

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negeri Tulehu merupakan daerah yang sangat strategis dan memiliki potensi yang perlu dikembangkan salah satunya potensi air panas yang tumbuh dengan sendirinya, air panas yang berlokasi di Dusun Rupaitu Hutan Hatuasa merupakan salah satu keunggulan atau kebanggaan dari masyarakat Negeri Tulehu karena dengan potensi air panas yang tumbuh subur di sana menjadikan Negeri Tulehu terkenal dimana mana.

Pemandian air panas bukan saja berada di Dusun Rupaitu tetapi ada empat titik air panas yang ada di Negeri Tulehu antara lain satu titik terletak di Hutan Sila, titik yang kedua terletak di Desa Mokeng dan dua titik terletak di pantai batu kuda tidak heran bahwa Negeri Tulehu disebut sebagai Negeri air panas, tetapi banyak orang yang tidak mengetahui keberadaan air panas tersebut hanya saja orang-orang tertentu, menariknya empat titik air panas tersebut masih belum mengelola potensi air panas dengan baik sebab masih dibuka secara gratis atau umum siapa saja yang datang tanpa bayar untuk menikmati mata air panas yang keluar dari perut bumi dengan sendirinya. Alasannya adalah belum ada pemiliknya atau dipasang tembok pembatas dalam mengelola.

Dari sini kita bisa melihat bahwa betapa kayanya Negeri Tulehu yang sengaja Allah SWT titipkan surga-Nya di bumi yang dipercayakan kepada manusia. Hal ini sejalan dengan pemandian air panas Dusun Rupaitu Hutan Hatuasa, banyak sekali yang mengira air panas yang berlokasi di Dusun Rupaitu Hutan Hatuasa

hanya satu air panas, berdasarkan data wawancara awal yang saya lakukan bersama pemilik kolam air panas mereka mengatakan bahwa air panas yang berada di Hutan Hatuasa terdiri dari dua tempat air panas dan tentunya pemiliknya juga berbeda.

Air panas yang pertama berada di sebelah kiri yang bernama pemandian air panas Talanghaha dan yang kedua di sebelah kanan air panas yang bernama hatuasa. Tetapi masih banyak pengunjung yang bingung dalam hal membedakan kedua air panas tersebut karena yang terdengar ditelinga masyarakat hanya air panas Hatuasa itupun pemilik pemandian air panas Talanghaha tidak keberatan dalam hal ketidaktahuan pengunjung terhadap kedua tempat itu.

Pemandian air panas merupakan salah satu tempat target masyarakat Tulehu dalam meluapkan segenap kelelahan karena dapat menyegarkan tubuh dan tempat berobat paling alami walaupun jaraknya jauh dan tidak dilewati angkutan umum masih saja pemandian air panas menjadi tempat ternyaman bagi pengunjung wisata air panas tetapi yang menjadi permasalahannya adalah fasilitas pemandian air panas dari kedua tempat tersebut tidak ada perkembangan sama sekali padahal bisa dikatakan pengunjung yang datang di sana hampir setiap hari dan berdirinya pemandian air panas sudah memakan waktu sekitar lima belas tahun lebih lamanya adapun pemandian air panas yang berlokasi di hutan Hatuasa merupakan wisata alam yang ada di Maluku Tengah.

Pemandian air panas Talanghaha yang berada di Dusun Rupaitu Hutan Hatuasa merupakan salah satu wisata alam yang ada di Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah yang terdiri dari beberapa Negeri diantaranya Negeri

Liang, Negeri Suli, Negeri Tengah Tengah, Negeri Tial, Negeri Tulehu, Negeri Waai dari keenam Negeri di atas tentunya memiliki potensi pariwisata masing masing baik potensi alam maupun potensi non alam. Adapun Negeri Liang (Wisata Pantai Liang), Negeri Waai (Wisata Air Terjun), Negeri Tengah tengah (Wisata Pantai Natsepa), dan Negeri Tulehu (Wisata Pantai Batu Kuda dan Wisata Air Panas). Dilihat dari penjabaran wisata yang ada di Kecamatan Salahutu lebih jelasnya mengarah ke wisata alam yang dilengkapi dengan fasilitas fasilitas buatan manusia dengan tujuan menambah citra wisata sehingga pengunjung yang datang ke sana merasa nyaman dan menjadikan tempat favorit wisatawan. Secara umum wisata yang ada di Maluku Tengah lebih mengarah ke wisata Alam dari pada wisata non alam yang memiliki sejuta estetika keindahan yang langsung diciptakan oleh alam sendiri.

Dilihat dari fenomena diatas bahwa tidak diragukan lagi bahwa Indonesia merupakan Negara kepulauan yang terbentang dari Sabang sampai Merauke yang kaya akan hasil alam baik dari dalam bumi maupun luar bumi dengan segala potensi yang dimiliki dapat menghipnotis orang banyak terutama di negara belahan bumi yang berbondong bondong datang ke Indonesia. Bahkan Indonesia memiliki ribuan destinasi wisata yang unik yang dapat memanjakan mata bahkan meningkatkan devisa negara diantaranya Raja Ampat (Papua Barat), Malang (Jawa Timur), Pulau Komodo (Nusa Tenggara Timur), Lombok (Nusa Tenggara

Barat), dan Bangka Belitung, tidak menutup kemungkinan Pariwisata Indonesia merupakan salah satu penghasil devisa utama Indonesia.¹

Di samping itu Indonesia memiliki beranekaragam keindahan alam dari pesona pantai, gunung, hamparan sawah, air terjun, tebing serta konservasi alam yang memberikan kelebihan tersendiri bagi para wisatawan.² Adapun sektor pariwisata Indonesia ditetapkan sebagai sektor unggulan karena menjadi branding Pesona Indonesia baik dari wisata lokal maupun wisata asing.³ Bahkan presiden Jokowi menyebutkan pariwisata sebagai sektor unggulan yang mampu meningkatkan devisa negara yang diharapkan dapat menjadi kunci pembangunan, kesejahteraan, dan kebahagiaan masyarakat luas yang dimana pariwisata sendiri merupakan kunci dalam pendapatan ekspor, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan pengembangan infrastruktur.⁴

Hal ini menunjukkan bahwa *Coutry Branding “Wonderful Indonesia”* mencerminkan pariwisata berada dilevel dunia. Bahkan seorang Arif Yahya meresmikan peluncuran brand “Pesona Indonesia” untuk mendampingi “*Wonderful Indonensia*”. Sebagai *country branding* ia mampu memperkenalkan potensi Indonesia mulai dari keindahan alam, keanekaragaman budaya, keramah tamahan masyarakat Indonesia dan menuju fasilitas pariwisata yang harus

¹ Nabila Fairuuz, Fachru Nofrian, and Desmintari Desmintari, “Peranan Jumlah Wisatawan Asing, Nilai Tukar, Dan PMDN Dalam Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia,” *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3, no. 4 (2022): 695–96,

² Ni Luh Putu Anom Pancawati dan Rieka Yulita Widaswara, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata,” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akutansi* 3, no. 1 (2023): 167–68.

³ Dewi Kumoratih, “Rancangan ‘Wonderful Indonesia’ Sebagai Branding-Destination,” *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal* 2, no. 1 (2020): 75–77,

⁴ Razdkanya Ramadhanty et al., “Diplomasi Publik Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Pariwisata Melalui Kampanye Wonderful Indonesia Era Presiden Joko Widodo Tahun,” *Diplomacy and International Studies*, 2019, 2–6, www.indonesia.travel.

dikembangkan. Hal ini menjadikan Indonesia semakin dikenal dengan identitas pariwisata sehingga memperkuat citra positif di mata internasional.⁵

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, jadi Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Karena Peranan pariwisata sendiri merupakan sektor yang bisa menunjang kemajuan suatu daerah, terutama dengan adanya peraturan mengenai otonomi daerah.⁶ Pendidikan pariwisata sangatlah penting di era globalisasi sekarang ini karena pendidikan kepariwisataan merupakan salah satu kunci dalam mengembangkan potensi kepariwisataan (kawasan wisata), karena bidang ini memerlukan tenaga kerja terampil yang secara terus menerus harus dikembangkan dan masalahnya adalah tidak tersedianya fasilitas yang cukup untuk menunjang pendidikan pariwisata.⁷

Menurut Pendit pariwisata terbagi dalam beberapa jenis berdasarkan tujuan wisatawan berkunjung ke suatu objek wisata. Jenis-jenis pariwisata tersebut yaitu wisata cagar alam, budaya, pertanian (agrowisata), kesehatan, konvensi, olahraga, komersial, politik, sosial, maritim atau bahari, buru, dan wisata pilgrim (ziarah).⁸ Jelasnya ini menunjukkan bahwa Pariwisata tergolong dalam ekonomi kreatif yang

⁵ Adi Joko Purwanto (Head of lab.of Diplomacy) Anna Yulia Hartati Sugiarto Pramono Ali Martin and Peer, "Diplomasi PT. Garuda Indonesia (Persero) Dalam Mendukung Pariwisata Melalui Program Wonderful Indonesia," *Kajian Hubungan Internasional* 2, no. 1 (2022): 474–75.

⁶ Adenisa Aulia Rahma, "Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia," *Jurnal Nasional Pariwisata* 12, no. 1 (2020): 3–4.

⁷ Asep Syaiful Bahri and Fitri Abdilah, "Potensi Sumber Daya Manusia Bidang Pariwisata Di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur," *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata* 3, no. 2 (2022): 84–86.

⁸ Iin Choirunnisa et al., "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspoti, Desa Selumbung," *Jurnal Kajian Ruang* 1, no. 2 (2021): 89–90.

di mana melalui proses kreatif inilah nilai tambah dihasilkan yang merupakan sumber utama penerimaan bagi daerah dalam rangka pelaksanaan desentralisasi, pinjaman daerah, dan penerimaan yang merupakan sumber pendapatan tambahan untuk mendukung PAD. Hal ini menjadi teguran pemerintah untuk melihat lebih dalam lagi tentang pariwisata yang ada di Indonesia.⁹

The Travel & Tourism Competitiveness Index 2019 (World Economic Forum, 2019). Mengatakan industri pariwisata Indonesia berada diperingkat ke 12 untuk wilayah Asia Pasifik sedangkan dibandingkan dengan Singapura, Thailand, Malasya sangat berbeda jauh sekali peringkat yang didapatkan, berdasarkan data laporan ini mengungkapkan bahwa industri pariwisata sangatlah kaya karena keunggulan dalam hal kultur, kekayaan alam, dan masih banyak lagi keunikan yang di wilayah Indonesia. Sayangnya Indonesia masih memiliki kekurangan yang sangat berperan penting bagi perkembangan pariwisata yaitu kualitas infrastruktur yang sangat minim atau bisa dikatakan sangat rendah yang bersamaan dengan kuantitas dan kualitas infrastruktur. Hal ini pun terjadi dikarenakan adanya jurang pemisah yang sangat jauh kepada wilayah Indonesia timur dan barat berdasarkan fakta yang terjadi Indonesia bagian baratlah yang terlihat oleh kaca mata pemerintah padahal destinasi wisata alam yang memiliki nuansa keindahan yang spontan banyak sekali ditemukan di Indonesia bagian timur.¹⁰

⁹ Eko Deswin Miechaels Siringoringo and Muhammad Yunus, "Analisis Revitalisasi Desa Wisata Dengan Mengoptimalkan Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Berbasis Digital Pada Desa Sigapiton," *Owner Riset Dan Jurnal Akutansi* 6, no. 4 (2022): 3752–5.

¹⁰ Teddy Adrian Rihaksa dan Hera Susanti, "Penyuluhan Pentingnya Peran Infrastruktur Dalam Permintaan Pariwisata Internasional Indonesia 1,2," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa* 4, no. 1 (2023): 732–34.

Bukan hanya itu saja yang menjadi permasalahan dalam perkembangan pariwisata hal ini terbukti dengan keterbatasan biaya atau anggaran, kurangnya kerjasama dan koordinasi, serta kurangnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) akan sangat berdampak negatif untuk pembangunan selanjutnya menjadi cacatan pemerintah dalam hal menjadikan infrastruktur pariwisata Indonesia menjadi incaran dimata pengunjung dalam pembangunan selanjutnya.¹¹

Dengan potensi pariwisata Indonesia maka SWOT hadir untuk menilai lebih jauh tentang perkembangan potensi yang ada di Indonesia salah satunya potensi pariwisata pemandian air panas di kota Ambon lebih tepatnya di Negeri Tulehu Dusun Rupaitu hutan Hatuasa, yang dimana kekuatan (*Strenght*) adalah kekuatan untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan bisnisnya dilihat dari segi fasilitas pariwisata pemandian air panas Negeri Tulehu masih minim dalam hal kekuatan dalam mempertahankan bisnisnya sebab pengunjung yang datang di sana belum merasa puas dikarenakan tidak ada nilai estetik dari pemandian air panas untuk itu pengunjung yang datang di sana tidak ada perasaan datang kembali ke tempat wisata melainkan hanya meluapkan rasa penasaran sesaat. Adapun Kelemahan (*Weakness*) yang artinya melihat lebih dalam lagi kualitas tingkat perusahaan sehingga lebih berhati-hati, ditinjau dari pariwisata pemandian air panas Hutan Hatuasa dikatakan sangat lemah karena lokasi pariwisata pemandian air panas tidak strategis dan minimnya penggunaan teknologi serta jalan menuju ke wisata cukup menyeramkan dan tidak ada penerangan jalan sehingga pengunjung yang datang di sana sangat rawan untuk

¹¹ Mona Melinda, "Permasalahan Pengembangan Potensi Pariwisata," 2019.

larut malam dan tidak ada sistem keamanan dalam hal barang bawaan pengunjung. Peluang (*Oportunity*) yang merupakan nilai jual suatu perusahaan untuk meningkatkan bisnisnya, pariwisata pemandian air panas Negeri Tulehu tidak diragukan lagi dalam hal menjadi peluang dimata pengunjung dikarenakan hanya satu satunya pariwisata pemandian air panas di Negeri Tulehu Dusun Rupaitu khususnya di kota Ambon. Ancaman (*Threat*) merupakan faktor yang merugikan suatu bisnis/perusahaan, secara umum pariwisata pemandian air panas Negeri Tulehu belum ada saingannya diantara pariwisata yang lain baik wisata alam maupun hasil buatan manusia tetapi yang menjadi ancaman adalah wisata air panas sebelah/air panas hatuasa untuk itu belum ada kendaraan khusus yang disediakan oleh pariwisata pemandian air panas untuk wisatawan dalam mempermudah kunjungan ke daerah wisata dan fasilitas jalan yang dilewati kendaraan tidak layak bahkan lingkungan yang bisa dikatakan rawan tindak kriminal.

Pariwisata pemandian air panas Dusun Rupaitu Hutan Hatuasa di Negeri Tulehu harus ditumbuh kembangkan agar dapat meningkatkan citra wisata supaya menjadi menarik dimata pengunjung sehingga membangun brand kepariwisataan lebih estetik

Berdasarkan keadaan tersebut penulis bermaksud menjadikan potensi pemandian air panas sebagai objek penelitian dengan judul “Analisis SWOT Potensi Pariwisata Perspektif Bisnis Islam Studi Kasus Wisata Alam Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah”.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni :

- a. Bagaimana Analisis SWOT Potensi Pariwisata Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah?
- b. Bagaimana perspektif Bisnis Islam terhadap Analisis SWOT Potensi Pariwisata Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah?

2. Batasan Masalah

Adapun penelitian ini, peneliti dibatasi pada model Analisis SWOT Potensi Pariwisata Studi Kasus Wisata Alam Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui Analisis SWOT Potensi Pariwisata Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah
- b. Untuk Mengetahui perspektif Bisnis Islam terhadap Analisis SWOT Potensi Pariwisata Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Islam, khususnya mengenai Potensi Pariwisata Studi Kasus Wisata Alam Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah

2. Praktis

- a. Bagi semua pelaku bisnis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi secara mendalam kepada seluruh pelaku bisnis dalam Potensi Pariwisata Studi Kasus Wisata Alam Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah
- b. Mempromosikan objek wisata dengan tujuan lebih meningkatkan Potensi Pariwisata Studi Kasus Wisata Alam Pemandian Air Panas Talanghaha Kecamatan Salahutu Kabupaten Maluku Tengah

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun Sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN TEORI

Menjelaskan tentang kerangka teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pikir

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara terperinci tentang hasil dari analisis dari penelitian yang telah diteliti di lapangan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran dari penulis

F. Definisi Operasional

1. Potensi

Potensi merupakan nilai dari suatu daerah yang mendapatkan apresiasi yang luar biasa sehingga mampu menarik orang-orang datang ke daerah incaran.

2. SWOT

SWOT merupakan alat pengukuran suatu perusahaan sehingga melihat dengan langkah ke depannya dengan mudah dan mengetahui permasalahan permasalahan selanjutnya dari suatu perusahaan

3. Pariwisata

Aktivitas perjalanan seseorang guna menjelajahi keunikan yang ada di suatu tempat/daerah wisata yang bersifat sementara dan berulang-ulang