STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DI TABEK MANDI SIKABU KECAMATAN IV KOTO KABUPATEN AGAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

Cindy Sartika[1], Rusyaida[2]

[1,2]*Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi*
E-mail : cindysartika66@gmail.com[1], rusyaida@uinbukittinggi.ac.id[2]

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya beberapa kendala dalam pelayanan di Tabek Mandi Sikabu Kecamatan IV Koto Kabupaten agam seperti aspek keselamatan dan keamanan pengunjung, keterbatasan fasilitas, dan kebersihan yang belum optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis stategi meningkatkan kualitas pelayanan di Tabek Mandi Sikabu Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam perspektif bisnis syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan menggunakan analisis SWOT sebagai alat perumusan strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan untuk meningkatan kualitas pelayanan di Tabek Mandi Sikabu Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam adalah dengan strategi SO *(strength-opportunity)* dengan memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Penilaian kualitas pelayanan dilakukan menggunakan model SERVQUAL yang mencakup dimensi bukti fisik *(tangibles)*, keandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, dan empati *(empathy)*. Dari perspektif bisnis syariah, pelayanan di Tabek Mandi Sikabu belum menggunakan konsep bisnis syariah dalam pengelolaan wisatanya. Namun beberapa praktik di lapangan telah mencerminkan nilai-nilai yang sejalan dengan konsep bisnis syariah.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, Tabek Mandi Sikabu, Bisnis Syariah.*

ABSTRACT

This research is motivated by several service-related constraints at Tabek Mandi Sikabu, IV Koto District, Agam Regency, including issues regarding visitor safety and security, limited facilities, and suboptimal cleanliness. The purpose of this study is to analyze strategies for improving service quality at Tabek Mandi Sikabu from a Sharia business perspective. The study employs a descriptive qualitative method, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, utilizing SWOT analysis as a strategy formulation tool. The results indicate that the strategy used to improve service quality at Tabek Mandi Sikabu is the SO (Strength-Opportunity) strategy, which maximizes internal strengths to capitalize on external opportunities. Service quality was assessed using the SERVQUAL model, covering the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. From a Sharia business perspective, the management of Tabek Mandi Sikabu has not yet fully adopted Sharia business concepts; however, several field practices reflect values aligned with Sharia principles.

Keywords : *Service Quality, SERVQUAL, Tabek Mandi Sikabu, Sharia Business.*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan indusri halal global kini menjadikannya salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. Ekonomi Islam sendiri berkembang di Indonesia karena kegagalan pada sistem kapitalis yang membuat semakintingginya kesenjangan ekonomi di masyarakat. Kegiatan bisnis yang menggunakan sistem kapitalis berusaha menghalalkan segara cara untuk memperoleh hasil maksimal tanpa peduli dampak kerugian yang mungkin timbul dari usahanya tersebut. Mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim mencapai 86,88% dari total 270,2 juta jiwa berdasarkan sensus 2020. Indonesia memiliki potensi strategis yang sangat besar. Hal ini terbukti dengan peningkatan posisi indonesia ke peringkat 10 besar dalam peta ekonomi syariah dunia pada tahun 2018, naik satu tingkat dari posisi sebelumnya. Istilah industri halal merujuk pada aktivitas menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan ajaran Islam (syariah). Seiring meningkatnya permintaan global, konsep ini semakin populer. Pariwisata syariah didefenisikan sebagai aktivitas wisata yang menyediakan fasilitas serta pelayanan dengan berlandaskan pada prinsip hukum islam. Standar ini mengacu pada fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN—MUI/X/2016. Inti dari konsep ini adalah penyelenggaraan wisata yang bebas dari unsur kesyirikan, kemaksiatan, kerusakan, dan kemungkaran. Tujuannya adalah untuk mewujudkan kemaslahatan serta nilai manfaat baik dari sisi lahiriah maupun batiniah.

Konsep pariwisata syariah mencakup aspek yang luas, mulai dari penyediaan tempat penginapan, ketersediaan konsumsi halal, hingga hiburan dan transportasi. Seluruh elemen perjalanan tersebut dikelola agar tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Pariwisata dianggap memiliki kemampuan sebagai penggerak ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran. Sektor pariwisata tidak hanya berkaitan dengan objek wisata, tetapi juga bagaimana layanan diberikan kepada wisatawan. Dalam konteks ini, strategi pengelolaan yang efektif harus meliputi perencanaan fasilitas berkelanjutan, peningkatan kualitas pelayanan, pelatihan sumber daya manusia, serta evaluasi berkala terhadap tren dan kebutuhan wisatawan. Melibatkan masyarakat lokal juga penting agar mereka merasa memiliki destinasi tersebut dan turut menjaga kelestariannya. Kualitas pelayanan menjadi bagian penting dalam menunjang keberhasilan kegiatan pariwisata. Kualitas pelayanan merupakan usaha manifestasi dari upaya organisasi dalam menyelaraskan operasionalnya dengan ekspektasi serta preferensi konsumen. kualitas pelayanan dapat diukur dengan seberapa jauh antara harapan dan kenyataan yang didapat pelanggan, Tingkat kepuasan pelanggan memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap kualitas pelayanan yang disajikan oleh perusahaan.

Salah satu tempat wisata yang menarik untuk dianalisis dari aspek layanan adalah Tabek Mandi Sikabu. Tabek Mandi Sikabu merupakan destinasi wisata air di Kabupaten Agam yang memiliki potensi kompetitif besar melalui kombinasi harga tiket terjangkau, sumber mata air alami tanpa kaporit, serta panorama lengkap Gunung Singgalang dan Marapi. Data kunjungan periode April-Agustus 2025 menunjukkan daya tarik yang kuat dengan puncak kunjungan mencapai 21.666 orang, namun di sisi lain memperlihatkan fluktuasi tajam yang dipengaruhi oleh faktor musiman dan ketatnya persaingan dengan kompetitor besar. Terlepas dari keunggulannya, analisis operasional mengidentifikasi sejumlah kendala kritis yang menghambat optimalisasi layanan, antara lain: rendahnya standar keselamatan (area licin), inkonsistensi kebersihan fasilitas saat lonjakan pengunjung, keterbatasan sarana pendukung, hingga isu keamanan barang milik pengunjung. Selain itu, sebagai objek wisata di wilayah yang kental dengan nilai adat dan agama, Tabek Mandi Sikabu belum sepenuhnya mengintegrasikan prinsip layanan yang sesuai dengan

konsep bisnis syariah, khususnya terkait aspek pemisahan sarana berdasarkan gender (seperti kolam atau waktu renang) dan standarisasi pelayanan yang mengedepankan nilai-nilai akhlaqul karimah.

Atas dasar itulah, penelitian ini menjadi krusial sebagai perumusan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan tidak hanya berfokus kepada perbaikan teknis operasional, tetapi juga menyelaraskannya dengan perspektif Bisnis Syariah. Langkah ini diharapkan mampu memberikan nilai tambah (added value) yang membedakan Tabek Mandi Sikabu dari para pesaingnya, sekaligus menciptakan ekosistem wisata yang aman, nyaman, dan berkah bagi masyarakat luas.

Kajian Pustaka

Strategi Pelayanan

Strategi adalah tahapan yang akan dilakukan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang inginkan. Strategi sering diartikan sebagai taktik. Strategi sebuah metode dalam memanfaatkan potensi dan fasilitas yang tersedia diarahkan untuk menunjang efektivitas serta efesiensi kegiatan yang akan dicapai secara maksimal. Sedangkan Dalam perspektif syariah, penyediaan layanan merupakan kewajiban yang harus berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Sebagaimana dikemukakan oleh muhammad (2013), setiap entitas bisnis, baik dari sektor barang maupun jasa, wajib memiliki pedoman pelayanan yang terarah dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Ini bertujuan agar opersional perusahaan tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga mengintegrasikan aaran islam guna mewujudkan keinginan konsumen yang komrehensif.

Strategi pelayanan yang efektif akan menjadi krusial yang wajib diupayakan oleh setiap pengusaha guna menjamin keberlangsungan usahanya. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, pelayanan menjadi faktor penentu dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Strategi yang tepat tidak hanya sekadar memberikan layanan dasar, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi konsumen.

Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan secara umum berfokus pada pemenuhan ekspektasi konsumen. Menurut Pujawan (2010), kualitas pelayanan merupakan cerminan persepsi pelanggan yang lahir dari perbandingan antara ekspektasi mereka dengan performa layanan aktual. Dalam hal ini, terdapat dua variabel penentu, yakni layanan yang diantisipasi dan layanan yang benar-benar dirasakan. Sejalan dengan itu, Tjiptono (2010) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai parameter pencapaian dan pengendalian standar keunggulan demi memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengembangkan model SERVQUAL ini guna menilai kualitas pelayanan dengan membandingkan harapan dan persepsi pengunjung. Kelima dimensi SERVQUAL memberikan kerangka yang relevan untuk mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu diperkuat agar destinasi mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan wisata sejenis:

a. Bukti Fisik *(Tangibles)*: Menitikberatkan pada aspek visual yang dapat dilihat, seperti kebersihan gedung, kecanggihan peralatan, hingga kerapian penampilan karyawan. Unsur fisik ini menjadi standar awal bagi pelanggan dalam menilai kualitas layanan perusahaan.
b. Keandalan *(Reliability):* Kemampuan perusahaan untuk memenuhi janji layanan secara konsisten, akurat, dan tepat waktu. Hal ini mencakup ketelitian dalam menangani hal-hal besar maupun detail kecil yang sangat memengaruhi kepercayaan pelanggan.

c. Daya Tanggap *(Responsiveness)*: Kesigapan dan kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dengan tulus. Fokusnya bukan hanya pada kecepatan durasi layanan, melainkan pada kemauan aktif perusahaan dalam merespons kebutuhan konsumen.
d. Jaminan *(Assurance)*: Kompetensi karyawan dalam membangun rasa aman dan kepercayaan pelanggan. Hal ini mencakup penguasaan wawasan (knowledge), perilaku sopan santun, serta kredibilitas staf dalam meyakinkan pelanggan.
e. Empati *(Empathy)*: Kapasitas perusahaan untuk memahami kondisi pelanggan melalui komunikasi yang baik dan perhatian personal. Penjelasan yang ramah dan kepedulian karyawan akan memberikan dampak positif pada penilaian akhir pelanggan.

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Dari berbagai pendapat para ahli, faktor yang mempengaruhi pelayanan meliputi:

a. Sumber daya manusia : meliputi motivasi dan kepuasan kerja, kemampuan atau kapasitas kerja, sikap dan perilaku pelayanan, kepemimpinan, dan kerja tim dan hubungan kerja.
b. Sistem dan Manajemen Perusahaan : meliputi Sistem dan prosedur kerja, pola manajemen dan kebijakan insentif, dan kontrol dan pengawasan.
c. Lingkungan kerja : suasana dan lingkungan fisik, dan fasilitas dan perlengkapan.
d. Teknologi dan inovasi.
e. Kejelasan dan peran organisasi : meliputi Kejelasan peran, dan minimnya konflik peran.

Pengelolaan Kolam Renang Dalam Perspektif Pariwisata Syariah

Dalam perkembangannya, kolam renang juga menjadi peluang bisnis bagi para pengusaha. Maka dari itu, entitas bisnis dituntut memiliki pemahaman mendalam dan menganalisis kebutuhan konsumen, mengetahui apa yang mereka inginkan serta anggap penting. Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggan. Kepuasan dan ketertarikan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang ditawarkan, sehingga jaminan kualitas menjadi hal penting bagi setiap pengelola kolam renang. Jika konsumen merasa puas, mereka akan memberikan respon positif dan cenderung melakukan kunjungan kembali.

Pariwisata syariah kini bertransformasi menjadi tren global yang signifikan. Secara esensial, konsep ini berfokus pada penghapusan unsur-unsur mudarat (bahaya) dan pengutamaan kemaslahatan, baik bagi individu maupun ekosistem sekitarnya. Pesatnya pertumbuhan sektor ini pun telah tervalidasi melalui riset *Global Muslim Travel Index 2021 oleh Mastercard & CrescentRating.*

Konsep pariwisata Syariah di kolam renang hampir sama dengan pariwisata Syariah lainnya, seperti:

a. Pemisahan area berenang dan fasilitas penunjang (kamar mandi) antara pria dan wanita.
b. Penerapan kode etik berbusana yang santun dan sesuai syariat.
c. Penyediaan ruang dan waktu yang kondusif bagi wisatawan muslim untuk beribadah, dengan tetap menjaga toleransi bagi wisatawan non-muslim.
d. Pemeliharaan etika lingkungan dengan menjaga kebersihan.

Merujuk pada Fatwa DSN-MUI Nomor 108 Tahun 2016, terdapat kriteria spesifik yang wajib dipenuhi oleh pengelola kolam renang syariah:

a. Proteksi Moral: Menjamin tidak adanya akses pornografi, tindakan asusila, maupun pada kemusyrikan dan kemaksiatan.
b. Jaminan Konsumsi: Seluruh sajian makanan dan minuman wajib mengantongi sertifikasi halal MUI.
c. Fasilitas Ibadah: Tersedianya sarana ibadah dan fasilitas bersuci (wudu) yang memadai.

d. Standar Karyawan: Staf dan pengelola diwajibkan menggunakan pakaian yang menutup aurat sesuai standar syariah.
e. Sistem Pelayanan: Memiliki prosedur operasional standar (SOP) yang terdokumentasi guna menjamin konsistensi pelayanan yang islami.

Prinsip Pelayanan Dalam Bisnis Syariah

Dalam perspektif Islam, pelayanan bukan sekadar aktivitas bisnis, melainkan kewajiban yang terikat pada prinsip syariat. Sejalan dengan pemikiran Muhammad (2013), setiap perusahaan barang maupun jasa harus memiliki arah dan pedoman yang jelas berdasarkan nilai-nilai agama. Integrasi ajaran Islam ke dalam sistem pelayanan ini bertujuan untuk menghadirkan pengalaman yang membawa kepuasan maksimal bagi konsumen, baik secara material maupun spiritual.

a. Prinsip-Prinsip Pelayanan Dalam Islam
   1) Prinsip tolong-menolong *(Ta'awun)* : Memberi layanan yang baik kepada sesama.
   2) Prinsip memberi kemudahan *(At-Taysir*): Syariat Islam diturunkan untuk memudahkan manusia dalam menjalankan ketentuan agama, mengurangi kesulitan *(masyaqah)*, namun bukan berarti tanpa tantangan sama sekali.
   3) Prinsip persamaan *(Musawah)*: Seluruh manusia memiliki asal-usul yang sama, tidak ada kelebihan satu dengan yang lain kecuali ketaqwaan. Nabi menegaskan manusia hanya terbagi dua: yang bertaqwa dan mulia, atau yang fajir dan hina.
   4) Prinsip saling mencintai *(Muhabbah*) : Mencintai saudara seperti mencintai diri sendiri, termasuk melayani orang lain dengan perlakuan baik.
   5) Prinsip lemah lembut *(Al-Layin)* : "Barang siapa tidak memiliki sifat lembut, tidak akan mendapatkan kebaikan" (HR. Muslim; Al-Badr, 2014).
   6) Prinsip kekeluargaan *(Ukhuwah*) : Menjaga persaudaraan, baik karena kesamaan agama maupun kemanusiaan.
b. Beberapa karakteristik pelayanan dalam pandangan islam:
   1) Kejujuran
   2) Akuntabilitas *(Al-Amanah)*
   3) Tidak Menipu *(Al-Kadzib)*
   4) Komitmen dan keadilan
   5) kerendahatian *(khidmah)*
   6) Orientasi ukhrawi

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif, sebuah metode yang diarahkan untuk memotret fenomena secara komprehensif, terstruktur, dan terencana mengenai objek penelitian. Pendekatan ini memastikan seluruh rangkaian aktivitas, mulai dari tahap inisiasi hingga implementasi di lapangan, terdokumentasi dengan jelas guna menghasilkan deskripsi yang mendalam berdasarkan proses pengumpulan data yang telah disusun secara terorganisir. Penelitian ini dilakukan di Tabek Mandi Sikabu Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam.

Sumber data dalam peneitian ini dapat dikelompokkkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara peneliti dengan pengelola, karyawan, dan pengunjung Tabek Mandi Sikabu, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Informan dibagi menjadi tiga kelompok yaitu, informan utama, dalam penelitian ini adalah pengelola Tabek Mandi Sikabu, informan pendukung adalah karyawan Tabek Mandi Sikabu dan informan tambahan pengunjung Tabek Mandi Sikabu yang berperan sebagai informan pengguna. Teknik pengumpulan data menggunakan metode obervasi yaitu

teknik pengumpulan data dengan peneliti turun langsung ke lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data mengacu pada teori analisis data kualitatif menurut sugiyono(2013), yang meliputi tiga tahapan utama yaitu reduksi data dengan langkah analisis data yang bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memperjelas, penyajian data yaitu penyusunan informasi secara sistematis dalam bentuk narasi atau tabel untuk mempermudah pemahaman data, dan penarikan kesimpulan yaitu pengumpulan data di lokasi dengan menghubungkan data lapangan dan teori.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Tabek Mandi Sikabu Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam dalam Perspektif Bisnis Syariah

Kualitas layanan merupakan bentuk nyata dari upaya organisasi dalam menyelaraskan pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan dengan akurasi penyampaian yang tepat. Fokus utama dari konsep ini adalah menciptakan keseimbangan yang ideal antara performa layanan aktual dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen.

Analisis SWOT

a. Kekuatan *(Strength)*
   1) Ketersediaan fasilitas wisata yang cukup lengkap, seperti kolam renang dengan berbagai kedalaman dan air kolam yang tidak menggunakan kaporit, wahana permainan air, gazebo, ruang ganti, toilet, mushalla, aula, minimarket, homestay, playground, serta area parkir yang luas.
   2) Lingkungan wisata yang bersih, sejuk, dan alami dengan pemandangan persawahan, sehingga memberikan kenyamanan bagi pengunjung.
   3) Pelayanan yang ramah dan sopan dari pengelola dan karyawan kepada pengunjung.
   4) Harga tiket masuk yang terjangkau.
   5) Adanya kesigapan pengelola dan karyawan dalam menangani keluhan serta kejadian darurat, seperti cidera saat berenang, yang didukung dengan penyediaan fasilitas P3K.
   6) Komitmen pengelola dalam menjaga kenyamanan dan keselamatan pengunjung sebagai prioritas utama.
   7) Adanya penerapan nilai-nilai etika pelayanan yang sejalan dengan prinsip bisnis syariah, seperti tanggung jawab, kepedulian, dan upaya menjaga kenyamanan pengunjung.

b. Kelemahan *(Weakness)*
   1) Keterbatasan fasilitas pendukung, seperti tempat duduk dan gazebo, pada saat jumlah pengunjung meningkat, terutama pada weekend dan musim liburan dan jumlah kolam renang dewasa masih terbatas dibandingkan kolam renang untuk anak-anak.
   2) Perawatan kebersihan area kolam belum optimal terutama saat kondisi ramai pengunjung, kolam yang dilapisi kramik licin yang berpotensi menimbulkan resiko keselamatan bagi pengunjung.
   3) Adanya keluhan kehilangan barang dan keluhan cidera saat berenang yang dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung.
   4) Jumlah karyawan yang masih terbatas pada kondisi tertentu, sehingga berpotensi memengaruhi kecepatan pelayanan saat pengunjung ramai.
   5) Belum adanya standar operasional prosedur (SOP) tertulis secara khusus yang mengatur pelayanan berbasis nilai bisnis syariah.

6) Penerapan konsep bisnis syariah dalam pengelolaan wisata belum dilakukan secara menyeluruh, meskipun beberapa fasilitas dan pelayanan telah mencerminkan nilai-nilai syariah.

c. Peluang (*Opportunity)*
   1) Tingginya minat masyarakat terhadap wisata alam dan wisata keluarga.
   2) Peluang pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dan alat komunikasi tidak langsung dengan pengunjung
   3) Lokasi wisata yang strategis dan mudah dijangkau dari Kota Bukittinggi.
   4) Tingginya kepercayaan pengunjung terhadap objek wisata yang memberikan pelayanan ramah dan aman.
   5) Adanya dukungan masyarakat sekitar melalui penyediaan produk UMKM lokal yang dijual di area wisata.
   6) Perkembangan tren wisata halal dan wisata berbasis nilai etika yang semakin diminati oleh masyarakat.
   7) Potensi pengembangan Tabek Mandi Sikabu sebagai destinasi wisata keluarga yang mengedepankan kenyamanan dan kepuasan pengunjung.

d. Ancaman (*Threat)*
   1) Persaingan dengan objek wisata pemandian lain yang terus berkembang di wilayah sekitar.
   2) Lonjakan jumlah pengunjung pada waktu tertentu yang dapat menurunkan kualitas pelayanan apabila tidak diimbangi dengan fasilitas dan sumber daya manusia yang memadai.
   3) Risiko terjadinya kecelakaan atau keluhan pengunjung yang dapat berdampak pada citra objek wisata.
   4) Perubahan selera dan harapan pengunjung terhadap kualitas fasilitas dan pelayanan.
   5) Faktor cuaca dan kondisi alam yang dapat memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.

Analisis Matriks SWOT

Tabel 1. Pembobotan dan Analisis Matriks

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (bobot X rating)
	Kekuatan *(Strenght)*			
1	Ketersediaan fasilitas yang lengkap	0,08	4	0,32
2	Lingkungan wisata yang bersih sejuk, dan alami	0,08	4	0,32
3	Pelayanan pengelola dan karyawan yang ramah dan sopan	0,07	3	0,21
4	Harga tiket masuk yang murah	0,07	3	0,21
5	Kesigapan pengelola dan karyawan menangani keluhan maupun kondisi darurat	0,08	4	0,32
6	Komitmen pengelola dalam menjaga kenyamanan dan keselamatan pengunjung	0,08	4	0,32
7	Penerapan nilai etika pelayanan sejalan dengan prinsip bisnis syariah	0,07	3	0,21

	Jumlah	0,53		1,91
	Kelemahan *(Weakness)*			
1	Keterbatasan fasilitas pendukung saat pengunjung ramai	0,09	4	0,36
2	Kebersihan area belum optimal saat ramai pengunjung	0,09	4	0,36
3	Jumlah kolam renang dewasa masih terbatas	0,07	3	0,21
4	Jumlah karyawan terbatas pada kondisi tertentu	0,07	3	0,21
5	Belum adanya SOP tertulis mengenai pelayanan berbasis bisnis syariah	0,07	3	0,21
6	Penerapan konsep bisnis syariah belum mengeluruh	0,08	3	0,24
	Jumlah	0,47		1,59
	Total	**1.00**		**3,50**
	Faktor Eksternal	**Bobot**	**Rating**	**Skor (bobot X rating)**
	Peluang (Opportunity)			
1	Meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata alam dan keluarga	0,09	4	0,36
2	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi	0,09	4	0,36
3	Lokasi wisata strategis dan mudah dijangkau	0,07	3	0,21
4	Tingginya kepercayaan pengunjung terhadap pelayanan ramah dan aman	0,09	4	0,36
5	Dukungan masyarakat sekitar melalui UMKM lokal	0,07	3	0,21
6	Perkembangan trend wisata halal dan berbasis etika	0,09	4	0,36
7	Potensi pengembangan sebagai destinasi wisata keluarga	0,09	4	0,36
	Jumlah	0,59		2,22
	Ancaman *(Threat)*			
1	Persaingan dengan objek wisata serupa	0,09	3	0,60
2	Lonjakan pengunjung yang dapat menurunkan kualitas pelayanan	0,08	3	0,60
3	Resiko kecelakaan atau keluhan pengunjung yang berdampak pada citra perusahaan	0,08	3	0,60
4	Perubahan selera dan harapan pengunjung	0,08	3	0,60

5	Faktor cuaca dan kondisi alam	0,08	3	0,30
	Jumlah	0,41		1,23
	Total	**1.00**		**3,45**

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Pengelola, Karyawan Dan Pengunjung

Berdasarkan hasil perhitungan tabel skor SWOT, menunjukkan bahwa Tabek Mandi Sikabu memiliki posisi yang cukup tangguh, di mana skor kekuatan (1,91) mengungguli kelemahan (1,59). Kondisi serupa juga terlihat pada lingkungan eksternal; dengan perolehan skor peluang sebesar (2,22) terhadap ancaman senilai (1,23) destinasi ini terbukti memiliki prospek pengembangan yang lebih besar dibandingkan risiko yang mengintai..

Tabel 2. Analisis Matriks SWOT

	***Strength* (S)**	***Weakness* (W)**
IFAS	1) Ketersediaan fasilitas yang lengkap seperti kolam, wahana air, *cafe*, *homestay*, minimarket, mushalla, aula, ruang ganti, toilet, *playground*, dan parkiran. 2) Lingkungan wisata yang asri dan bersih. 3) Pelayanan pengelola dan karyawan yang ramah dan sopan. 4) Harga tiket masuk yang murah. 5) Kesigapan pengelola dan karyawan menangani keluhan maupun kondisi darurat. 6) Komitmen pengelola dalam menjaga kenyamanan dan keselamatan pengunjung. 7) Penerapan nilai etika pelayanan sejalan dengan prinsip bisnis syariah.	1) Keterbatasan fasilitas pendukung saat pengunjung ramai 2) Kebersihan area belum optimal saat ramai pengunjung 3) Adanya keluhan kehilangan barang dan keluhan cidera saat berenang. 4) Jumlah karyawan terbatas pada kondisi tertentu 5) Belum adanya SOP tertulis mengenai pelayanan berbasis bisnis syariah 6) Penerapan konsep bisnis syariah belum mengeluruh
EFAS		
***Opportunity* (O)**	**Strategi SO:**	**Strategi WO:**
1) Meningkatnya minat masyarakat terhadap	1) Memanfaatkan fasilitas yang lengkap dan lingkungan wisata yang alami untuk menarik minat masyarakat	1) Menambah fasilitas pendukung secara bertahap untuk memberikan kenyamanan kepada

wisata alam dan keluarga. 2) Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. 3) Lokasi wisata strategis dan mudah dijangkau. 4) Tingginya kepercayaan pengunjung terhadap pelayanan ramah, aman, dan nyaman. 5) Dukungan masyarakat sekitar melalui UMKM lokal. 6) Perkembangan trend wisata halal dan berbasis etika. 7) Potensi pengembangan sebagai destinasi wisata keluarga**.**	terhadap wisata alam dan wisata keluarga. 2) Dengan adanya kualitas pelayanan yang ramah, sopan, dan aman dapat memperkuat kepercayaan pengunjung yang semakin tinggi terhadap destinasi wisata. 3) Memanfaatkan pelayanan yang sejalan dengan prinsip syariah sebagai daya tarik utama, seiring dengan berkembangnya tren wisata halal. 4) Dengan harga tiket masuk yang terjangkau serta lokasi wisata yang strategis dapat meningkatkan minat pengunjung. 5) Memanfaatkan lingkungan wisata alam yang asri dan bersih sebagai daya tarik utama dalam melakukan promosi melalui media sosial.	pengunjung dalam mengatasi keterbatasan fasilitas saat pengunjung ramai. 2) Meningkatkan kebersihan area wisata dengan memanfaatkan tingginya kepercayaan dan minat pengunjung sebagai motivasi peningkatan kualitas layanan. 3) Menyusun dan menerapkan SOP tertulis pelayanan berbasis bisnis syariah untuk mendukung peluang perkembangan wisata halal dan meningkatkan profesionalisme pelayanan. 4) Menambah dan mengatur jumlah karyawan pada waktu tertentu guna mengantisipasi lonjakan pengunjung dan menjaga kualitas pelayanan. 5) Mengembangkan jumlah dan fungsi kolam renang dewasa untuk mendukung potensi pengembangan Tabek Mandi Sikabu sebagai destinasi wisata keluarga**.**
***Threat* (T)**	**Strategi ST:**	**Strategi WT:**
1) Persaingan dengan objek wisata serupa. 2) Lonjakan pengunjung	1) Mempertahankan kualitas pelayanan yang ramah, aman, dan sopan sebagai keunggulan kompetitif dalam	1) Melakukan perbaikan dan penambahan fasilitas pendukung secara bertahap untuk mengurangi dampak

yang dapat menurunkan kualitas pelayanan. 3) Resiko kecelakaan atau keluhan pengunjung yang berdampak pada citra perusahaan. 4) Perubahan selera dan harapan pengunjung. 5) Faktor cuaca dan kondisi alam.	menghadapi persaingan dengan objek wisata sejenis. 2) Memaksimalkan kesiapan pengelola dan karyawan dalam menangani keluhan dan kondisi darurat untuk meminimalkan risiko penurunan citra akibat keluhan pengunjung. 3) Memperkuat komitmen terhadap kenyamanan dan keselamatan pengunjung guna menghadapi risiko kecelakaan dan perubahan harapan pengunjung. 4) Menjaga penerapan nilai etika pelayanan yang sejalan dengan prinsip bisnis syariah untuk mempertahankan loyalitas pengunjung di tengah perubahan selera wisata. 5) Mengoptimalkan lingkungan wisata yang sejuk dan alami sebagai nilai pembeda dalam menghadapi persaingan destinasi wisata.	lonjakan pengunjung yang dapat menurunkan kualitas pelayanan. 2) Meningkatkan kebandang kebersihan dan pengawasan area wisata guna menghindari keluhan pengunjung yang dapat merusak citra destinasi wisata. 3) Menyusun dan menerapkan SOP pelayanan serta keselamatan pengunjung untuk meminimalkan risiko kecelakaan dan keluhan. 4) Menambah dan mengatur jumlah karyawan pada kondisi tertentu, terutama saat musim liburan, untuk menjaga konsistensi pelayanan. 5) Mengembangkan penerapan konsep bisnis syariah secara menyeluruh agar Tabek Mandi Sikabu mampu bertahan menghadapi persaingan dan perubahan selera pengunjung.

Tabel 4. Bobot Skor Tabek Mandi Sikabu

Internal/ Eksternal	**Kekuatan *(Strength)***	**Kelemahan *(Weakness)***
Peluang *(Opportunity)*	Strategi SO Total skor 1,91 + 2,22 = 4,13	Strategi WO Total skor 1,59 + 2,22 = 3,81

Ancaman ***(Threat)***	Strategi ST Total skor 1,91 + 1,23 = 3,14	Strategi WT Total skor 1,59 + 1,23 = 2,82

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan hasil perhitungan bobot skor pada Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa strategi S–O *(Strength–Opportunity)* memperoleh total skor tertinggi yaitu 4,13. Ini menunjukkan bahwa Tabek Mandi Sikabu memiliki kekuatan internal yang cukup besar dan mampu memanfaatkan peluang eksternal secara optimal. Kondisi ini menempatkan Tabek Mandi Sikabu pada posisi yang menguntungkan untuk melakukan strategi pengembangan dan pertumbuhan usaha. Perbandingan antara faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa Tabek Mandi Sikabu berada pada kuadran I yang memungkinkan pengelola melakukan pengembangan usaha secara berkelanjutan, kondisi di mana kekuatan internal dan peluang eksternal sama-sama berada pada posisi yang dominan.

Dari hasil analisis SWOT strategi yang dapat digunakan adalah strategi SO *(Strength-Opportunity)* yang mana memiliki total skor tertinggi yaitu 4,13. Strategi SO diantaranya:

a. Memanfaatkan fasilitas yang lengkap dan lingkungan wisata yang alami untuk menarik minat masyarakat terhadap wisata alam dan wisata keluarga.
b. Dengan adanya kualitas pelayanan yang ramah, sopan, dan aman dapat memperkuat kepercayaan pengunjung yang semakin tinggi terhadap destinasi wisata.
c. Memanfaatkan pelayanan yang sejalan dengan prinsip syariah sebagai daya tarik utama, seiring dengan berkembangnya tren wisata halal.
d. Dengan harga tiket masuk yang terjangkau serta lokasi wisata yang strategis dapat meningkatkan minat pengunjung.
e. Memanfaatkan lingkungan wisata alam yang asri dan bersih sebagai daya tarik utama dalam melakukan promosi melalui media sosial.

Dalam menilai kualitas pelayanan diperlukan model SERVQUAL *(service quality)*, model ini kembangkan oleh teori Parasuraman, Zeitmal, dan berry yang membandingkan harapan dan persepsi pengunjung. Dimensi ini memberikan kerangka yang relavan untuk mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu diperkuat agar destinasi mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan wisata sejenis, diantaranya:

a. Bukti Fisik *(Tangibles)*

Berdasarkan teori kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dimensi bukti fisik meliputi fasilitas penampilan fisik perusahaan akan berpengaruh pada evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Secara teori, bukti fisik dikatakan optimal apabila fasilitas memadai, dan mampu menunjang kenyamanan pelanggan secara konsisten. Hasil penenlitian menunjukkan bahwa secara ketersediaan, Tabek Mandi Sikabu telah memenuhi dimensi ini dengan fasilitas lengkap seperti kolam renang dengan berbagai tingkat kedalamannya, wahana air, ruang ganti, gazebo, *cafe*, mushalla, minimarket, aula, *playground* dan parkiran yang luas. Hal ini sejalan dengan prinsip bisnis syariah yang menekankan pentingnya sarana yang layak dan bersih sesuai nilai *thaharah*. Namun, pada praktiknya, dimensi bukti fisik ini belum optimal karena adanya ketidakseimbangan antara kapasitas fasilitas dengan lonjakan jumlah pengunjung. Hal ini menyebabkan area tempat duduk, gazebo, dan toilet sering penuh serta kebersihan tidak terjaga secara konsisten saat kondisi ramai, ini menunjukkan bahwa kendala utama terletak pada aspek pengelolaan dan daya tampung, bukan pada ketiadaan fasilitas.

Berdasarkan analisis dari matriks SWOT adanya ketersediaan fasilitas yang lengkap. Ini menunjukkan adanya kekuatan internal yang mendukung strategi SO, namun belum optimal karena terjadi ketidakseimbangan antara kapasitas fasilitas dengan jumlah pengunjung pada waktu tertentu. Strategi yang dilakukan untuk mengoptimalkan dimensi bukti fisik di Tabek Mandi Sikabu yaitu dengan menambahkan fasilitas pendukung seperti gazebo, toilet, dan tempat duduk secara bertahap untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung dalam mengatasi keterbatasan fasilitas saat pengunjung ramai.

b. Keandalan *(Reliability)*

Berdasarkan teori kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dimensi Keandalan *(Reliability)* adalah seberapa jauh perusahaaan memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara tepat dan konsisten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tabek Mandi Sikabu telah mengoptimalkan dimensi keandalan *(Reliability)* dengan memberikan pelayanan yang konsisten sesuai harapan pengunjung. Hal ini dibuktikan melalui penerapan harga tiket yang stabil dan terjangkau, jam operasional yang tepat waktu, serta akses lokasi yang mudah dijangkau. Dimensi ini sudah sejalan dengan prinsip *amanah* dalam bisnis syariah, di mana pengelola mampu menepati janji dan menjalankan komitmen pelayanan sesuai dengan informasi yang disampaikan.

Berdasarkan analisis dari matriks SWOT, pada dimensi keandalan strategi SO sudah terimplementasi dengan maksimal dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Ini terlihat dari konsisten memberikan harga tiket masuk yang terjangkau, ketepatan jam operasional, serta didukung dengan lokasi wisata yang strategis untuk meningkatkan kepercayaan dan minat pengunjung.

c. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Berdasarkan teori kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dimensi daya tanggap *(Responsiveness)* adalah kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta merespons keluhan. Daya tanggap *(Responsiveness)* dikatakan optimal apabila karyawan mampu merespons kebutuhan dan permintaan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola dan karyawan Tabek Mandi Sikabu telah menunjukkan respons terhadap kebutuhan pengunjung, seperti penanganan keluhan dan bantuan langsung saat terjadi kendala diarea wisata. Namun, daya tanggap *(Responsiveness)* tersebut belum optimal karena kecepatan pelayanan pada aspek kebersihan, pengawasan kolam, dan layanan umum cenderung menurun saat jumlah pengunjung meningkat. Kondisi yang masih bergantung pada situasi ini menunjukkan bahwa prinsip *at-taysir* (memberi kemudahan) dan tanggung jawab pelayanan dalam bisnis syariah belum terwujud secara konsisten. Oleh karena itu, diperlukan strategi pelayanan yang lebih terstruktur dan sigap agar solusi dapat diberikan secara cepat tanpa mengurangi kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan analisis dari matriks SWOT menunjukkan bahwa implementasi strategi SO dalam pemanfaatan peluang untuk meningkatkan jumlah pengunjung belum sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan sumber daya pelayanan. strategi yang dilakukan untuk mengoptimalkan dimensi daya tanggap di Tabek Mandi Sikabu yaitu dengan menambah dan mengatur jumlah karyawan pada waktu tertentu guna mengantisipasi lonjakan pengunjung agar kualitas pelayanan tidak menurun.

d. Jaminan *(Assurance)*

Berdasarkan teori kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dimensi jaminan *(Assurance)* mencakup rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan pelanggan terhadap pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan pengelola telah menyediakan fasilitas loker dan imbauan keamanan, hal ini menunjukkan adanya upaya dalam membangun rasa aman dan kepercayaan pengunjung. Namun

dimensi jaminan *(Assurance)* di Tabek Mandi Sikabu dinilai belum optimal karena masih adanya keluhan kehilangan barang serta risiko cedera karena semua area kolam dilapisi dengan keramik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penerapan di lapangan dengan teori keamanan dan kepercayaan penuh, sehingga rasa aman pengunjung belum sepenuhnya terjamin, yang mana prinsip *amanah* dan tanggung jawab pihak wisata masih belum mampu memberikan rasa aman pada pengunjung, khususnya pada aspek perlindungan barang dan keselamatan fisik.

Berdasarkan analisis dari matriks SWOT, adanya upaya menyediakan fasilitas loker dan imbauan keamanan bagi pengunjung, ini menunjukkan adanya kekuatan internal yang mendukung strategi SO, namun belum optimal karena masih ditemukan keluhan kehilangan barang serta risiko cedera di area kolam. Strategi yang dilakukan untuk mengoptimalkan dimensi jaminan di Tabek Mandi Sikabu yaitu dengan pemasangan CCTV tambahan, penyediaan alas anti slip, peningkatan pengawasan area kolam dan menerapkan SOP pelayanan serta keselamatan yang lebih ketat. Ini berguna untuk meningkatkan rasa aman dan kepercayaan pengunjung.

e. Empati *(Empathy)*

Berdasarkan teori kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dimensi empati adalah perhatian individual, keramahan, dan kepedulian penyedia jasa terhadap pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan Pelayanan di Tabek Mandi Sikabu telah berjalan optimal pada dimensi empati *(empathy)* karena pengelola dan karyawan konsisten menunjukkan sikap ramah, sopan, serta komunikatif tanpa adanya keluhan terkait ketidakpedulian. Berdasarkan teori SERVQUAL, kualitas pelayanan ini dinilai sangat baik karena mampu mempertahankan kepedulian meskipun jumlah pengunjung sedang meningkat. Praktik ini juga selaras dengan prinsip *Ihsan* dalam bisnis syariah, di mana pelayanan diberikan secara maksimal dengan penuh perhatian demi kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan analisis dari matriks SWOT, menunjukkan dimensi empati pada strategi SO menjadi faktor pendukung penting karena mampu memperkuat citra wisata dengan mempertahankan kualitas pelayanan yang ramah, aman, dan sopan sebagai keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan dengan objek wisata sejenis.

Dalam pengelolaan Tabek Mandi Sikabu belum menggunakan konsep bisnis syariah yang mana dari hasil penelitian masih terdapat penggunaan fasilitas kolam renang yang belum terpisah dan belum ada standar operasional prosedur (SOP) tertulis secara khusus yang mengatur pengeolaan wisata berbasis syariah. Wisata syariah tidak semata-mata diukur dari pemisahan fasilitas secara total, tetapi juga dari upaya menjaga norma, adab, dan etika dalam aktivitas wisata. Ini Sesuai dengan koridor Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016, pariwisata berbasis syariah harus mampu mengeliminasi potensi kemusyrikan dan kemaksiatan. Orientasinya tidak hanya terpaku pada keuntungan komersial (material), tetapi juga pada distribusi kemanfaatan spiritual yang konstruktif bagi masyarakat.

Namun dari hasil penelitian sudah ada praktek pengelolaan Tabek Mandi Sikabu yang sudah sejalan dan mencerminkan konsep bisnis syariah yaitu, adanya fasilitas mushalla lengkap dengan perlengkapan ibadah, sehingga memudahkan pengunjung dalam melaksanakan kewajiban beribadah, pelayanan karyawan yang jujur, ramah, amanah dan adil, komitmen pengelola dalam menjaga kenyamanan dan keamanan pengunjung selama berada di area wisata, dan adanya pemisahan ruang ganti maupun toilet antara laki-laki dan perempuan.

Upaya yang dilakukan Tabek Mandi Sikabu untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip bisnis syariah diantaranya:

a. Adanya aturan berpakaian bagi pengunjung saat berenang agar tidak menggunakan pakaian yang terlalu terbuka atau tidak sopan, dan apabila ada yang melanggar maka akan ditegur secara langsung.
b. Adanya aturan dilarang membawa minuman beralkohol dan sejenis narkotika ke area kolam
c. Dalam pengawasan di area wisata, pengelola juga melakukan peneguran terhadap pengunjung, seperti pasangan muda-mudi, apabila menunjukkan perilaku yang dinilai berlebihan.
d. Adanya ketertarikan dari pihak pengelola mengenai penerapan konsep bisnis syariah seperti upaya pengaturan waktu kunjungan antara pengunjung laki-laki dan perempuan.

KESIMPULAN

Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Tabek Mandi Sikabu Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam berfokus pada strategi SO *(Strength-Opportunity)* dengan memanfaatkan kekuatan internal berupa fasilitas lengkap, lingkungan alami, dan harga terjangkau untuk menangkap peluang tren wisata halal serta keluarga. Dalam tinjauan model SERVQUAL, dimensi keandalan *(reliability)* dan empati *(empathy)* telah berjalan optimal melalui konsistensi pelayanan yang amanah serta penerapan prinsip *Ihsan* dalam berinteraksi dengan pengunjung. Namun, dimensi bukti fisik *(tangibles)*, daya tanggap *(responsiveness)*, dan jaminan *(assurance)* dinilai belum maksimal karena adanya kendala daya tampung fasilitas saat lonjakan pengunjung, kecepatan layanan yang menurun, serta risiko keamanan fisik. Dari perspektif Bisnis Syariah, Tabek Mandi Sikabu Kecamatan IV Koto Kabupaten Agam belum menggunakan konsep bisnis syariah dalam pengelolan wisatanya seperti menerapkan pemisahan kolam secara total dan belum memiliki SOP syariah tertulis sesuai Fatwa DSN MUI No. 108/2016, namun praktik di lapangan telah mencerminkan beberapa nilai-nilai yang sejalan dengan bisnis syariah, melalui penyediaan sarana ibadah yang layak, pengawasan adab dan norma berpakaian, serta pelayanan yang mengutamakan kejujuran dan keadilan. Upaya pengembangan ke depan diarahkan pada penguatan konsep wisata halal, baik melalui regulasi internal maupun teknis operasional, guna menciptakan kemaslahatan bagi pengelola dan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurahman Misno. (2009). ANALISIS PRAKTIK PARIWISATA SYARIAH PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 140.

Alam, A. (2023). *Konsep Dan Pengelolaan Kolam Renang Berbasis Nilai-Nilai Syariah : Studi Kasus Telaga Alam Boyolali*. *3*(1), 4. https://doi.org/10.12962/j22759970.vi

Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, *23*(1), 2. https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55

Aprinawati, Yeyen Aprilia Munthe, Apriia Putri Liany, K. (2020). *JURNAL PLANS Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis*. *15*(2), 45.

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 4. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57

Citriadin, Y. (2020). Metode penelitian kualitatif (suatu pendekatan dasar). In *Sanabil Creative*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.

docx
Dewi, Yenty Astarie & Izmuddin Iiz. 2018. Analisis Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah Pada Unit Usaha BUMNag Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Nagari. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam.* 2(2), 127
Hidayat, R., Nurdin, F., Palopo, U. M., Sinjai, U. M., Jasmani, P., Kolam, M., & Renang, K. (n.d.). Analisis manajemen kolam renang permandian alam ompo. *Indonesian Jurnal Of Physical*, *2*(1), 40.
Mandalia. (2023). Pengantar Bisnis dan Industri Pariwisata Syariah. *Yogyakarta: K-Media*, 1.
Muhahammad Firdaus, 2019. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Qudwah Mart di Lebak. *Aksioma Al-Musaqoh: Journal of Islamic Economics and Business Studies*, *5*(1), 25–27.
Rafidah. (2014). Kualitas-Pelayanan-Islami-Pada-Perbankan. *Nalar Fiqh*, *10*(2), 122.
Rafidah, Febrian Andi, Dewi Sandra, Mulyana Cahya Agung. 2025. Analisis Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Progresif*. 6(4), 313Rafidah, Andis Febrian, Sandra Dewi, Cahya Agung Mulyana. 2025. Analisis Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Dalam Menghadapi Persaingan. Jurnal Inovasi Pembelajaran Progresif. 6(4), 313
Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitiaan. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf
Rosi, F., & Masyuri, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, *4*(2), 74. https://doi.org/10.54045/mutawazin.v4i2.1337
Safaria, N., & Nurhayati, S. (2022). *Shi ` ar : Sharia Tourism Research PERMANDIAN AIR PANAS LEJJA DI KABUPATEN SOPPENG POTENTIAL AND PROSPECTS OF SHARIA TOURISM AT LEJJA HOT Institut Agama Islam Negeri Parepare , Indonesia*. *01*(01), 31.
Saifuddin Saifuddin, & Laurentina Maria Husada. (2023). Pengembangan Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Pabrik AMDK Abillaits Di Ambunten. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, *1*(4), 164. https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.203
Saputri, O. B. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *5*(2), 24–25.
Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN (Servqual â€“ Parasuraman) DALAM MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN SEHINGGA TERCIPTA LOYALITAS PELANGGAN. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *4*(1), 49. https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285
Spradley, P., & Huberman, M. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif. *Journal of Management, Accounting and Administration*, *1*(2), 82.
Sri Kasnelly. *Perkembangan Industri Halal Di Indonesia*. *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Vol. 13, 2023. https://doi.org/10.54459/aktualita.v13i1.524.
Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
Suhartini, eka. (2012). *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen.pdf* (pp. 22–30). Alauddin University Press.
Sulistyawati. (2023). Penelitian Kualitatif : Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January). http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-

kualitatif/
Syufa'at, A. Z. (2022). *Islamic Tourism*. CV: Pustaka Ilmu Group.
Wahyuni, N. S., & Ulum, M. (2025). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *8*(6), 150. https://doi.org/10.54371/jiip.v8i6.8295