
STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER MASJID RAYA SULTAN MAHMUD RIAYAT SYAH BATAM

Oleh

Mario Marcelino Tampemawa¹, Agung Arif Gunawan²

^{1,2}Batam Tourism Polytechnic

E-mail: ¹mariomarcelino4532@gmail.com, ²agung@btp.ac.id

Article History:

Received: 23-11-2024

Revised: 28-11-2024

Accepted: 26-12-2024

Keywords: Strategi pengembangan; analisis SWOT; wisata kuliner.

Abstract: Wisata Religi Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah adalah salah satu masjid terbesar yang ada di Batam. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang direncanakan dan dilakukan pengelola masjid Sultan Mahmud Riayat Syah dalam pengembangan wisata kuliner serta faktor yang kemudian mempengaruhi dalam Strategi Pengembangan Wisata Religi Di Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dan diperkuat dengan pendekatan analisis SWOT untuk menentukan strategi. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan yang dilakukan wisata kuliner Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah adalah dengan mengoptimalkan Event keagamaan dan festival religi yang ada dapat dipromosikan melalui media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan kawasan kuliner dan menarik wisatawan, Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mengembangkan wisata kuliner, Memanfaatkan Bebas biaya masuk sebagai daya tarik untuk menarik wisatawan yang kemudian dapat diarahkan untuk menikmati kuliner di Kawasan Masjid.

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia saat ini sedang berusaha untuk mengembangkan dan mempertahankan pariwisata di Indonesia. peringkat Travel & Tourism Development Index wisatawan Indonesia meningkat dari 44 ke 32 dari 117 negara (Darwin, 2022). Provinsi Kepulauan Riau merupakan pintu masuk Indonesia sebelah barat dan menjadi wilayah yang memiliki potensi dalam pembangunan pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Pada saat Kepulauan Riau terpisah dari provinsi Riau, pariwisata di Kepulauan Riau mengalami peningkatan, dengan adanya peningkatan tersebut, pemerintah meningkatkan dan membangun tempat wisata Kepulauan Riau, salah satu usaha dan strategi marketing yang dilakukan pemerintah adalah Wonderful Kepri (Giovani, 2023). Hal ini bertujuan untuk mempromosikan potensi pariwisata Kepulauan Riau secara lebih luas, meningkatkan daya tarik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, serta mengembangkan berbagai

destinasi unggulan di wilayah tersebut. Selain itu strategi lainnya yang bisa dilakukan untuk meningkatkan keinginan pengunjung untuk datang ke lokasi wisata adalah dengan strategi branding yang tepat dan optimal (Amalia et al., 2023).

Kota Batam merupakan salah satu kota di Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki potensi besar di sektor pariwisata mulai dari lokasi geografis yang berada dekat dengan negara seperti Singapura dan Malaysia yang terletak di jalur perdagangan internasional dan memiliki keberagaman agama, budaya, seni, alam, dan wisata buatan yang tidak hanya menarik wisatawan lokal tetapi juga wisata mancanegara. Hal ini membuat kota Batam biasanya dikenal sebagai kota pariwisata (Honey DSianturi & Purwanti, 2021).

Tabel 1 kunjungan wisatawan Kota Batam 2022-2024

no	bulan	Jumlah Wisatawan yang Datang (Kunjungan)			
		2022	2023	2024	total
1	Januari	240	94774	78759	174034
2	Febuari	329	74193	112687	187367
3	Maret	995	97617	104831	203790
4	April	8149	89140	79179	176682
5	Mei	16761	77348	100112	194466
6	Juni	39671	134280	131313	305515
7	Juli	57139	95063	101099	253462
8	Agustus	60249	95242	120185	275841
9	September	78498	102200	115384	296226
10	Oktober	78220	80189	-	158567
11	November	80667	100866	-	181767
12	Desember	145018	149583	-	294914
Tahunan		565936	1190495	943549	2702631

Sumber: Badan Pusat Statistik

Kota Batam memiliki beragam objek wisata, Salah satu objek wisata yang saat ini dikembangkan adalah wisata religi. Wisata religi atau keagamaan mengacu kepada kegiatan wisata ke tempat yang mempunyai makna khusus, seperti Pura, Candi, Gereja, Masjid, maupun Makam (Abduh et al., 2021). Salah satu objek wisata religi yang ada di Batam adalah Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Masjid ini merupakan salah satu masjid terbesar yang ada di Kota Batam, masjid ini memiliki keunikan tersendiri seperti penggabungan 3 arsitektur yang berbeda yakni Arab, Turki, Melayu, dan nilai-nilai Islam yang menghasilkan Masjid yang indah sehingga wisata objek wisata yang menarik bagi wisatawan.

Dalam upaya mendukung Masjid sebagai destinasi wisata, objek wisata yang dapat mendukung kegiatan pariwisata yaitu wisata kuliner. Kuliner merupakan salah satu elemen penting yang mampu menambah pengalaman wisatawan secara utuh terhadap budaya tuan rumah pada sebuah destinasi (I Wayan Suteja, 2019). Kuliner merupakan aspek krusial dalam pengalaman wisata, karena mencerminkan tradisi, budaya dan kehidupan masyarakat setempat. Wisata kuliner merupakan sektor wisata yang terus berkembang. Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah berpotensi untuk mendukung objek wisata kuliner mengingat Masjid

ini merupakan salah satu Masjid terbesar di Batam, pengembangan wisata kuliner disekitar Masjid dapat memberikan pengalaman wisata yang terintegrasi karena setelah pengunjung selesai melakukan kegiatan spiritual, pengunjung dapat melanjutkan kegiatan dengan menikmati jajanan kuliner, sehingga pengalaman perjalanan mereka lebih memikat dan berkesan. Kuliner merupakan salah satu sektor pariwisata yang memiliki kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik bruto (PDB) Indonesia. Sektor ini menduduki peringkat teratas dengan kontribusi sebesar 69,05% diikuti subsektor Film, Animasi, dan Video (FAV) dengan 42,86%, serta subsektor Fashion yang berkontribusi sebesar 40,48% (Kemenparekraf & Baparekraf, 2024).

Kegiatan kuliner di sekitar Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah Batam biasanya berlangsung saat acara keagamaan seperti Ramadhan, Tabliq akbar, dan acara lainnya. Pada kegiatan tersebut, akan bazar kuliner yang menawarkan beragam makanan mulai dari makanan khas daerah seperti luti gendang, otak-otak, pepes ikan dan produk jajanan pasar seperti kue lupis ketan, onde-onde, klepon, pisang keju, pastel, bakso dan aneka jajanan pasar lainnya.

Meskipun kuliner di sekitaran Masjid memiliki potensi karena beragam kuliner mulai dari makanan khas daerah hingga produk yang dibuat langsung oleh Masyarakat sekitar, masih belum mencapai hasil yang optimal. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penulis, Hal ini Dikarenakan tempat untuk kegiatan kuliner dikawasan Masjid ditahap perencanaan, menyebabkan ketidakteraturan dalam penataan kuliner, Dimana para pedagang berjualan secara sopradis tanpa ada tempat yang terorganisir. Kondisi ini menyebabkan wisatawan kesulitan untuk mencicipi kuliner dengan mudah, sering kali kuliner khas hanya tersedia di acara-acara besar saja. Akibatnya, wisatawan yang berkunjung di luar waktu event khusus tidak dapat merasakan kuliner yang berpotensi sebagai daya Tarik utama. Salah satu contoh Masjid di Batam yang memiliki tempat kuliner adalah Masjid Agung Raja Hamidah Batam. Di kawasan masjid terdapat area Dimana pedagang dapat berjualan di satu Kawasan di area masjid yang memudahkan wisatawan yang datang untuk menikmati makanan setelah beribadah atau berkunjung ke Masjid.

Pengembangan wisata kuliner di masjid Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah membutuhkan strategi yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi yang direncanakan dan dilaksanakan oleh pengelola Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah dalam pengembangan pariwisata, khususnya dalam bidang wisata kuliner. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan wisata kuliner di Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi pengelola masjid dan pihak terkait dalam merumuskan kebijakan dan langkah-langkah strategis guna meningkatkan potensi wisata kuliner yang ada di sekitar area masjid, serta mengoptimalkan peran masjid sebagai destinasi wisata budaya dan religi di Batam.

LANDASAN TEORI

Strategi pengembangan

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan perencanaan, gagasan, dan eksekusi dari aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik meliputi

pelaksanaan ide secara logis, efisiensi pembiayaan, koordinasi tim kerja yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip taktik untuk mencapai tujuan yang efektif. Menurut (Gunawan, 2022) dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk untuk memperlihatkan arah kepada suatu kelompok untuk mencapai tujuannya. Strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk melakukan hal tersebut dengan cara ini dengan meningkatkan infrastruktur material dan non-material yang sudah ada, daya tarik pengunjung di wilayah tersebut dapat dimaksimalkan sekaligus meningkatkan kesejahteraan penduduk di sekitarnya (Simbolon et al., 2023).

Secara keseluruhan, strategi pengembangan pariwisata adalah cara memanfaatkan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan, dalam konteks pengembangan pariwisata fokus dalam pengembangan infrastruktur, meningkatkan kesejahteraan setempat. Dan menarik lebih banyak pengunjung baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan sektor wisata yang terus berkembang tidak berfokus terhadap makanan dan minuman saja, namun juga mencakup dalam diversifikasi menu, pelayanan, serta mempromosikan budaya lokal melalui kuliner. Adapun definisi lain dari wisata kuliner, Wisata kuliner merupakan jenis wisata yang tidak semata-mata hanya untuk mengenyangkan dengan memakan aneka ragam masakan khas dari daerah tujuan wisata, melainkan juga mendapatkan pengalaman menarik dengan memakan dan memasak aneka ragam makanan khas tiap daerah (Desi Wibawati 2021). Wisata kuliner yaitu rekreasi berkenaan dengan tersedianya makanan dan minuman. Melakukan pencarian serta mencicipi makanan tradisional dari daerah yang dikunjungi menjadi sebuah aktivitas yang lazim dilakukan oleh para pengunjung (Siahaan et al., 2021).

Kini ditengah perkembangan zaman para wisatawan tidak hanya mencari makanan untuk mengenyangkan diri saja, namun juga pengalaman saat berkuliner dari segi pelayanan, lokasi, dan suasana tempat wisata. Wisata kuliner terus berkembang sebagai peluang untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Sektor ini tidak hanya mencakup makanan dan minuman saja, namun diversifikasi menu, pelayanan, dan promosi budaya lokal. Di era modern, wisatawan mencari pengalaman dalam berwisata kuliner mulai dari lokasi, pelayanan, dan Suasana tempat wisata, bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan makan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai data-data yang hadir atau dinyatakan dalam bentuk ikatan, kalimat, ungkapan narasi, dan gambar (Abdul Fattah Nasution, 2023). Penulis menggunakan Alasan memilih menggunakan metode ini adalah bertujuan untuk menganalisa dan menggambarkan bagaimana pengembangan dan pengelolaan masjid Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam sebagai wisata kuliner.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data primer dan data sekunder maka Penelitian dilaksanakan di sekitaran Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam Jl. Brigjen Katamso Tanjung Uncang, Kecamatan Batu Aji, Kota Batam, provinsi Kepulauan Riau dan lingkungan sekitaran

masjid. Penelitian dilaksanakan mulai dari Juli sampai dengan Desember 2024.



Gambar 1. Peta Lokasi penelitian

Teknik pengumpulan data

Ada empat metode yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Observasi pengumpulan data dimana peneliti mengamati dan mencatat secara langsung fenomena yang terjadi dalam lingkungan alami atau dalam situasi yang telah diatur, Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada narasumber atau informan secara langsung, dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data dan dokumen yang relevan dalam permasalahan penelitian yang kemudian di analisis untuk memastikan bukti dan validitas dari sebuah peristiwa (Abdul Fattah Nasution, 2023), sedangkan kuesioner membantu untuk memperoleh informasi langsung dari responden terkait dengan variabel yang diteliti yang digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Teknik analisis data

Rangkuti (2006) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi, Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Ngurah et al., 2018). Selanjutnya Berdasarkan tabel SWOT disusun rencana strategi pengembangan wisata kuliner di Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Rencana strategi yang di rancang mencakup strategi S-O (*Strength- Opportunity*), Strategi W-O (*Weakness- Opportunity*), Strategi S-T (*Strength-Threat*) dan strategi W-T (*Weakness-Threat*) Data di kumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Langkah selanjutnya adalah menetapkan bobot, penilaian (rating), dan skor pada matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk Menyusun diagram SWOT dalam bentuk kartesius. Penentuan sampel dilakukan secara sengaja purposive sampling dimana sasaran sampel yang diteliti telah memiliki karakteristik yang ditentukan sehingga tidak mungkin diambil sampel lain yang tidak memenuhi karakteristik yang telah ditetapkan purposive sampling disebut juga sebagai sampel penilaian atau pakar adalah jenis Nonprobabilitas (Lestari, 2022). memberikan nilai pada matriks IFAS dan EFAS dengan cara membagi nilai total dari setiap indikator dengan nilai keseluruhan pada kuesioner indikator IFAS dan EFAS. Narasumber berjumlah 5 orang

mulai dari pengurus Masjid Sultan Mahmud Raiyat Syah, pelaku usaha kuliner di daerah masjid Sultan Mahmud Raiyat Syah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dilapangan, Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah memiliki keunikan yang dapat menarik wisatawan mulai dari Masjid yang dibangun dengan penggabungan tiga arsitektur yang berbeda yakni Arab, Turki dan Melayu, dan ditambah dengan nilai-nilai islam, menghasilkan Masjid yang megah dan indah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rangga Pratama sebagai Sekretariat Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah, wisatawan yang berkunjung ke Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah Wisatawan lokal maupun asing suka berswafoto di payung membran Masjid Sultan Mahmud yang terinspirasi dari Masjid Nabawi di Madinah dan para wisatawan juga menyempatkan untuk datang ke menara padang setinggi 99 meter. Masjid tidak memungut biaya untuk masuk, namun untuk masuk ke menara pandang wisatawan hanya perlu membayar *Infaq* dan menggunakan lift masuk ke menara. Menara ini terbuka untuk umum yang ingin melihat wilayah batam di sekitaran Batu Aji dan melihat negara tetangga yaitu singapura.



Gambar 2 dan 3. Payung membran dan menara pandang Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah

Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah ini menjadi salah satu masjid yang paling representatif di Kota Batam untuk mengadakan acara keagamaan berskala besar seperti hari raya tahunan, dan festival religi, dan hiburan. Hal ini Tentu saja akan mempengaruhi pengembangan wisata kuliner. Dengan adanya kegiatan tersebut yang membantu dalam pengembangan di sektor kuliner, karena lokasi kuliner yang berada di kawasan masjid dapat menarik wisatawan yang berkunjung untuk mencari pengalaman spritual dan kuliner. Kedua hubungan ini menjadi magnet tersendiri, wisatawan yang malakukan kegiatan ibadah atau hanya sekedar berkeliling untuk melihat pemandangan masjid pasti ingin mencicipi hidangan khas Kota Batam, mulai dari makanan tradisional hingga modern.

Kurangnya promosi mengenai Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah sebagai tempat wisata juga menghambat potensi pengembangan di sektor kuliner. Salah satu pelaku usaha UMKM kuliner yaitu Bapak Miarso mengungkapkan bahwa banyak wisatawan yang berkunjung ke Masjid, tidak hanya wisatawan lokal, namun ada wisatawan dari luar. Sambil melihat masjid Sultan Mahmud, pengunjung juga datang ketempat bapak untuk makan ditempat. Akan tetapi, tempat yang sekarang masih belum tertata dikarenakan tidak adanya

tempat khusus untuk kegiatan kuliner. Kurangnya promosi mengenai Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah sebagai tempat wisata juga menghambat potensi pengembangan di sektor kuliner. Bapak ismail yang juga pelaku usah kuliner di Kawasan masjid sultan Mahmud raiyat syah juga menginginkan pihak masjid dapat meningkatkan promosi Masjid sebagai tempat wisata kuliner.

Adapun rencana dari pihak masjid yang ingin membuat tempat khusus untuk memaksimalkan Masjid sebagai tempat wisata seperti tempat yang berisikan kios yang menjual makan halal, mulai dari makanan tradisional hingga modern. Adapun kios yang akan dibuat untuk membeli souvenir dan oleh-oleh khas Batam untuk dibawa dan dijadikan kenang-kenangan bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini tidak hanya bermanfaat untuk Masjid, namun juga bermanfaat bagi pelaku UMKM di kawasan Masjid. Berikut Lokasi tempat yang sedang dikembangkan untuk kegiatan kuliner yang berada di area Masjid.



Gambar4 dan 5: lokasi yang dijadikan untuk tempat kuliner

Kendala lainnya dalam mengembangkan wisata kuliner di antaranya program pengembangan wisata Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah masih kurang optimal. Dari wawancara yang dilakukan dengan Bapak Abdul Samad S.ag sebagai sekertariat Masjid menjelaskan bahwa Saat ini Pembangunan masjid masih belum selesai, dana APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) sebagian di alokasikan di Masjid Agung Raja Hamidah yang sekarang sedang dalam proses revitalisasi di revitalisasi. Hal ini menyebabkan tertundanya program-program pengembangan wisata, khususnya disektor kuliner.

Analisis SWOT

Mengubah bentuk model data menjadi lebih jelas dapat dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT berfungsi sebagai alat untuk merancang strategi dalam mengembangkan wisata kuliner dikawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Dengan menggunakan matriks SWOT, kita dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan untuk mengatasi ancaman dan memaksimalkan peluang Masjid. Empat alternatif strategi yang tersedia mencakup strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), strategi WO (mengurangi kelemahan perusahaan dan memanfaatkan peluang), strategi ST (memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman), dan strategi WT (mengurangi kerentanan dan mencegah ancaman).

Matriks IFAS & EFAS

Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk menentukan Bobot, Rating, Skor dan nilai dari faktor Internal dan Eksternal. Proses ini mencakup pemeringkatan setiap setiap faktor dari skala 1 “sangat tidak setuju” sampai 4” sangat setuju” dan ketentuan dari jumlah bobot tidak

melebihi 1,00. Berikut tabel 2 dan 3 tabel matriks IFAS & IFAS Wisata Kuliner Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah.

Tabel 2. Faktor Internal Wisata Kuliner Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah

No	Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Skor
1	Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah berada Di kawasan yang mudah di akses wisatawan mulai dari transportasi umum, lokasi, dan tersedianya petunjuk jalan.	0,13	4	0,52
2	kawasan memiliki atraksi pendukung seperti event keagamaan, hari raya tahunan, dan festival kuliner dan hiburan.	0,13	4	0,52
3	Kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah merupakan destinasi unggulan menggabungkan atraksi dan wisata kuliner,	0,12	4	0,48
4	Memiliki lahan parkir yang memadai	0,13	4	0,52
5	Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah tidak mengenakan biaya masuk.	0,14	4	0,56
Total kekuatan		0,65		2,6
No	Kelemahan (weakness)	Bobot	Rating	Skor
1	Program kawasan wisata kuliner di kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah yang masih belum di kembangkan	0,08	3	0,24
2	Kurangnya infrastruktur dan fasilitas Seperti akomodasi, transportasi dan fasilitas lainnya Untuk Mengembangkan Wisata Kuliner di kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah	0,08	3	0,24
3	kurangnya promosi baik online maupun offline mengenai wisata kuliner dikawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah	0,11	3	0,33
4	kawasan wisata kuliner yang masih belum tertata	0,08	3	0,24
Total Kelemahan		0,35		1,05
Total Faktor Eksternal (EFAS)		1		1,05

Dari hasil tabel diatas terlihat faktor kekuatan yang memiliki nilai tertinggi adalah poin 5 yaitu Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah tidak mengenakan biaya masuk Dimana hal ini membuat tempat ini lebih terjangkau dan menarik berbagai kalangan wisatawan. Dan kelemahan yang harus di perhatikan adalah kurangnya promosi baik online maupun offline mengenai wisata kuliner dikawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa total skor kekuatan adalah 2,6 dan total skor dari kelemahan adalah 1,05. Total skor Internal yang didapat dari pengurangan skor kekuatan dan kelemahan adalah 1,05. Skor ini akan menjadi Sumbu X dari posisi koordinat Wisata Kuliner di kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Dengan memanfaatkan kekuatan semaksimal mungkin, maka kelemahan dapat dikurangi secara bertahap.

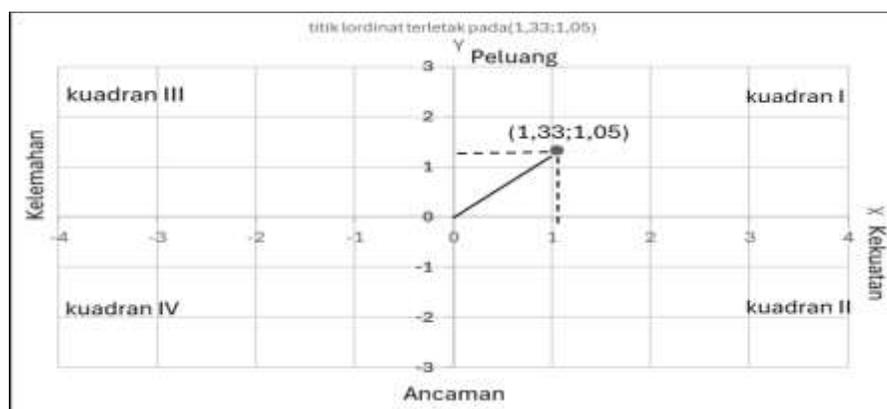
Tabel 3. Faktor Eksternal Wisata Kuliner Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah

No	Peluang (Opportunity)	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya peluang di sebabkan oleh wisatawan yang berkunjung ke kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah.	0,13	3	0,39
2	Adanya dukungan dari UMKM kuliner sekitar Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah.	0,11	3	0,33

3	Adanya peluang di sebabkan oleh aksesibilitas mulai dari transportasi umum, lokasi, dan petunjuk jalan di Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah.	0,13	4	0,52
4	adanya peluang untuk melakukan promosi kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah melalui perkembangan teknologi informasi.	0,13	4	0,52
Total Peluang		0,5		1,76
No	ancaman (threat)	Bobot	Rating	Skor
1	Kurangnya dukungan masyarakat sekitar dalam mengembangkan Wisata Kuliner.	0,09	2	0,17
2	kerjasama dengan pihak swasta masih belum terwujud.	0,11	3	0,32
3	Adanya tempat wisata sejenis/tidak sejenis	0,12	3	0,35
4	Minimnya ketertarikan minat investor dalam berinvestasi	0,11	3	0,32
5	Adanya ancaman dari Pengaruh wisata kuliner terhadap Kesucian Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah	0,09	2	0,17
Total Ancaman		0,5		1,33
Total Faktor Eksternal (EFAS)		1		1,33

Dari hasil tabel diatas terlihat faktor peluang yang memiliki nilai tertinggi adalah poin 3 yaitu peluang di sebabkan oleh aksesibilitas mulai dari transportasi umum, Lokasi yang strategis, dan petunjuk jalan di Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Dan ancaman yang harus di waspadai adalah poin 3 Adanya tempat wisata sejenis/tidak sejenis wisata kuliner dikawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa total skor peluang adalah 0,52 dan total skor dari ancaman adalah 0,35. Total skor Internal yang didapat dari pengurangan skor peluang dan ancaman adalah 1,33. Skor ini akan menjadi Sumbu Y dari posisi koordinat Wisata Kuliner di kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Bisa dilihat dari tabel diatas peluang dapat menjadi titik dari pengembangan wisata kuliner Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah.

Berdasarkan dari hasil IFAS dan EFAS Pengembangan Wisata Kuliner Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah, koordinat pada diagram kartesius dapat ditetapkan. Hal ini dilakukan untuk memperoleh strategi alternatif yang dapat diterapkan dengan, koordinat pada diagram *cartesius* dapat ditentukan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh berbagai alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan dengan akurat.



Gambar 5. Diagram Kartesius SWOT

Berikut keterangan gambar diatas menurut (Zulkarnain et al., 2023) Kuadran I merupakan Strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif, Kuadran II merupakan Strategi diversifikasi, guna untuk menghindari ancaman yang akan datang, Kuadran III : Disarankan mengubah strategi organisasi sehingga dapat memperoleh peluang yang lebih baik dengan meminimalkan permasalahan internal kuadran IV : Merupakan Strategi yang diterapkan adalah strategi bertahan, dengan meminimalkan kelemahan dan meminimalisir ancaman. Berdasarkan koordinat X (1,33) dan Y (1,05) dari tabel diatas diagram menunjukkan posisi kekuatan dan peluang yang cukup besar. Koordinat Diagram ini mengutungkan wisata kuliner Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah karena dapat menerapkan strategi kebijakan pertumbuhan yang agrsif. tentu saja hal ini di perkuat dengan pendapat (Lestari, 2022) kuadran I dapat memanfaatkan secara maksimal kekuatan, hal ini dapat meningkatkan potensi pengembangan wisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Matriks SWOT

Hasil matriks yang diperoleh dari kombinasi indikator dan faktor internal serta eksternal disajikan di bawah ini, Berikut tabel Matriks SWOT adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Kombinasi matriks SWOT Wisata Kuliner Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah

	STRENGTH	WEAKNESS
INTERNAL	a) Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah mudah diakses mulai dari transportasi umum, lokasi strategis, dan petunjuk jalan. b) kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah memiliki atraksi pendukung seperti event keagamaan, hari raya tahunan, dan festival kuliner dan hiburan. c) Kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah merupakan destinasi unggulan menggabungkan atraksi dan wisata kuliner d) Tersedianya lahan parkir yang cukup besar untuk pengunjung. e) Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah tidak memiliki biaya masuk.	a) Program kawasan wisata kuliner di kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah yang masih belum dapat dikembangkan. b) Kurangnya infrastruktur dan fasilitas Seperti akomodasi, transportasi dan fasilitas lainnya Untuk Mengembangkan Wisata Kuliner di kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah c) kurangnya promosi baik online maupun offline mengenai wisata kuliner dikawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah d) kawasan wisata kuliner yang masih belum tertata
EKSTERNAL		
OPPORTUNITY	STRATEGY SO	STRATEGY WO

<p>a) Adanya peluang di sebabkan oleh wisatawan yang berkunjung ke kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah.</p> <p>b) Dukungan dari UMKM kuliner sekitar masjid menciptakan peluang ekonomi.</p> <p>c) Adanya peluang di sebabkan oleh aksesibilitas mulai dari transportasi umum, lokasi, dan petunjuk jalan di Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah.</p> <p>d) adanya peluang untuk melakukan promosi kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah melalui perkembangan teknologi informasi.</p>	<p>a) Memanfaatkan Event keagamaan dan festival religi yang ada dapat dipromosikan melalui media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan kawasan kuliner dan menarik wisatawan.</p> <p>b) Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mengembangkan wisata kuliner.</p> <p>c) Memanfaatkan Bebas biaya masuk sebagai untuk menarik wisatawan lebih banyak, terutama keluarga, yang kemudian dapat diarahkan untuk menikmati kuliner di Kawasan Masjid.</p>	<p>a) Memanfaatkan dukungan UMKM dan pihak Masjid untuk melakukan penataan Kawasan kuliner dengan menetapkan lokasi khusus untuk kegiatan kuliner.</p> <p>b) Memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan wisata kuliner, dan aplikasi berbasis pariwisata guna untuk menjangkau wisatawan luas.</p> <p>c) Memanfaatkan dukungan Masjid dan UMKM dalam membangun infrastruktur kawasan Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah untuk menyediakan transportasi umum yang terintegrasi dan fasilitas pendukung lainnya.</p>
THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<p>a) Kurangnya keterlibatan masyarakat dalam pengembangan wisata kuliner.</p> <p>b) Kerja sama dengan pihak swasta masih belum terealisasi secara optimal.</p> <p>c) Adanya persaingan dengan destinasi wisata lain, baik sejenis maupun</p>	<p>a) melakukan Sosialisasi kepada Masyarakat Mengenai Pengembangan Wisata Kuliner Yang Ada Di Masjid Dan Pemeliharaan Pemeliharaan Masjid.</p> <p>b) Memanfaatkan event keagamaan, hari raya tahunan, festival religi, dan hiburan sebagai bagian dari paket promosi kepada calon investor,</p>	<p>1. Adanya Pembatas Atau Zonasi Untuk Kegiatan Kuliner Agar Masjid Tetap Terjaga Keadaan Dan Kesuciannya.</p> <p>2. Mengurangi Risiko Persepsi Negatif Dengan Melibatkan Komunitas Lokal Dan Pemimpin Agama Dalam Perencanaan Kegiatan Kuliner Untuk Memastikan Bahwa Semua Aktivitas dilakukan Terhadap Tempat Ibadah.</p>

<p>tidak.</p> <p>d) minimnya ketertarikan investor untuk berinvestasi.</p> <p>e) Dampak negatif wisata kuliner terhadap kesucian masjid dapat menimbulkan resistensi.</p>	<p>menunjukkan bahwa kawasan ini memiliki daya tarik konsisten yang dapat mendukung potensi usaha mereka, seperti kuliner, souvenir, atau hiburan.</p>	
---	--	--

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam dapat disimpulkan sebagai berikut:

- A. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan terhadap faktor Internal dan eksternal di kawasan Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam berada di kuadran I, ini menunjukkan bahwa wisata kuliner Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam memiliki kekuatan yang dapat menarik dan memanfaatkan peluang – peluang yang ada. Berikut beberapa strategi alternatif dari strategi S-O diantaranya; Memanfaatkan Event keagamaan dan festival religi yang ada dapat dipromosikan melalui media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan kawasan kuliner dan menarik wisatawan; Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mengembangkan wisata kuliner; Memanfaatkan Bebas biaya masuk sebagai daya tarik untuk menarik wisatawan, yang kemudian dapat diarahkan untuk menikmati kuliner di Kawasan Masjid.
- B. Menekankan pentingnya memanfaatkan kekuatan Masjid Raya Sultan Mahmud Riayat Syah Batam sebagai sebagai pusat wisata religi dan kuliner. Dengan menyelenggarakan acara kuliner atau festival yang menghadirkan hidangan halal khas Batam, masjid dapat menarik tidak hanya wisatawan religi tetapi juga pecinta kuliner dan dengan adanya kerjasama stakeholder seperti pedagang kuliner lokal dan restoran, ini dapat menambah daya tarik wisata dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abduh, M., Sosial, D., Perempuan, P., Perlindungan, D., Kabupaten, A., & Hulu, R. (2021). Pengelolaan Masjid Agung Islamic Center Sebagai Objek Wisata Religi. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(1), 43–48. <https://jkip.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKP/article/view/7924>
- [2] Abdul Fattah Nasution. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Harfa Creative. file:///C:/Users/mario/AppData/Roaming/Mendeley%20Reference%20Manager/userfiles/Metode%20penelitian%20kualitatif.pdf
- [3] Amalia, E., Supardi, S., & Lubis, A. L. (2023). STRATEGI BRANDING ‘TERPIKAT

- PULAU PENYENGAT' SEBAGAI DESTINASI WISATA SEJARAH, BUDAYA & RELIGI DI KEPULAUAN RIAU. *JURNAL DIMENSI*, 12(1), 212–229. <https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000>
- [4] Darwin. (2022). *Indeks Pariwisata Global Indonesia Meningkatkan*. <https://kemlu.go.id/darwin/id/news/21614/indeks-pariwisata-global-indonesia-meningkat>
- [5] Desi Wibawati, A. P. (2021). Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal of Tourism and Creativity*, 5(1), 36.
- [6] Giovani, A. W. A. L. L. (2023). IMPLIKASI TINGKAT PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MASJID JABAL. *IMPLIKASI TINGKAT PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MASJID JABAL*, 12(2), 655–666. <https://doi.org/doi:10.47492/jih.v12i2.2984>.
- [7] Gunawan. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BANDUNGAN KABUPATEN SEMARANG. *Jurnal Widya Praja*, 2(1).
- [8] Honey DSianturi, G., & Purwanti, A. (2021). *Citra Kota Batam Sebagai Kota Pariwisata Menurut Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Batam*. <https://batamkota.bps.go.id/>
- [9] I Wayan Suteja, S. W. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI KULINER LOKAL DALAM MENUNJANG. *Media Bina Ilmiah*, 14(2), 2035–2042.
- [10] Kemenparekraf, & Baperekraf. (2024). *Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Indonesia 2023/2024*.
- [11] Lestari, D. F., P. P., & F. K. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner pada Jombang Kuliner. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 5047-5054.
- [12] Ngurah, G., Wiswasta, A., Ayu, G., Agung, A., & Made Tamba, I. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*. www.unmas.ac.id
- [13] Rangkuti, F. (2006). *analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Utama. <https://books.google.co.id/books?id=UHV8Z2SE57EC&printsec=frontcover&hl=id%20#v=onepage&q&f=false>
- [14] Sarah Octavianna Simbolon, Lubis, A. L., & Andri Wibowo. (2023). Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 8(2), 190–204. <https://doi.org/10.25078/pariwisata.v8i2.3067>
- [15] Siahaan, D. Z. R., Harahap, I., & Syahriza, R. (2021). ANALISIS KEBERADAAN WISATA KULINER DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI DESA BAGAN PERCUT KECAMATAN PERCUT SEI TUAN. *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 210. <https://doi.org/10.30821/se.v7i2.10605>
- [16] Zulkarnain, D. R., Munir, A., Studi, P., Pertanian, K., Pertanian, F., Hasanuddin, U., Perintis, J., 10, K. K., & Mahyuddin, K. M. (2023). ANALISIS IFAS DAN EFAS PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA KULINER DI SEKITAR PANTAI LOSARI. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 129–140.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN