeluaran rumah tangga dari pendapatan yang diperoleh langsung atau tidak langsung sebagai akibat dari pengeluaran pariwisata (Stynes, 1997).

Masjid al-alam sebagai tempat wisata telah memberikan dampak ekonomi secara langsung yaitu memberikan peningkatan omzet bagi pelaku usaha dan terjadi peningkatan volume penjualan. Volume penjualan akan mengalami peningkatan secara signifikan jika dihari-hari libur hal ini disebabkan banyaknya wisatawan yang berkunjung dihari-hari libur seperti hari jum'at, sabtu, dan minggu. Begitu juga omzet akan mengalami peningkatan yang signifikan pada hari-hari libur tersebut.

4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan maka bisa disimpulkan bahwa Masjid Al-alam memiliki potensi wisata yang mampu memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat, namun potensi wisata yang ada pada masjid al-alam belum dikelola dengan baik. Wisata religi masjid al-alam adalah salah satu ikon wisata kota kendari namun dalam pengelolaannya belum dikelola secara maksimal, hal ini disebabkan belum adanya divisi khusus pariwisata yang mengelola wisata religi, kurangnya pembinaan sumber daya manusia yang kompeten dibidang pariwisata, tidak dikembangkannya atraksi wisata, pariwisata tidak dipromosikan secara masif. Wisata masjid al-alam secara umum memberikan dampak ekonomi secara langsung kepada masyarakat, namun dampak ekonomi ini belum dirasakan oleh masyarakat secara luas, hal ini disebabkan pengelolaan wisata yang kurang maksimal. Pengelola untuk mengembangkan potensi wisata bahari yang ada dimasjid al-alam kota kendari dengan cara menyediakan fasilitas yang memadai, melakukan pembinaan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dibidang pariwisata, bekerja sama dengan pemernitah dan investor untuk berinvestasi disektor pariwisata.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih kepada LPPM IAIN Kendari yang telah mendanai penelitian ini, ucapan terimakasih juga kepada tim reviewer yang telah meluangkan waktunya untuk mereview penelitian ini, taklupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada tim peneliti yang telah membantu penulis dalam pengambilan data penelitian ini. Mudah-mudahan hasil penelitian ini bermanfaat dan menjadi amal jariyah kita semua.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, A. A. (2013). *Analisis dampak ekonomi wisata bahari terhadap pendapatan masyarakat di Pulau Tidung*. Reka Loka.
- Bahits, A., Komarudin, M. F., & Afriani, R. I. (2020). *Strategi Pengembangan Tempat Wisata Religi Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Gunung Santri Desa Bojonegara*. *Jurnal Manajemen STIE*.

- Bhayu Rahma. (2020). *Tata Kella Destinasi Wisata Dan Peraturan Perundangan Pariwisata*. PT KANISIUS.
- Erik Cohen. (1984). *The sociology of tourism: Approaches, issues and findings*. *Annual Review of Anthropology*.
- Firsty, O., & Suryasih, I. A. (2019). *Strategi pengembangan candi muaro jambi sebagai wisata religi*. In *Jurnal Destinasi Pariwisata*. ojs.unud.ac.id.
- Ismayanti. (2010). *pengantar pariwisata*. PT. gramedia Widi Sarana Indonesia.
- Johana, K., Setiadarma, D., & Dewi P. Wijaya, K. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran 10 Destinasi Pariwisata Prioritas "Bali Baru" Di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i6.293>
- Kodhyat, H. (1998). *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. In *Grasindo*.
- Kurniawan, W. (2015). *Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang*. *Economics Development Analysis Journal*.
- Kusudianto Hadinoto. (1996). *Perencanaan pengembangan destinasi pariwisata*. UI-Press.
- Madyan, M., Kholidah, H., Fitriasia, D., & ... (2015). *Dampak Ekonomi Wisata Religi, Studi Kasus Kawasan Wisata Sunan Ampel Surabaya*. BISMA (Bisnis dan Manajemen)
- Mahardika, R. (2020). *Strategi Pemasaran Wisata Halal*. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*. <http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/mutawasith/article/view/187>
- Mahriani, E., Pramanik, P. D., Srisusilawati, P., Wiratanaya, G. N., Sukmana, E., Sukmana, A., Hasbi, I., Mutafarida, B., Nugraha, G. P., Butarbutar, Regina. R., Bafadhal, A. S., Mokodompit, E. A., Santi, I. N., Ihwanuddin, N., Sekarti, N. K., Sutiarto, M. A., Arifin, F., Handayani, T., Rahmi, M., & Ariani. (2020). *Manajemen Pariwisata*. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Miarsih, G. S. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta*. *Journal of Tourism and Economic*.
- M.Masjhoer, J. (2019). *Pengantar Wisata Bahari*. Publishing Khitah.
- Moch. Chotib, S.Ag., M. (2015). *Potensi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Jember*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT. Remaja Rosda Karya, 103.
- Muawanah, U., Triyanti, R., & ... (2020). *Dampak Ekonomi Wisata Bahari Di Kabupaten Alor*. In ... *Sosial Ekonomi* ejournal-balitbang.kkp.go.id.
- Muhaimin, F. al, Widians, J. A., & Cahyono, B. (2018). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Obyek Wisata Di Kota Balikpapan Menggunakan Metode Profile Matching*. *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 2(1). <https://doi.org/10.30872/jurti.v2i1.1427>

- Muhammad Ashoer, Dkk. (2021). *Ekonomipariwisata*. Yayasan kita menulis.
- Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). *Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid*. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/9086>
- Nandi, N. (2016). *Pariwisata Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia*. *Jurnal Geografi Gea*, 8(1). <https://doi.org/10.17509/gea.v8i1.1689>
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. Pd. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* - Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. - Google Books. In *Prenada Media*.
- Rachmati, W. (2018). *Pariwisata menopang ekonomi global*. Kontan.Co.Id. <https://internasional.kontan.co.id/news/pariwisata-menopang-ekonomi-global>
- Rasyid, A. (2015). *Pengembangan Wisata Halal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. In *Bussiness Law binus*.
- Rima Ayu Dewanti, F. A. G. (2021). *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pasar Wisata Papringan di Dusun Ngadiprono Desa Ngadimulyo Kecamatan Kedu Kabupaten Temanggung*. <Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/SolidarityPartisipasi>, 10(1), 1–11.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development*. In *Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Stynes, D. J. (1997). *Economic Impacts of Tourism*. 5.
- sugiyono, dr, P. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* – MPKK. In *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisata - Tourism Management*. In 1. *Pariwisata, Industri - Manajemen, Manajemen kepariwisataan / oleh Salah Wahab ; alih bahasa Frans Gromang*.
- Yulianda, F. (2019). *Ekowisata Perairan Suatu Konsep Kesesuaian dan Daya Dukung Wisata Bahari dan Wisata Air Tawar*. In *IPB Press*.