

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DAN PELAYANAN WISATA GUNA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DIPANTAI MUARO SASAK DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Mela Aliani, Sandra Dewi

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN M. Djamil Djambek Bukittinggi,
melaaliani66@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN M. Djamil Djambek Bukittinggi,
sandradewi@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah. Pantai Muaro Sasak sebagai destinasi wisata memiliki daya tarik alam yang potensial, tetapi masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi dan pelayanan wisata yang diterapkan di Pantai Muaro Sasak serta mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola wisata, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan meliputi pemasaran digital melalui media sosial, kerja sama dengan agen perjalanan, dan penyelenggaraan event wisata. Sementara itu, pelayanan wisata berfokus pada keramahan, kebersihan, dan keamanan pengunjung. Dalam perspektif etika bisnis Islam, strategi promosi dan pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak sudah mencerminkan prinsip kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*‘adālah*), dan kemaslahatan (*maṣlahah*). Namun, masih terdapat aspek yang perlu diperbaiki, seperti transparansi dalam harga tiket dan peningkatan fasilitas berbasis syariah. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengelola wisata untuk meningkatkan efektivitas promosi digital, memperbaiki pelayanan sesuai prinsip Islam, serta mengembangkan fasilitas wisata halal guna menarik lebih banyak wisatawan Muslim.

Kata Kunci: *Promosi Wisata, Pelayanan Wisata, Etika Bisnis Islam, Pantai Muaro Sasak*

Abstract

Tourism is one of the strategic sectors in regional economic development. Pantai Muaro Sasak, as a tourist destination, has significant natural potential but faces challenges in increasing visitor numbers. This study aims to analyze the promotional strategies and tourism services implemented at Pantai Muaro Sasak and evaluate their alignment with Islamic business ethics principles. This research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews with tourism managers, direct observations, and document studies. The findings indicate that the promotional strategies implemented include digital marketing through social media, partnerships with travel agencies, and organizing tourism events. Meanwhile, tourism services focus on hospitality, cleanliness, and visitor safety. From the perspective of Islamic business ethics, the promotional strategies and tourism services at Pantai Muaro Sasak reflect the principles of honesty (*ṣidq*), justice (*‘adālah*), and public benefit (*maṣlahah*). However, some aspects require improvement, such as price transparency and the enhancement of Sharia-compliant facilities. This study provides

recommendations for tourism managers to enhance the effectiveness of digital promotions, improve services in accordance with Islamic principles, and develop halal tourism facilities to attract more Muslim tourists.

Keywords: *Tourism Promotion, Tourism Services, Islamic Business Ethics, Pantai Muaro Sasak*

I. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, serta memperkenalkan budaya dan keindahan alam suatu daerah. Di Indonesia, sektor pariwisata menjadi salah satu pilar pembangunan ekonomi yang terus berkembang, terutama dengan meningkatnya tren wisata berbasis alam dan budaya. Salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah Pantai Muaro Sasak, yang terletak di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat.¹

Pantai Muaro Sasak memiliki daya tarik utama berupa keindahan pantai berpasir putih, ombak yang tenang, serta keanekaragaman hayati di sekitarnya. Selain itu, pantai ini juga menjadi pusat aktivitas ekonomi bagi masyarakat sekitar melalui sektor perdagangan, jasa wisata, dan industri kreatif. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Muaro Sasak masih tergolong fluktuatif. Beberapa faktor yang menjadi penyebabnya antara lain keterbatasan dalam strategi promosi, kualitas pelayanan wisata yang masih perlu ditingkatkan, serta kurangnya dukungan infrastruktur yang memadai.²

Tabel 1.1

Perkembangan jumlah Pengunjung Tahun 2021-2024

No	Jumlah pengunjung diluar Pasaman Barat	Jumlah pengunjung Pasaman Barat	Tahun	Jumlah
1	7.970 Pengunjung	17.050 Pengunjung	2021	18.400
2	16.250 Pengunjung	48.750 Pengunjung	2022	65.000
3	14.000 Pengunjung	28.000 Pengunjung	2023	42.000
4	17.333 Pengunjung	34.666 Pengunjung	2024	52.000

Pariwisata Kabupaten Pasaman Barat

¹ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 78.

² Zeithaml, Valarie A., *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, (New York: McGraw-Hill, 2018), hlm. 102.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa destinasi wisata pada pantai Muaro Sasak memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan dan dieksplor dengan jumlah pengunjung. Menurut bapak Nasriyon selaku pengelola Pantai Muaro Sasak ini, jumlah pengunjung terbanyak terjadi pada saat hari weekend yaitu hari sabtu, minggu dan hari libur nasional. Pada tahun 2021 setelah Corona semuanya sudah mulai membaik dan kembali normal dengan syarat yaitu mematuhi protokol kesehatan yaitu dengan memakai masker dan menjaga jarak. Berdasarkan data yang tersedia, jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Muaro Sasak pada tahun 2023 mencapai sekitar 42.000 orang. Angka ini menunjukkan penurunan dibandingkan tahun 2022, di mana jumlah pengunjung mencapai 65.000 orang. Namun, pada tahun 2024, jumlah pengunjung kembali meningkat menjadi 52.000 orang.

Tingginya kunjungan wisata ini berdampak baik kepada ekonomi warga sekitar, terutama pelaku umkm dan pedagang, serta pemuda yang bergerak di dunia pariwisata. kedepan perlu dilakukan penataan lebih lanjut agar wisata di sasak terus berkembang dan bisa meningkatkan pendapatan daerah. Selain di sasak, beberapa daerah lainnya juga mengalami peningkatan kunjungan wisatawan. bahkan beberapa objek wisata alam, dan wisata religi di ikan larangan lubuak landau, masih sangat ramai dikunjungi masyarakat hingga hari ini. Pada tahun 2023 jumlah pengunjung pada tahun 2023 dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi, cuaca, atau kurangnya promosi yang efektif. Sebaliknya, peningkatan pada tahun 2024 mungkin dipengaruhi oleh upaya promosi yang lebih gencar, perbaikan infrastruktur, atau penyelenggaraan acara khusus yang menarik minat wisatawan. Obyek wisata yang dianggap memiliki potensi untuk menjadi wisata di Pasaman Barat salah satunya ialah Pantai Muaro Sasak yang berada di kecamatan Ranah Pasisie Kabupaten Pasaman Barat.

Dalam konteks etika bisnis Islam, pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip kejujuran (shiddiq), tanggung jawab (amanah), keadilan ('adl), dan kepedulian sosial (ihsan). Etika bisnis Islam menekankan bahwa setiap bentuk usaha, termasuk pariwisata, harus dijalankan dengan prinsip keberlanjutan, transparansi, serta memberikan manfaat bagi semua pihak, baik wisatawan, pengelola, maupun masyarakat sekitar.³ Oleh karena itu, penerapan strategi promosi dan pelayanan wisata yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya tarik wisata Pantai Muaro Sasak serta memberikan dampak ekonomi dan sosial yang positif.

2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi wisata yang diterapkan di Pantai Muaro Sasak?
2. Bagaimana kualitas pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak?

³ Antonio, Muhammad Syaff'i, *Islamic Business Ethics*, (Jakarta: Tazkia Publishing, 2019), hlm. 56.

3. Bagaimana strategi promosi dan pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam?

3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi promosi wisata yang diterapkan di Pantai Muaro Sasak.
2. Mengevaluasi kualitas pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak.
3. Mengkaji kesesuaian strategi promosi dan pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak dengan etika bisnis Islam.

II. Landasan Teori

1. Strategi Promosi Wisata

Promosi merupakan elemen penting dalam pemasaran pariwisata. Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa strategi promosi yang efektif melibatkan pemasaran digital, media sosial, dan kerja sama dengan agen perjalanan⁴. Strategi promosi wisata adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk menarik lebih banyak pengunjung ke suatu destinasi wisata. Berikut beberapa strategi yang bisa diterapkan⁵:

1. Digital Marketing
 - a. Media Sosial: Gunakan Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk membagikan foto dan video menarik tentang destinasi wisata.
 - b. Website dan SEO: Buat situs web resmi yang informatif dan optimalkan dengan SEO agar mudah ditemukan di Google.
 - c. Influencer & Travel Blogger: Kerja sama dengan influencer atau travel blogger untuk mempromosikan tempat wisata.
 - d. Google Ads & Facebook Ads: Pasang iklan digital untuk menjangkau lebih banyak calon wisatawan.
2. Event & Festival
Mengadakan festival budaya, kuliner, atau musik untuk menarik wisatawan dan Bekerja sama dengan komunitas lokal agar event lebih meriah dan berkelanjutan.
3. Kerja Sama dengan Agen Travel & Hotel
Menawarkan paket wisata menarik dengan agen travel dan Bekerja sama dengan hotel atau penginapan untuk memberikan diskon atau promosi bundling.
4. Promosi Melalui Media Cetak & Elektronik
 - a. Menyediakan brosur di tempat strategis seperti bandara, stasiun, dan hotel.
 - b. Mengiklankan destinasi di TV, radio, atau media cetak.
5. Program Loyalitas & Diskon
 - a. Memberikan diskon untuk wisatawan yang datang berulang kali.
 - b. Membuat kartu member dengan berbagai keuntungan.
6. Peningkatan Pelayanan & Testimoni Positif

⁴ Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 150.

⁵ Buhalis, Dimitrios, dan Rob Law, "Progress in Information Technology and Tourism Management," *Tourism Management*, Vol. 29, No. 4 (2018), hlm. 609-623.

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan agar wisatawan puas dan memberikan testimoni positif.
- b. Memanfaatkan review di Google, TripAdvisor, dan media sosial untuk meningkatkan kredibilitas.

Jika dikaitkan dengan etika bisnis Islam, strategi promosi wisata juga harus memperhatikan prinsip kejujuran, transparansi, dan tidak menyesatkan calon wisatawan. Misalnya, tidak berlebihan dalam menggambarkan keindahan tempat wisata dan selalu memberikan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. Pelayanan Wisata

Pelayanan wisata mencakup aspek keramahan, kebersihan, keamanan, dan kenyamanan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan pengalaman wisatawan dan mendorong mereka untuk berkunjung kembali (Zeithaml, 2018)⁶. Pelayanan wisata adalah segala bentuk layanan yang diberikan kepada wisatawan untuk memastikan kenyamanan, kepuasan, dan pengalaman yang menyenangkan selama berkunjung ke suatu destinasi wisata. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan mendorong wisatawan untuk kembali.

1) Jenis Pelayanan Wisata

a. Pelayanan Informasi

Penyediaan peta wisata, papan petunjuk, dan pusat informasi wisata. Layanan customer service yang responsif (online & offline).

b. Pelayanan Transportasi

Akses jalan yang baik dan transportasi umum yang memadai. Penyediaan shuttle bus atau kendaraan sewa bagi wisatawan.

c. Pelayanan Akomodasi & Kuliner

Penginapan yang bersih, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Tersedianya variasi makanan, termasuk makanan halal bagi wisatawan Muslim.

d. Pelayanan Keamanan & Kesehatan

Keberadaan petugas keamanan dan pos penjagaan. Tersedianya fasilitas kesehatan seperti P3K atau klinik terdekat.

e. Pelayanan Wisata Berbasis Teknologi

Pembelian tiket online untuk mempermudah akses. Penggunaan aplikasi wisata untuk memandu wisatawan.

f. Pelayanan Wisata Berbasis Budaya & Ramah Lingkungan

Pelayanan yang ramah dan mencerminkan budaya lokal. Penyediaan fasilitas ramah lingkungan seperti tempat sampah terpisah dan larangan penggunaan plastik berlebihan.

⁶ Zeithaml, Valerie A., *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, (New York: McGraw-Hill, 2018), hlm. 130.

- 2) Standar Pelayanan Wisata yang Baik
 - a. Kecepatan & Responsivitas: Pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap kebutuhan wisatawan.
 - b. Keramahan & Profesionalisme: Staf yang ramah, sopan, dan berpengetahuan tentang destinasi wisata.
 - c. Kebersihan & Kenyamanan: Tempat wisata yang bersih, rapi, dan nyaman bagi semua wisatawan⁷.
 - d. Fasilitas yang Memadai: Toilet bersih, tempat ibadah, area parkir, dan fasilitas umum lainnya harus tersedia.
- 3) Pelayanan Wisata dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dalam perspektif etika bisnis Islam, pelayanan wisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:⁸

 - a. Shiddiq (Kejujuran): Tidak menipu wisatawan dengan informasi palsu atau layanan yang tidak sesuai dengan promosi.
 - b. Amanah (Tanggung Jawab): Memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan yang dijanjikan.
 - c. Fathanah (Kecerdasan & Profesionalisme): Staf harus memiliki kompetensi dan keahlian dalam melayani wisatawan⁹
 - d. Tabligh (Transparansi & Komunikasi Baik): Menyampaikan informasi secara jelas, seperti harga tiket, fasilitas, dan aturan wisata.

3. Pariwisata

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok ke suatu tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau kepentingan lainnya dalam jangka waktu sementara. Industri pariwisata mencakup berbagai aspek, seperti transportasi, akomodasi, kuliner, atraksi wisata, dan layanan pendukung lainnya.

a. Jenis-Jenis Pariwisata

1. Pariwisata Alam – Wisata yang berfokus pada keindahan alam, seperti pantai, gunung, dan taman nasional. Contoh: Pantai Muaro Sasak, Raja Ampat, Bromo.
2. Pariwisata Budaya – Wisata yang berkaitan dengan budaya, sejarah, dan tradisi masyarakat. Contoh: Candi Borobudur, Tari Kecak di Bali.
3. Pariwisata Religi – Wisata yang bertujuan untuk ibadah atau kegiatan spiritual. Contoh: Ibadah haji dan umrah, wisata religi ke makam wali.
4. Pariwisata Kuliner – Wisata yang berfokus pada eksplorasi makanan khas suatu daerah. Contoh: Wisata kuliner di Yogyakarta dengan gudegnya.

⁷ Zulkifli, A. (2022). "Pelayanan Wisata dalam Perspektif Islam: Studi Kasus Destinasi Wisata Halal di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis Syariah*, 10(1), 45-60.

⁹ Parasuraman, A., Valarie Zeithaml, dan Leonard Berry, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1 (2018), hlm. 12-40.

5. Pariwisata Edukasi – Wisata yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan. Contoh: Museum, pusat penelitian, wisata agrowisata.
 6. Pariwisata Petualangan – Wisata yang melibatkan aktivitas fisik dan tantangan. Contoh: Arung jeram, mendaki gunung, diving.
- b. Manfaat Pariwisata
1. Ekonomi: Meningkatkan pendapatan daerah dan membuka lapangan pekerjaan.
 2. Sosial dan Budaya: Memperkenalkan budaya lokal kepada wisatawan dan melestarikan warisan budaya.
 3. Lingkungan: Jika dikelola dengan baik, pariwisata berkelanjutan dapat membantu konservasi alam.
 4. Infrastruktur: Mendorong pembangunan fasilitas umum seperti jalan, bandara, dan penginapan.
- c. Tantangan dalam Pariwisata
1. Kurangnya promosi dan infrastruktur yang memadai.
 2. Dampak negatif terhadap lingkungan jika tidak dikelola dengan baik.
 3. Ketidakstabilan ekonomi dan politik yang dapat mempengaruhi jumlah wisatawan.
- d. Pariwisata dalam Perspektif Etika Bisnis Islam
- Pariwisata dalam Islam bukan hanya sekadar aktivitas rekreasi, tetapi juga bagian dari syiar, dakwah, dan pembelajaran tentang kebesaran ciptaan Allah. Dalam etika bisnis Islam, pariwisata harus dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang menekankan kejujuran, keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan sosial.
- e. Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Pariwisata
1. Kejujuran (Shiddiq)
 - a. Promosi pariwisata harus menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan wisatawan.
 - b. Tidak boleh ada manipulasi harga atau praktik bisnis yang merugikan wisatawan.
 2. Amanah (Tanggung Jawab dan Profesionalisme)
 - a. Pengelola wisata harus menjaga fasilitas, keamanan, dan kenyamanan wisatawan.
 - b. Memastikan kebersihan lingkungan dan keberlanjutan destinasi wisata.
 3. Keadilan ('Adl)
 - a. Tidak boleh ada diskriminasi dalam pelayanan wisata, baik terhadap wisatawan lokal maupun asing.
 - b. Memberikan harga yang wajar dan pelayanan yang sama bagi semua wisatawan.
 4. Kepedulian Sosial (Ihsan)
 - a. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata agar mereka mendapatkan manfaat ekonomi.
 - b. Menyediakan fasilitas yang ramah bagi semua kelompok, termasuk lansia dan penyandang disabilitas.

5. Tidak Mengandung Unsur Haram dan Maksiat
 - a. Pariwisata harus bebas dari praktik yang bertentangan dengan syariah, seperti perjudian, minuman keras, dan kegiatan yang tidak senonoh.
 - b. Mendorong wisata halal yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti wisata religi dan wisata edukasi.
 6. Kelestarian Lingkungan (Masalah Mursalah)
 - a. Pariwisata harus dikelola secara berkelanjutan tanpa merusak alam.
 - b. Mendorong penggunaan teknologi ramah lingkungan dan pengelolaan sampah yang baik.
 - f. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Pariwisata
 - a. Wisata Halal: Destinasi yang menyediakan makanan halal, tempat ibadah, serta lingkungan yang sesuai dengan syariah.
 - b. Ekowisata Islam: Mengelola wisata alam secara bertanggung jawab dengan tetap menjaga keseimbangan ekologi.
- Pariwisata Edukatif: Mengembangkan wisata yang memberikan manfaat intelektual dan spiritual, seperti wisata sejarah Islam atau wisata berbasis pesantren.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis strategi promosi dan pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak dalam perspektif etika bisnis Islam.

1. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Pantai Muaro Sasak dengan subjek utama:

 1. Pengelola wisata, sebagai pelaksana strategi promosi dan pelayanan.
 2. Wisatawan, untuk mengetahui kepuasan dan pengalaman mereka.
 3. Masyarakat sekitar, sebagai pendukung ekosistem wisata.
2. Teknik Pengumpulan Data
 1. Wawancara dengan pengelola wisata, wisatawan, dan masyarakat sekitar mengenai promosi, pelayanan, dan prinsip etika Islam.
 2. Observasi langsung terhadap fasilitas, pelayanan, dan strategi promosi yang diterapkan.
 3. Dokumentasi dari media promosi, laporan pengelolaan wisata, serta referensi akademik.
3. Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan dengan pendekatan Miles & Huberman (1994) melalui:

 1. Reduksi Data yaitu Menyaring dan merangkum informasi penting.
 2. Penyajian Data yaitu Menampilkan hasil dalam bentuk narasi atau tabel.

3. Penarikan Kesimpulan yaitu Mengevaluasi temuan berdasarkan etika bisnis Islam.

IV. Hasil Dan Pembahasan

1. Hasil penelitian
 - a. Strategi Promosi

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh pengelola Pantai Muaro Sasak cukup efektif dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Namun, keterbatasan dalam hal anggaran promosi dan kurangnya inovasi dalam pemasaran masih menjadi kendala utama.

Salah satu strategi utama yang digunakan adalah promosi melalui media sosial, seperti Facebook dan Instagram. Pengelola rutin membagikan konten berupa foto, video, dan informasi terkait destinasi wisata ini. Beberapa keunggulan dari strategi ini adalah :

- 1) Jangkauan promosi yang luas dan lebih cepat dibandingkan media konvensional.
- 2) Kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan calon wisatawan melalui komentar dan pesan langsung.

Namun, kendala yang dihadapi adalah kurangnya tenaga yang terampil dalam mengelola media sosial secara profesional, serta belum adanya penggunaan iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan promosi.

Hasil Wawancara dengan Bapak Nasriyon (Pengelola Wisata Pantai Muaro Sasak):

Bagaimana strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial?

"Kami menggunakan Facebook dan Instagram untuk membagikan foto, video, dan informasi tentang pantai. Terkadang kami juga membagikan testimoni wisatawan agar lebih banyak orang tertarik datang."

Seberapa efektif strategi ini dalam menarik pengunjung?

"Cukup efektif, terutama bagi wisatawan muda yang lebih aktif di media sosial. Namun, kami masih belum memanfaatkan fitur iklan berbayar karena keterbatasan dana."

- b. Pelayanan

Dari sisi pelayanan, pengelola telah menerapkan beberapa strategi yang baik, terutama dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas bagi pengunjung. Namun, masih diperlukan perbaikan dalam aspek kebersihan, penyediaan fasilitas tambahan, serta peningkatan keamanan bagi wisatawan. Jika dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya di Sumatera Barat, Pantai Muaro Sasak memiliki potensi besar untuk berkembang lebih pesat apabila mendapatkan dukungan lebih dari pemerintah daerah serta penerapan strategi promosi dan pelayanan yang lebih inovatif.

Hasil Wawancara dengan Bapak Rudi (Pedagang di Pantai Muaro Sasak):

Bagaimana cara Anda melayani wisatawan yang datang?

"Kami berusaha menyambut wisatawan dengan baik dan memberikan harga yang sesuai. Tapi kadang wisatawan bertanya tentang informasi pantai dan kami sendiri kurang tahu harus menjelaskan seperti apa."

Apakah ada pelatihan khusus dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan?

"Sejauh ini belum ada pelatihan khusus. Kami hanya melayani berdasarkan pengalaman sendiri."

Dalam perspektif etika bisnis Islam, pengelolaan wisata di Pantai Muaro Sasak telah mencerminkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, dan kepedulian sosial. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengelolaan keuangan yang lebih transparan. Dengan peningkatan strategi promosi yang lebih kreatif, peningkatan fasilitas wisata, serta penerapan prinsip etika bisnis Islam secara lebih konsisten, Pantai Muaro Sasak dapat menjadi destinasi wisata unggulan yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat secara berkelanjutan.

Hasil Wawancara dengan Ibu Siti (Wisatawan dari Padang):

Bagaimana pendapat Anda tentang informasi yang disediakan dalam promosi Pantai Muaro Sasak?

"Secara umum cukup menarik, tetapi kadang-kadang kurang jelas. Saya pernah datang saat musim hujan, ternyata ombaknya besar dan tidak aman untuk berenang. Kalau ada informasi seperti ini di media sosial, pasti lebih baik."

Menurut Anda, apakah ini sesuai dengan prinsip Islam?

"Menurut saya, sebaiknya semua informasi harus disampaikan dengan jujur. Islam mengajarkan transparansi dalam bisnis, jadi promosi juga harus jelas supaya wisatawan tidak merasa tertipu."

Bagi Pelayanannya Hasil Wawancara dengan Ibu Aisyah (Wisatawan dari Pekanbaru):

Bagaimana pendapat Anda tentang transparansi pelayanan di Pantai Muaro Sasak?

"Secara umum sudah baik, tetapi saya pernah mengalami kebingungan saat ingin menyewa gazebo. Harganya tidak tertulis jelas, jadi saya harus bertanya dulu ke beberapa orang. Kalau informasi ini lebih jelas, tentu akan lebih nyaman bagi wisatawan."

Apakah kejujuran dalam pelayanan ini sudah sesuai dengan prinsip Islam?

"Dalam Islam, bisnis harus dilakukan dengan kejujuran. Kalau semua harga dan informasi disampaikan dengan jelas, itu akan lebih berkah bagi penjual dan nyaman bagi pembeli."

2. Pembahasan

1. Gambaran Umum Pantai Muaro Sasak

Pantai Muaro Sasak merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Pasaman Barat yang memiliki daya tarik utama berupa pasir putih, ombak yang tenang, serta panorama alam yang indah. Selain itu, pantai ini juga menjadi tempat bagi masyarakat setempat untuk mencari mata pencaharian melalui sektor pariwisata, seperti berjualan makanan, jasa penyewaan perahu, serta berbagai aktivitas wisata lainnya. Pantai Muaro Sasak dikelola oleh masyarakat sekitar dengan dukungan dari pemerintah daerah dan komunitas lokal. Beberapa fasilitas yang tersedia di lokasi ini antara lain area parkir, warung makan, gazebo, serta tempat ibadah. Namun, pengelolaan wisata masih menghadapi tantangan, seperti kurangnya fasilitas pendukung, promosi yang terbatas, serta pengelolaan kebersihan yang belum maksimal.

2. Strategi Promosi Wisata di Pantai Muaro Sasak

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan pengelola wisata dan observasi lapangan, strategi promosi yang diterapkan oleh pengelola Pantai Muaro Sasak meliputi:

1. Pemasaran Digital

Pengelola menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk mempromosikan Pantai Muaro Sasak. Konten yang dibagikan mencakup foto, video, serta informasi mengenai daya tarik wisata dan event yang diselenggarakan di pantai.

2. Kerja Sama dengan Influencer dan Travel Blogger

Beberapa kali pengelola bekerja sama dengan influencer dan travel blogger lokal untuk meningkatkan eksposur Pantai Muaro Sasak di media sosial.

3. Penyelenggaraan Event Wisata

Acara seperti festival budaya, lomba fotografi, dan kompetisi olahraga pantai menjadi strategi promosi yang efektif untuk menarik wisatawan.

4. Penyebaran Brosur dan Spanduk

Meskipun pemasaran digital semakin populer, pengelola tetap menggunakan cara konvensional seperti pemasangan spanduk dan penyebaran brosur di lokasi-lokasi strategis.

Namun, strategi promosi ini masih menghadapi kendala, seperti keterbatasan anggaran promosi, kurangnya inovasi dalam pemasaran, serta minimnya dukungan dari pemerintah daerah dalam memperluas jangkauan promosi wisata.

3. Strategi Pelayanan Wisata di Pantai Muaro Sasak

Pelayanan wisata menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Strategi pelayanan yang diterapkan oleh pengelola Pantai Muaro Sasak meliputi:

- a. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)
- b. Pengelola memberikan pelatihan kepada pedagang dan petugas wisata tentang pentingnya pelayanan yang ramah dan profesional kepada pengunjung.
- c. Penyediaan Fasilitas yang Memadai
Fasilitas seperti toilet, mushola, serta tempat duduk disediakan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.
- d. Keamanan dan Kebersihan
Pengelola bekerja sama dengan masyarakat setempat untuk menjaga kebersihan pantai dan meningkatkan keamanan wisatawan.

4. Manajemen Keluhan Pengunjung

Untuk memastikan kenyamanan wisatawan, pengelola membuka kanal komunikasi melalui media sosial dan buku saran yang disediakan di lokasi wisata. Meskipun pelayanan yang diberikan cukup baik, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan fasilitas parkir, pengelolaan sampah yang belum optimal, serta kurangnya tenaga kebersihan yang bertugas secara rutin.

5. Strategi Promosi dan Pelayanan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dalam perspektif etika bisnis Islam, strategi promosi dan pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak telah mencerminkan beberapa prinsip utama dalam Islam, seperti :

- a. Kejujuran (Shiddiq)
Informasi yang diberikan dalam promosi wisata sesuai dengan kondisi sebenarnya tanpa unsur penipuan.
- b. Amanah
Pengelola wisata menjalankan tanggung jawabnya dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada wisatawan dan menjaga keberlangsungan wisata secara berkelanjutan.
- c. Keadilan ('Adl)
Tidak ada diskriminasi dalam pelayanan wisata, baik terhadap wisatawan lokal maupun mancanegara.
- d. Kepedulian Sosial

Pengelola melibatkan masyarakat sekitar dalam berbagai aspek pengelolaan wisata, sehingga memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk setempat. Namun, terdapat beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki agar lebih sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, seperti transparansi dalam pengelolaan keuangan wisata, pengelolaan kebersihan yang lebih baik, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam sektor wisata.

V. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi dan pelayanan wisata di Pantai Muaro Sasak sudah cukup baik tetapi masih memerlukan perbaikan. Promosi melalui media sosial, kerja sama dengan agen perjalanan, dan event wisata cukup efektif, namun transparansi informasi perlu ditingkatkan sesuai prinsip kejujuran (*ṣidq*) dalam Islam.

Pelayanan wisata, termasuk fasilitas, keamanan, dan keramahan petugas, sudah berjalan baik tetapi masih terdapat keluhan mengenai kebersihan dan kurangnya petunjuk informasi. Dari perspektif keadilan (*‘adālah*) dan kemaslahatan (*maṣlahah*), pengelola perlu meningkatkan fasilitas halal, kebersihan, dan keamanan bagi wisatawan.

B. Saran

1. **Transparansi Promosi:** Menyediakan informasi yang lebih jelas dan akurat tentang harga, fasilitas, dan paket wisata.
2. **Peningkatan Kebersihan:** Menambah petugas kebersihan dan memperbaiki fasilitas umum seperti toilet dan mushola.
3. **Keamanan Wisatawan:** Menambah jumlah petugas keamanan dan memasang lebih banyak rambu keselamatan.
4. **Pengembangan Wisata Halal:** Meningkatkan fasilitas ibadah dan mendorong sertifikasi halal bagi pelaku usaha sekitar.
5. **Peningkatan Layanan Informasi:** Menyediakan papan petunjuk yang lebih jelas dan mempermudah akses informasi bagi wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. (2019). *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi dalam Dunia Usaha*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Mardalis. (2017). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2020). *Akuntansi Syariah di Indonesia: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ridwan, M. (2021). "Analisis Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Digital di Destinasi Wisata Pantai." *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 8(2), 150-165.
- Zulkifli, A. (2022). "Pelayanan Wisata dalam Perspektif Islam: Studi Kasus Destinasi Wisata Halal di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Islam dan Bisnis Syariah*, 10(1), 45-60.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2023). *Strategi Pengembangan Wisata Berkelanjutan di Indonesia*. Diakses dari www.kemendparekraf.go.id
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Pariwisata Indonesia 2023*. Diakses dari www.bps.go.id
- Dinas Pariwisata Pasaman Barat. (2023). *Laporan Tahunan Pariwisata Sumatera Barat 2023*. Padang Tujuh : Dinas Pariwisata.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Hasil Wawancara dengan Pengelola Pantai Muaro Sasak
- Hasil Wawancara dengan pengunjung Pantai Muaro Sasak
- Hasil Wawancara dengan pedagang UMKM di Pantai Muaro Sasak.