

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki potensi wisata yang beraneka ragam mulai dari wisata alam, wisata religi, wisata kuliner, wisata bahari dan lain sebagainya. Saat ini bisnis pariwisata berdasarkan syariah telah berkembang dengan pesat. Pariwisata syariah memiliki potensi bisnis yang besar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Master Card & Crescent Rating* tentang “*Global Muslim Travel Index 2015*”, tersaji data bahwa di tahun 2014 terdapat 108.000.000 muslim yang telah melakukan perjalanan dengan menghabiskan biaya \$145.000.000.000. Angka ini merepresentasikan sekitar 10% dari total ekonomi wisata global. Pada tahun 2020 para wisatawan muslim diprediksi akan meningkat menjadi 150.000.000. dengan biaya yang dikeluarkan sebesar US\$200.000.000.000. Kedepan, wisatawan muslim akan terus meningkat dan menjadi salah satu sektor pariwisata yang berkembang pesat di dunia.<sup>1</sup>

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yakni kepariwisataan bertujuan untuk diantaranya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra

---

<sup>1</sup>Abdul Rasyid, *Pariwisata Syariah*, <https://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/>, diakses pada 14 April 2020.

bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, serta memperat persahabatan antar bangsa.<sup>2</sup>

Pariwisata secara umum, terdapat beberapa alasan mengapa pariwisata perlu dikelola dengan baik. Pertama, adanya motivasi seseorang untuk berwisata sebagaimana telah diuraikan pada bagian sebelumnya merupakan peluang bagi suatu wilayah yang memiliki potensi untuk menjadi destinasi pariwisata untuk menjadi “media” pemenuhan kebutuhan. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunn dalam jurnal *Suchaina* bahwa daerah yang memiliki potensi pariwisata perlu melakukan usaha-usaha yang mengatur sistem pariwisata yang memadai yang berupa promosi dan pengembangan potensi pariwisata. Hal ini dilakukan untuk mencapai keberhasilan target pariwisata di suatu daerah tersebut.<sup>3</sup> Kedua, dengan menjadi media pemenuhan tersebut, maka ada berbagai keuntungan yang dapat diraih, antara lain terbukanya lapangan pekerjaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar, meningkatkan nilai/citra suatu wilayah geografis, termasuk yang miskin akan sumber daya ekonomi, dan mendorong revitalisasi suatu wilayah geografis yang telah kehilangan daya tariknya, misalnya kota tua atau wilayah bekas pertambangan.<sup>4</sup> Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dicky Dwi Wibowo bahwa ekonomi di kawasan wisata menjadi sebuah solusi masyarakat dalam membuat produk dan jasa untuk meningkatkan taraf perekonomian

---

<sup>2</sup> Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

<sup>3</sup> Suchaina, “Pengaruh kualitas fasilitas sarana dan prasarana terhadap peningkatan jumlah pengunjung Wisata Danau Ranu Grati” *Jurnal Psikologi*, Voll II, No. 2, 2014, hlm. 89-90

<sup>4</sup> Chris Ryan, *Recreational Touris: A Social Perspective*. London: Routledge, hlm.65

masyarakat, sehingga masyarakat mampu mengembangkan potensi wisata untuk membuka lapangan pekerjaan di masing-masing tempat.<sup>5</sup> Ketiga, bagi negara sedang berkembang, industri pariwisata dapat dikatakan merupakan media pembangunan ekonomi yang tidak memerlukan investasi terlalu besar dalam jangka panjang sebelum dapat memberikan keuntungan. Daya tarik wisata yang merupakan salah satu modal utama untuk pengembangan kepariwisataan, sudah tersedia jika dibandingkan dengan misalnya pengembangan industri otomotif dibutuhkan modal yang sangat besar dan waktu yang cukup lama sebelum keuntungan dapat diperoleh.<sup>6</sup> Keempat, sekedar untuk memperkuat nilai positif kepariwisataan, data statistik menunjukkan perannya yang sangat besar dalam perekonomian dunia. *United Nations World Tourism Organization (UNWTO)* melaporkan bahwa pada tahun 2010 jumlah kunjungan internasional telah mencapai angka 940.000.000. kali dan menghasilkan keuntungan sebesar \$919.000.000.000.<sup>7</sup> Diperkirakan bahwa pada tahun 2020, jumlah kunjungan internasional akan mencapai angka 1,56 milyar kali, dengan peningkatan jumlah perjalanan jarak jauh (*long-haul*) dari 18% menjadi 24%.<sup>8</sup> Dengan demikian, terdapat peluang yang lebih besar bagi Indonesia untuk menarik lebih banyak segmen pasar tersebut yang pada umumnya berasal dari negara-negara yang berpendapatan tinggi (negara maju). Kelima, industri pariwisata dapat mengurangi tingkat kemiskinan. Karena, karektiristiknya yang khas seperti konsumennya datang

---

<sup>5</sup> Dicky Dwi Wibowo, “*Ekonomi kreatif dalam menciptakan lapangan kerja mandiri pada sektor pariwisata desa*”, Jurnal Ekonomi Badan Kordinasi Nusa Tenggara, hlm 15.

<sup>6</sup> S Sasmojo, *Sains, Teknologi, Masyarakat dan Pembangunan*, Bandung: Program Pascasarjana, Studi Pengembangan ITB, 2004, hlm 23.

<sup>7</sup> Facts adan figures, “*Stastic data*”, <http://unwto/>, diakses 22 April 2020.

<sup>8</sup>Basuki Antariksa, “*Peluang dan Tantangan Pengembangan Kepariwisataan di Indonesia*”, <http://www.kemenparekraf.go.id/>, diakses 22 April 2020.

ketempat tujuan sehingga membuka peluang bagi penduduk lokal untuk memasarkan berbagai komoditi dan pelayanan, membuka peluang bagi upaya mendiversifikasikan ekonomi lokal yang dapat menyentuh kawasan-kawasan marginal, membuka peluang bagi usaha-usaha ekonomi padat karya yang berskala kecil dan menengah yang terjangkau oleh kaum miskin, dan tidak hanya tergantung pada modal akan tetapi juga terganggu pada modal budaya (*cultur capital*) dan modal alam (*natural cultur*) yang seringkali merupakan aset yang dimiliki oleh kaum miskin.<sup>9</sup>

Dalam industri pariwisata Indonesia mampu menjadi negara terbaik di *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2019, Indonesia menjadi nomor 1 dari 130 negara di dunia dengan menduduki peringkat teratas bersama Malaysia dengan nilai 78 pada 2019. Bagi Indonesia pencapaian ini sangat membanggakan karena setelah bertahun-tahun mengalami peningkatan secara berjenjang dari peringkat 6 di Tahun 2015, peringkat 4 di Tahun 2016, peringkat 3 di Tahun 2017 dan peringkat 2 pada tahun 2018. Akhirnya Indonesia menduduki peringkat 1 GMTI pada 2019. Indonesia mampu mengalahkan Negara Turki, Arab Saudi, Uni Emirat Arab dan Qatar, Maroko.<sup>10</sup> Dengan pencapaian tersebut Kementerian Pariwisata terus memacu pengembangan pariwisata syariah di Indonesia, salah satunya di Jawa Barat.

Wisatawan mancanegara yang datang ke Jawa Barat dari tahun 2010 hingga 2019 jumlahnya mengalami peningkatan, adapun data wisatawan

---

<sup>9</sup> M Tjokrowinoto, *Pengurangan Kemiskinan Melalui Pariwisata Perspektif Kebijakan Publik*, Yogyakarta: Kepel Press, 2005, hlm 43.

<sup>10</sup> Pesona Indonesia, "Indonesia Raih Peringkat 1 Global Muslim Travel Index 2019," dalam pesona.travel. Diakses 14 April 2020.

mancanegara yang datang ke Jawa Barat menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Tabel jumlah wisatawan mancanegara bulanan yang datang ke Jawa Barat<sup>11</sup>

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1.	2010	6.678 Wisatawan
2.	2011	9.669 Wisatawan
3.	2012	9.737 Wisatawan
4.	2013	14.077 Wisatawan
5.	2014	16.397 Wisatawan
6.	2015	10.453 Wisatawan
7.	2016	11.065 Wisatawan
8.	2017	8.614 Wisatawan
9.	2018	11.600 Wisatawan
10	2019	12.592 Wisatawan

Sumber: Badan pusat statistik Provinsi Jawa Barat

Berdasarkan tabel diatas dengan peningkatan jumlah wisatawan tiap tahunnya dapat menunjukkan bahwa pariwisata di Jawa Barat memiliki potensi yang sangat besar. Salah satu wisata yang berkembang saat ini khususnya di pulau Jawa adalah wisata syariah yang merupakan wisata yang berkaitan erat dengan religi atau keagamaan yang dianut oleh masyarakat. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan,

<sup>11</sup> Badan pusat statistik Provinsi Jawa Barat. "Data wisatawan mancanegara bulanan yang datang ke Jawa Barat", <http://jabar.bps.go.id>. Diakses 9 Maret 2020. 19.50

khususnya tentang keagamaan. Cara yang dapat ditempuh dalam berwisata religi yaitu dengan berkunjung ke tempat ibadah, makam, atau situs-situs kuno yang memiliki filosofi sejarah.

Wisata religi merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan. Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, masjid, ke makam-makam orang besar, atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.<sup>12</sup> Wisata religi yang dimaksudkan disini lebih mengarah kepada wisata ziarah (wisata keagamaan) yang bertujuan datang untuk bertemu atau yang disebut dengan ziarah (mengunjungi makam/kubur).

Potensi pariwisata syariah terutama wisata religi erat kaitannya dengan filosofi sejarah dalam masyarakat. Hanya saja, banyak potensi pariwisata syariah yang belum dapat dikelola dengan baik oleh masyarakat sebagai mata pencaharian. Salah satu daerah di Jawa Barat yang mempunyai potensi pariwisata yaitu di Kabupaten Subang. Daerah tersebut, mempunyai potensi pariwisata yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat daerah. Potensi pariwisata di Kabupaten Subang yaitu seperti, wisata religi Masjid Al- Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana.

Wisata religi Masjid Al-Jihad Rd Aria Wangsa Goparana yaitu wisata religi yang berupa wisata sejarah penyebaran agama Islam di Kabupaten

---

<sup>12</sup> Nyoman Pendit S, *Ilmu Pariwisata, sebuah pengantar perdana*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 2002. hlm 26.

Subang, ziarah ke masjid (*napak tilas*) makam tokoh penyebar agama Islam di Kabupaten Subang. Dalam rangka meningkatkan kenyamanan kepada pengunjung agar tertib ketika berwisata maka pengelola wisata religi masjid Al-Jihad Rd Aria Wangsa Goparana mendata pengunjung yang berkunjung ke tempat tersebut. Berikut data pengunjung yang tercatat dalam buku Pengelolaan Kepurbakalaan, Sejarah, dan Nilai Tradisional wisata religi Masjid Al-jihad Rd. Aria Wangsa Goparana Sagalaherang Subang.

Tabel 1.2

Tabel pengunjung wisata religi Masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana Sagalaherang Subang

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juni 2019	895 Wisatawan
2	Juli 2019	337 Wisatawan
3	Agustus 2019	321 Wisatawan
4	September 2019	301 Wisatawan
5	Oktober 2019	274 Wisatawan
6	November 2019	542 Wisatawan
7	Desember 2019	295 Wisatawan
8	Januari 2020	306 Wisatawan
9	Februari 2020 (tanggal 1 februari- 27 februari)	473 Wisatawan

Sumber : Balai pengelolaan Kepurbakalaan, sejarah, dan nilai tradisional wisata religi Masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana Sagalaherang Subang

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pengujung wisata religi ramai di bulan-bulan tertentu seperti bulan Rabi'ul-awwal, bulan Syawal dan bulan Rajab. Berdasarkan data yang diperoleh selama pra penelitian yang

didapat potensi yang dimiliki belum dapat dioptimalkan terutama pada wisata religi di masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana. Masih rendahnya perhatian dari pemerintah daerah setempat yang mempengaruhi perkembangan kepariwisataan karena pemerintah setempat tidak ikut mengelola wisata religi Rd. Aria Wangsa Goparana. Kurang terawatnya dan kurangnya fasilitas tempat wisata seperti sarana prasarana kurang memadai merupakan salah satu bukti belum adanya pengelolaan yang optimal terkait dengan pengembangan wisata. Saat ini dirasa belum dapat diatasi berbagai kelemahan yang muncul serta belum mampu memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada.

Upaya program pengembangan wisata religi di masjid Al-Jihad Rd Aria Wangsa Goparana menggunakan analisis SOAR (*Strengths, Opportunitites, Aspirations, Results*). Analisis SOAR merupakan teknik yang tepat untuk merumuskan perencanaan strategi untuk menentukan langkah-langkah strategis dalam upaya memaksimalkan potensi yang ada.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka kegiatan kepariwisataan merupakan salah satu bidang usaha yang dipandang dapat memberikan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat, pengusaha, maupun pemerintah sekitar dalam meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat. Hal tersebut, yang membuat penulis tertarik untuk menganalisis strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dengan judul **“Strategi Pengembangan Potensi wisata Religi Dalam Meningkatkan Perekonomia Masyarakat (Pada Wisata Religi di Masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana ).”**

## B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pertanyaan yang akan dicari jawaban melalui pengumpulan data dan analisis. Berikut rumusan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan potensi wisata religi di Masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana dengan menggunakan pendekatan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) ?
2. Bagaimana dampak wisata religi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Sagalaherang ?

## C. Tujuan Masalah

Tujuan dari penelitian ini adalah merujuk dari rumusan masalah.

Maka tujuan yang ingin di capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisis Bagaimana strategi pengembangan Potensi wisata religi di Masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana dengan menggunakan pendekatan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*).
2. Untuk Menganalisis dampak wisata religi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat.

## D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat berupa informasi dan sumbangan pemikiran dalam upaya meningkatkan pariwisata khususnya wisata religi yang berhubungan dengan topik strategi pengembangan potensi wisata religi serta dampaknya terhadap perekonomian masyarakat dengan menggunakan pendekatan analisis SOAR.

## 2. Manfaat praktis

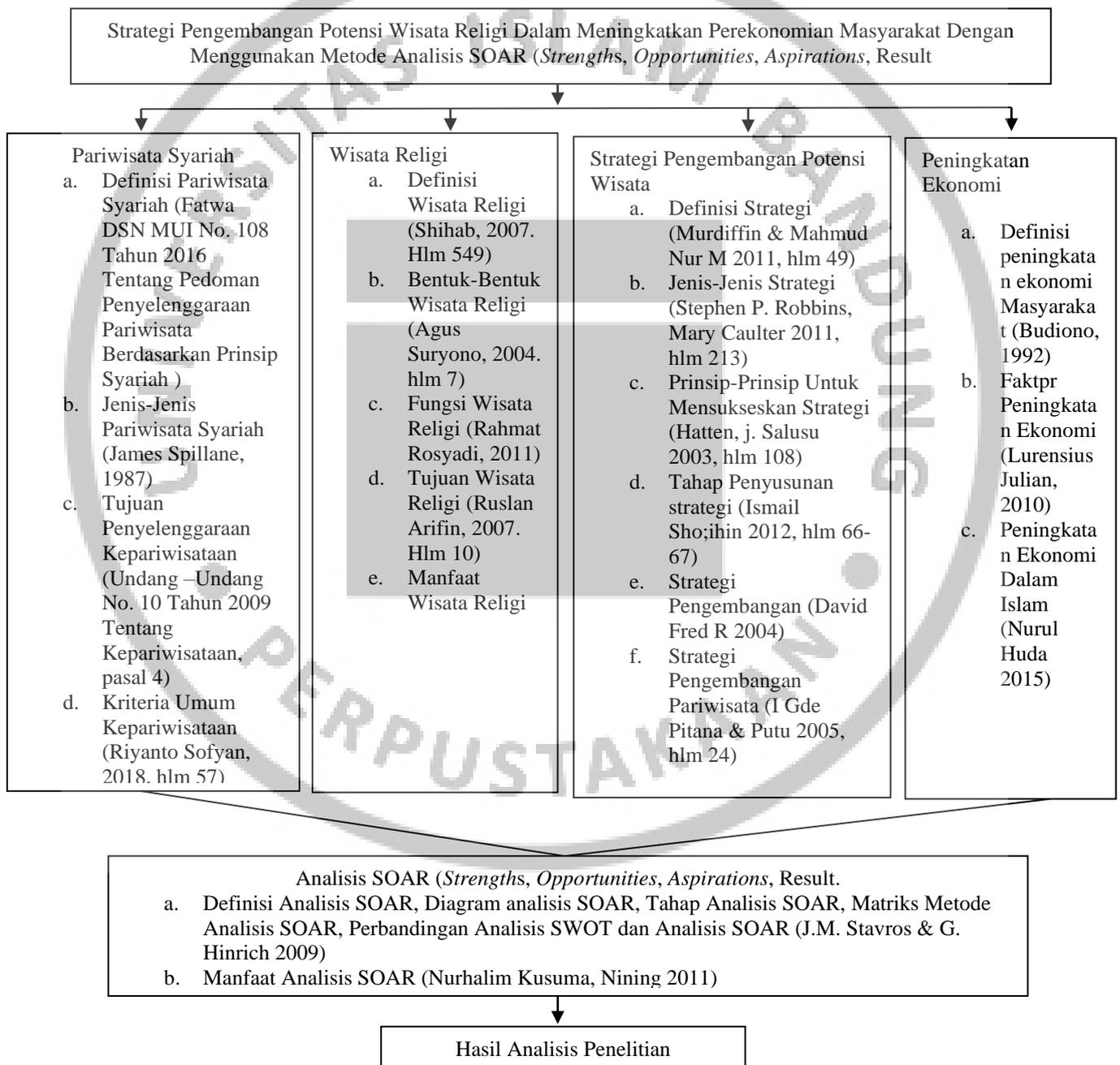
Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi:

- a. Bagi Penulis, menambah wawasan pengetahuan dan digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan, dalam bentuk implementasi yang riil karena mengamati praktiknya secara langsung.
- b. Bagi Wisatawan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk menambah edukasi mengenai wisata religi.
- c. Bagi Pelaku Usaha, dapat memberikan inspirasi dalam mengembangkan bisnis dengan memanfaatkan konsep wisata syariah. Seperti Wisata Religi, Hotel Syariah, Biro Jasa Perjalanan Wisata Syariah, Spa dan Restoran Syariah.
- d. Bagi Pengelola, Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pengelola dalam hal strategi pengembangan wisata religi dalam meningkatkan perekonomian

masyarakat yang sesuai dengan analisis SOAR sehingga mampu mengembangkan pariwisata syariah.

### E. Kerangka Teori

Kerangka Teori bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menguraikan secara sistematis pokok permasalahan yang ada dalam penelitiannya.



Gambar 1.1 Kerangka Teori

## F. Metode Dan Teknik Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif yaitu metode yang berkembang, pertanyaan terbuka, data wawancara, data observasi, data dokumentasi dan data audio visual serta analisis tekstual dan analisis gambar.<sup>13</sup> Dengan jenis pendekatan bersifat deskriptif dengan mendeskripsikan suatu peristiwa yang terjadi saat ini. Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi pengembangan potensi wisata religi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dengan menggunakan pendekatan analisis SOAR.

### 2. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terbagi dalam dua kategori, yaitu :

#### a. Data Primer

Data primer yang dimaksud adalah data yang belum diolah dan diperoleh langsung dari lapangan (*field research*) dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap pengelola, pedagang dan warga sekitar tempat wisata religi Masjid Al-jihad Rd. Aria Wangsa Goparana Sagalaherang Subang. Dengan mewawancarai bapak Didi selaku Ketua Pengelola Wisata Religi Masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana Sagalaherang Subang, bapak Ami selaku pengelola

<sup>13</sup> John W Creswell, *Research Design (pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran)*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, edisi 4, hlm.22.

bagian pendaftaran, bapak Ujang sebagai pengelola tempat wisata religi bagian sarana-prasarana, bapak Riki, bapak Usep, ibu Endah, bapak Koswara, bapak maman, ibu Ade, bapak Udin, ibu Wati sebagai masyarakat setempat dan pedagang,

b. Data Sekunder

Sumber data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang penulis teliti, seperti buku-buku, artikel, dan media elektronik (internet) dan dokumen lainnya. Yang membahas mengenai pariwisata syariah, wisata religi, strategi pengembangan potensi wisata, dan Peningkatan Ekonomi.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan objek sasaran.<sup>14</sup> Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti yaitu wisata religi di Masjid Al-Jihad Rd. Aria Wangsa Goparana Sagalaherang Subang. hal tersebut, peneliti mengkaji mengenai strategi pengembangan potensi wisata religi dengan menggunakan pendekatan analisis SOAR.

b. Wawancara

<sup>14</sup> Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006. Hlm. 104-105.

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan pengelola wisata religi Masjid Al-Jihad Rd Aria Wangsa Goparana, pedagang dan sebagian masyarakat setempat sehingga dapat memperoleh informasi untuk penelitian.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan penelitian dan dokumentasi resmi dari pengurus wisata religi Rd Aria Wangsa Goparana

d. Studi kepustakaan

Dilakukan penulis dengan membaca, mendalami, dan menelaah berbagai literatur berupa buku-buku dan sumber lain yang dapat digunakan untuk mendukung dan melengkapi penelitian ini serta mengungkapkan teori dan konsep yang terkait dengan pariwisata syariat, wisata religi, strategi pengembangan dan metode analisis SOAR.

**4. Analisis data**

Hasil penelitian ini selain dianalisis secara deskriptif kualitatif penulis juga menggunakan pendekatan analisis SOAR.

**4.1 Definisi Metode Analisis SOAR**

Analisis SOAR yaitu suatu teknik mengenali berbagai kondisi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis

---

<sup>15</sup> Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik ...*, hlm. 92.

untuk merumuskan perencanaan strategi. Analisis ini disusun dari faktor strategis yang menggambarkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan aspirasi (*Aspirations*) sehingga memperoleh hasil yang terukur (*Results*). Kekuatan (*Strength*), peluang (*Opportunities*), aspirasi (*Aspirations*) dan hasil (*Results*) merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis dalam kondisi yang ada saat ini.<sup>16</sup>

#### 4.2 Diagram Analisis Soar

Diagram Analisis SOAR merupakan diagram yang berfungsi untuk mengidentifikasi situasi dan posisi yang dihadapi oleh perusahaan dalam persaingan bisnis menurut faktor-faktor strategi internal yang dimiliki perusahaan dan eksternal yang dihadapi perusahaan.

Diagram SOAR menurut Stavros adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3  
Diagram Analisis SOAR

<i>Strategic Inquiry</i>	<i>Strengths</i> (we are our greatest assets)	<i>Opportunities</i> (What are the best possible market opportunities)
<i>Appreclative intent</i>	<i>Aspirations</i> (What is your preferred future)	<i>Results</i> (what are the messurable results, impact?)

Sumber: Stavros, 2009

<sup>16</sup> J.M. Stavros & G. Hinrichs, *Thin book of SOAR: building strenghts-based strategy*, Bendor: Thin Book Publishers, 2009. Hlm. 3.

Diagram di atas menggambarkan dua kondisi yaitu :

1. *Strategic Planning Focus* : perencanaan yang dilakukan fokus berdasarkan hasil tabel *strategic* dan *opportunities*.
2. *Human Development Strategy* : perencanaan yang fokus berdasarkan hasil tabel *aspiration* dan *results*. Bersumber dari semua elemen *stakeholder* (personal) perusahaan/ organisasi.

#### 4.3 Matriks Metode Analisis SOAR

Dalam analisis SOAR terdapat matrik SOAR sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SA, OA, SR dan OR yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.4

Matrik SOAR (*Strength, Opportunities, Aspirations, Results*).

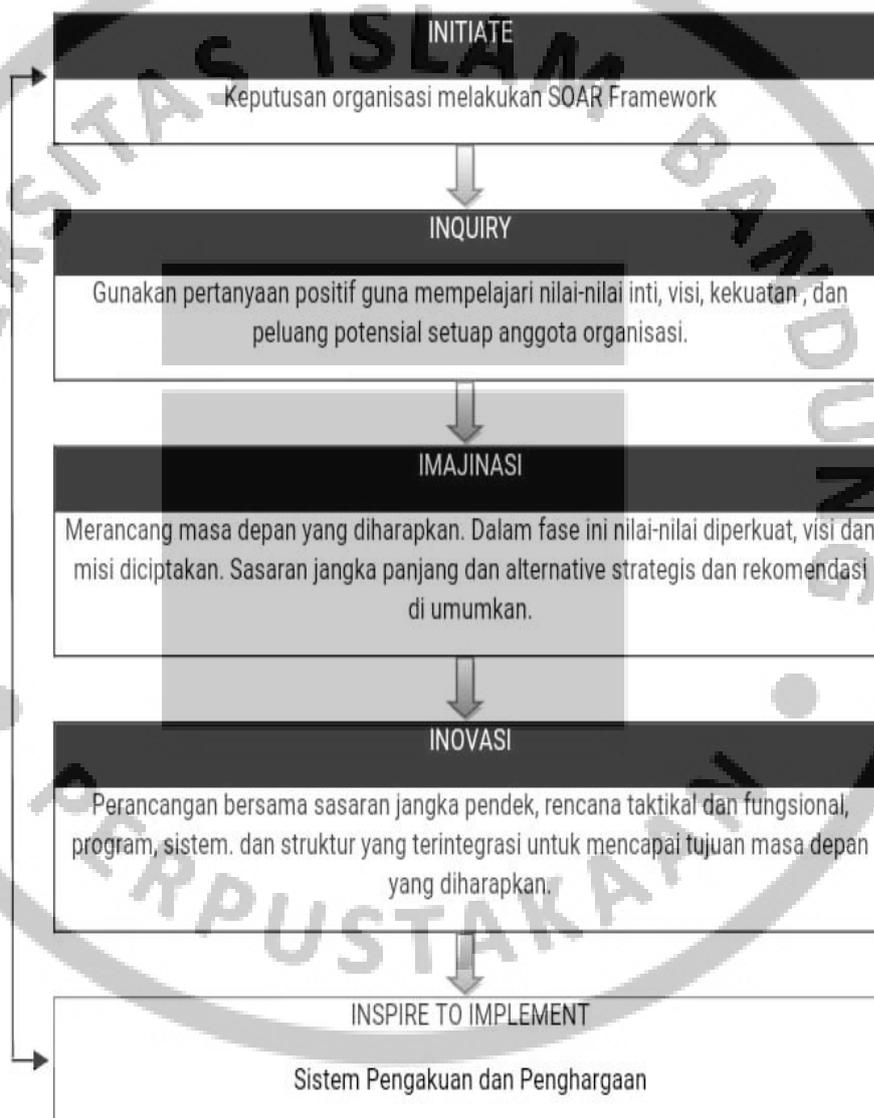
<b>IFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> Menentukan faktor kekuatan internal.	<b>OPPORTUNITIES (O)</b> Menentukan faktor peluang eksternal.
<b>EFAS</b>		
<b>ASPIRATIONS (A)</b> Menentukan faktor harapan dari internal.	<b>STRATEGI SA</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencapai aspirasi.	<b>STRATEGI OA</b> Ciptakan strategi yang berorientasi kepada aspirasi yang diharapkan untuk memanfaatkan peluang.
<b>RESULT (R)</b> Menentukan tujuan-tujuan yang ingin	<b>STRATEGI SR</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk	<b>STRATEGI OR</b> Ciptakan strategi yang berorientasi kepada kesempatan

dicapai.	mencapai tujuan- tujuan.	untuk mencapai visi.
----------	-----------------------------	----------------------

Sumber: Stavros, 2009

#### 4.4 Tahap Analisis SOAR

Berikut adalah tahapan analisis Metode SOAR (*Strength, Opportunities, Aspirations, Results*):



*Gambar 1.2*  
Tahap Analisis SOAR (*Strength, Opportunities, Aspirations, Results*)

Analisis SOAR bagi perencanaan strategis dimulai dengan *initiate* (keputusan untuk memilih SOAR) kemudian dilanjutkan dengan penyelidikan (*inquiry*) yang menggunakan pertanyaan positif guna mempelajari nilai-nilai inti, visi, kekuatan, dan *inquiry* gunakan pertanyaan positif guna mempelajari nilai-nilai inti, visi, kekuatan dan peluang potensial setiap anggota organisasi. Selanjutnya inovasi merancang masa depan yang diharapkan, dalam fase ini nilai-nilai diperkuat, visi dan misi diciptakan, sasaran jangka panjang dan *alternative* strategi dan rekomendasi untuk diumumkan.

#### 4.5 Perbandingan Metode Analisis SWOT dan Metode Analisis SOAR

Adapun perbandingan metode analisis SWOT dan SOAR adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4  
Perbandingan antara SWOT dan SOAR<sup>17</sup>

SWOT	SOAR
Fokus pada kelemahan dan gangguan	Fokus pada kekuatan dan peluang
Fokus pada kompetisi “menjadi lebih baik”	Fokus pada kesanggupan “menjadi yang terbaik”
Peningkatan pendapatan	Inovasi dan meningkatkan nilai
Menghindari pesaing dan membiarkan pemegang	Melindungi pemegang

<sup>17</sup> J. M. Stavros & G. Hinrichs, *Thin book of SOAR...*, hlm.22.

saham	saham
Fokus pada analisis -> perencanaan	Fokus pada perencanaan -> implementasi
Memperhatikan celah	Memperhatikan hasil

Sumber: Stavros & Hinrichs, *Thin book of SOAR: building strenghts-based strategy*

Berdasarkan tabel tersebut menjelaskan bahwa analisis SWOT berbeda dengan analisis SOAR. Analisis SWOT mengidentifikasi faktor kelemahan (*weaknesses*) dan gangguan (*threats*), perusahaan harus memikirkan hal-hal negatif, bahwa faktor kekurangan dan gangguan dapat memunculkan perasaan negatif bagi para anggota organisasi, sehingga menurunkan motivasi mereka untuk berbuat yang terbaik. Sedangkan analisis SOAR fokus dengan menganalisis faktor kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dengan memikirkan hal positif maka para anggota organisasi akan termotivasi bahwa kelebihan yang dimiliki akan memberikan kontribusi bagi kemajuan perusahaan.

#### 4.6 Manfaat Metode Analisis SOAR

Penyusunan strategi pengembangan analisis kondisi internal dan eksternal perusahaan dilakukan dengan menggunakan metode analisis SOAR. Analisis SOAR merupakan suatu alternatif metode untuk menggantikan metode analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) yang biasa digunakan untuk melakukan analisis kondisi internal dan eksternal perusahaan. Menurut para pencetus SOAR, dalam proses perencanaan dengan analisis SWOT, perusahaan harus menghabiskan sebagian waktunya guna memikirkan hal-hal

positif perusahaan (*strengths, opportunities*) dan sebagiannya lagi untuk memikirkan hal-hal negatif perusahaan (*weaknesses, threats*). Padahal, manusia cenderung lebih suka melupakan kekurangan dan pengalaman buruk yang terjadi di masa lalu. Manusia akan lebih termotivasi ketika menyadari bahwa kelebihan atau kekuatan yang dimiliki dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan organisasi.

Menggunakan analisis SOAR dalam proses penentuan sasaran-sasaran strategi yang akan dicapai perusahaan, bukan berarti bahwa perusahaan mengabaikan adanya kelemahan dan ancaman terhadap perusahaan. Namun, upaya perusahaan untuk mengatasi adanya kelemahan dan ancaman yang ada tersebut dilakukan melalui pemanfaatan secara optimal terhadap kekuatan dan peluang yang ada. Sehingga apabila perusahaan bisa fokus untuk mencapai kemajuan perusahaan dengan menggunakan aspek-aspek positif perusahaan yang ada (*strengths dan opportunities*) serta didukung dengan motivasi elemen perusahaan untuk mewujudkan keinginannya (dalam hal ini harapan untuk kemajuan perusahaan) maka apabila perusahaan berhasil mencapai sasaran sasaran strategi yang ada dengan baik, secara tidak langsung kekurangan dan ancaman terhadap perusahaan juga bisa diminimalisir. Sebagai contoh, apabila ancaman yang dihadapi adalah para wisatawan lebih memilih memakai pariwisata umum atau konvensional maka ancaman ini secara tidak langsung

akan teratasi dengan upaya perusahaan untuk terus melakukan inovasi dengan menggunakan kekuatan serta peluang-peluang yang ada.<sup>18</sup>



---

<sup>18</sup> Nurhalim Kusuma, Naning Aranti Wessiani, "Perancangan *Balanced Scorecard* Berbasis Analisis *SOAR* Pada Media *Pertelevisian*," *Jurnal Teknik Industri Institut Teknologi Sepuluh November (ITS)*, Surabaya, 2011. Hlm. 11.