

Strategi Wisata Edukasi Kampung Lele Dalam Persaingan Industri Wisata Halal Kediri (Tinjauan *Porter Five Force* dan Pondasi Rancang Bangun Ekonomi Islam)

Andriani

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Email: aniandriano113@gmail.com

Abstract: Competition in the halal tourism industry in Indonesia is currently busy. The needs of the Muslim community in the halal industry, recreational areas include aspects that must be considered. In addition to meeting the needs of the Muslim community, halal tourism also encourages economic growth. An effective competitive strategy will create the advantages of a tourist spot with its competitors. This study aims to examine the competitive strategies carried out by a tour in Kediri Regency which is developing quite well including during the pandemic. Tourism in Kediri has several strategies in competing with fellow tourism industries. So it is very relevant when reviewed in the Porter Five Force Approach which is a method of strength in competition among industries. In addition, as a form of competition in the halal industry, the basic values of Islamic economics become the foundation of Islamic economic design to become the basis for the economic and business activities of Muslim communities. The results of this study explain that the competitive strategy of Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri through the Porter Five Force approach has realized five aspects of strength which include strategies to face new competitors, strategies to face substitute products, bargaining power strategies for buyers, bargaining power strategies for suppliers, and facing similar industry competition. Based on the design foundation, the basic values of Islamic economics such as *tauhid, adl, nubunwab, khalifah, and ma'ad* have been well realized by Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri.

Keywords: Strategy, Halal Tourism, Porter Five Force, Islamic Economic Design

Abstrak: Persaingan industri wisata halal di Indonesia saat ini tengah ramai. Kebutuhan masyarakat muslim dalam industri halal, tempat rekreasi termasuk aspek yang harus diperhatikan. Selain pemenuhan kebutuhan masyarakat muslim, wisata halal juga mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Strategi bersaing yang efektif akan menciptakan keunggulan sebuah tempat wisata dengan kompetitor pesaingnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi bersaing yang dilakukan sebuah wisata di Kabupaten Kediri yang tengah berkembang cukup baik termasuk di masa pandemi. Wisata di Kediri ini memiliki beberapa strategi dalam persaingan sesama industri wisata. Sehingga sangat relevan bila ditinjau dalam Pendekatan *Porter Five Force* yang merupakan metode kekuatan dalam persaingan sesama industri. Selain itu sebagai bentuk persaingan industri halal, nilai dasar ekonomi Islam menjadi pondasi dari rancang bangun ekonomi Islam untuk menjadi dasar kegiatan ekonomi dan bisnis masyarakat muslim. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi bersaing Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri melalui pendekatan *Porter Five Force* telah mewujudkan lima aspek kekuatan yang meliputi strategi menghadapi pesaing baru, strategi menghadapi produk pengganti, strategi daya tawar menawar pembeli, strategi daya tawar menawar pemasok, dan menghadapi persaingan industri sejenis. Berdasarkan pondasi rancang bangun nilai-nilai dasar ekonomi Islam seperti *tauhid, adl, nubunwab, khalifah, dan ma'ad* telah direalisasikan dengan baik oleh Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri.

Kata kunci: Strategi, Wisata Halal, *Porter Five Force*, Rancang Bangun ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat modern saat ini sangat beragam, termasuk dalam berbagai bidang kehidupan. Kebutuhan terhadap kegiatan pariwisata kini tengah tumbuh dengan pesat, hal ini seiring dengan pertumbuhan hotel-hotel syariah dan berbagai macam makanan yang telah memasang logo halal.¹ Wisata syariah merupakan *trend* baru dalam masa modern saat ini, khususnya pada negara dengan penduduk muslim terbesar seperti Indonesia. Sehingga semakin tinggi minat masyarakat terhadap kebutuhan wisata halal sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan sesuai dengan syariat Islam.

Industri halal pada sektor pariwisata merupakan salah satu cara meningkatkan daya tarik turis domestik maupun mancanegara. Maka diharapkan di Indonesia, sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar dapat memenuhi kebutuhan akan pariwisata halal baik untuk masyarakat nya maupun turis asing. Sektor pariwisata tidak hanya meliputi sumber daya alam yang dikelola, namun juga termasuk industri kuliner yang tergabung didalamnya. Perkembangan sektor makanan dan minuman halal di Indonesia juga terbukti baik hingga pada tahun berikutnya di masa pandemi, yaitu tahun 2021 dengan posisi perekonomian Indonesia pada ekonomi syariah global berikut ini.²

Tabel 1.

Ranking Global Industri Halal Indonesia Tahun 2021

Sektor Industri	Ranking Global
<i>Halal Food</i>	2
<i>Modest Fashion</i>	3
<i>Islamic Finance</i>	6
<i>Pharma and Cosmetics</i>	9

Sehingga sektor didalam pariwisata halal juga menyangkut berbagai bisnis usaha halal food sebagai penunjang daya tarik sebuah tempat wisata. Secara umum terdapat beberapa jenis pariwisata, antara lain wisata budaya, wisata bahari, wisata wisata cagar alam, wisata konvensi, wisata pertanian, dan wisata buru.³ Indonesia

¹ Elpa Hermawan, "Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal", *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 7, No.2 (2019), h. 87–95.

² OJK, "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia", 2021

³ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 74.

sebagai negara dengan kekayaan alam yang begitu indah, dan telah tersohor hingga mancanegara. Wujud wisata dalam bentuk wisata alam seperti cagar budaya, hutan, gunung, air terjun, *landscape*, goa, sumber mata air, dan wisata buatan.

Salah satu jenis wisata yang turut membantu pengembangan potensi kekayaan lokal seperti wisata buatan. Secara umum wisata buatan adalah jenis wisata yang sengaja dibuat oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap sarana rekreasi.⁴ Wisata buatan menjadi salah satu pendukung industri pariwisata Indonesia, disamping mengoptimalkan kekayaan alam yang dimiliki. Pembuatan wisata buatan tentu dapat membantu peningkatan potensi lokal dan pengembangan masyarakat sekitar.⁵

Kediri merupakan salah satu wilayah kecil di Jawa Timur dengan berbagai sumber daya alam yang cukup melimpah. Sektor pariwisata juga menjadi andalan bagi Pemerintah Kabupaten Kediri untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Salah satu program unggulan Kabupaten Kediri dalam sektor pariwisata antara lain, optimalisasi kepariwisataan berbasis kearifan lokal. Pengembangan wisata buatan di wilayah Kediri cukup baik dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, sesuai data pada berikut ini.⁶

Tabel 2.

Jumlah Wisata Buatan di Kabupaten Kediri

No.	Tahun	Jumlah Wisata Buatan
1.	2019	28
2.	2020	39
3.	2021	44

Pertumbuhan wisata buatan dalam kurun waktu tahun 2019-2021 dapat menciptakan peluang pengembangan perekonomian masyarakat berbasis kearifan lokal. Sesuai dengan penelitian yang menyebutkan bahwa pengembangan desa wisata berdampak positif pada masyarakat, seperti meningkatkan pendapatan dan lapangan kerja.⁷ Kemudian penelitian lain yang menyebutkan bahwa desa wisata

⁴ Popon Srisusilawati, dkk, *Manajemen Pariwisata*, (Bandung: Widina, 2022), h. 112.

⁵ Suliyanto, "Analisis Orientasi Berwisata Dan Kepuasan Wisatawan Pada Obyek Wisata Alam Dan Obyek Wisata Buatan", *Prosiding*, Vol. 5 (2020), h. 78–85.

⁶ BPS Kabupaten Kediri, "Jumlah Objek Wisata Di Kabupaten Kediri Menurut Jenisnya Dan Kecamatan 2019-2021", 2021

⁷ Hary Hermawan, "Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal", *Jurnal Pariwisata*, Vol. 3, No. 2 (2016), h. 108.

berkontribusi dalam mendukung kegiatan industri kreatif yang sudah ada, terutama industri makanan ringan. Sehingga desa wisata ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.⁸

Wisata Edukasi Kampung Lele merupakan salah satu wisata buatan di wilayah Ngadiluwih Kediri, yang memiliki perkembangan baik. Terutama di masa pandemi, memiliki jumlah pendapatan cukup baik pada setiap tahunnya. Sesuai data yang diperoleh dari staff manajemen Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri berikut ini.

Tabel 3.

Pertumbuhan Pendapatan Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri

No.	Tahun	Jumlah Pendapatan (juta)
1.	2019	828,9
2.	2020	563,2
3.	2021	714,5

Selain kondisi pendapatan, jumlah konsumsen yang berkunjung merupakan salah satu faktor penting bagi sebuah pariwisata sebagai sarana pemasaran secara tidak langsung pada masyarakat lain. Menurut sebuah penelitian bahwa pemasaran dari mulut ke mulut sebagai bentuk kegiatan penyaluran informasi produk kepada masyarakat lain, sehingga dapat menciptakan peluang peningkatan konsumen dengan syarat kepuasan pada konsumen sebelumnya.⁹ Berikut ini data jumlah pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri.

Tabel 4.

Pertumbuhan Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2019	16.578
2.	2020	11.265
3.	2021	14.311

Peningkatan pendapatan dan jumlah pengunjung pada tahun 2021, menunjukkan bahwa Wisata Edukasi Kampung Lele mampu bangkit pada masa pandemi di tahun 2020. Keberhasilan di tahun 2021 tentu tidak boleh membuat lengah, terutama ditengah persaingan antar industri pariwisata lokal di Kediri.

⁸ Dino Leonandri, Maskarto Lucky dan Nara Rismadi, "Sinergitas Desa Wisata Dan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat", *Ikhraith Ekonomika*, Vol. 1, No. 2 (2018), h. 15.

⁹ Luh Komang Candra Dewi dan I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*, (Yogyakarta: Deepublish, 2022), h. 27.

Terlebih dengan maraknya wisata halal, maka harus menjadi perhatian bagi pengelola Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri. Strategi bersaing merupakan proses pencarian posisi sebuah perusahaan atau bisnis yang menjadikan dirinya lebih unggul dibanding industri lain.¹⁰

Salah satu metode dalam merumuskan strategi bersaing dalam sebuah satu level industri antara lain pendekatan *Porter Five Force* atau lima keunggulan bersaing Porter. Pendekatan *Porter Five Force* merupakan sebuah metode yang dikemukakan oleh Michael Porter dalam hal menilai kekuatan industri melalui beberapa faktor eksternal perusahaan.¹¹ Metode ini terdiri atas lima unsur yaitu persaingan bisnis, tantangan dari pendatang baru, tantangan produk pengganti, daya tawar pembeli, dan daya tawar pemasok.

Melalui lima indikator pada strategi Porter ini, diharapkan dapat mengoptimalkan strategi bersaing Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri ditengah persaingan terutama dalam industri wisata halal Kediri. Namun disamping memperhatikan beberapa tangan eksternal perusahaan sebagai strategi bersaing. Sebagai industri pariwisata yang berusaha mewujudkan wisata halal bagi kebutuhan rekreasi masyarakat muslim, maka perlu juga memperhatikan nilai-nilai syariah dalam pengelolaannya. Pada kegiatan ekonomi umat muslim, Islam telah menyinggung beberapa nilai dasar ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar ekonomi Islam ini harusnya dipegang teguh oleh pelaku kegiatan ekonomi, termasuk pada industri pariwisata.

Adiwarman Karim salah satu tokoh yang telah menyinggung nilai-nilai dasar ekonomi Islam untuk kegiatan perekonomian Umat. Beliau mengemukakan sebuah rancang bangun ekonomi Islam yang terdiri pondasi dasar berupa teori ekonomi Islam, tiang penyangga yang berupa prinsip ekonomi Islam, dan atap yang digambarkan sebagai sebuah akhlak yang menggambarkan harapan perilaku masyarakat muslim dalam kegiatan ekonomi dan bisnis.¹²

Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri merupakan sebuah bisnis dalam bidang pariwisata, tentu dalam pengelolaannya harus memperhatikan aspek prinsip syariah

¹⁰ Aprizal, *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing*, (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018), h. 43.

¹¹ La Ode Marihi Yendra dan Saling, *Manajemen Strategis: Keunggulan Bersaing Dalam Organisasi*, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2022), h. 125.

¹² Eko Sudarmanto, dkk, *Ekonomi Pembangunan Islam*, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 76.

dalam mewujudkan wisata halal bagi masyarakat muslim. Atas hal tersebut maka penting untuk membuat menganalisis pondasi dari rancang bangun ekonomi Islam sebagai bagian strategi bersaing industri pariwisata.

Berdasarkan paparan data diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji strategi Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri dalam menghadapi persaingan industri wisata halal dalam tinjaua strategi bersaing Porter dan pondasi dari rancang bangun ekonomi Islam dari Adiwarman Karim.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Bersaing

Strategi merupakan sebuah proses yang biasanya dilakukan oleh atasan atau pihak yang berwenang mengelola tahap perencanaan dalam kebijakan jangka panjang dan mencapai tujuan perusahaan.¹³ Sedang bersaing berarti sebuah usaha untuk menunjukkan keunggulan, dan berlomba-lomba menjadi yang terbaik dari kompetitor. Sehingga strategi bersaing dapat dipahami sebagai sebuah proses dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kekuatan daya saing sehingga dapat menciptakan keunggulan dibanding kompetitor.¹⁴

Sebuah strategi yang tercipta harus menimbulkan atmosfer persaingan yang sehat. Sehingga akan timbul suasana kompetisi antar usaha yang baik dan damai. Secara umum dalam sebuah strategi terdapat tiga tingkatan level, antara lain:

1. Strategi Korporasi

Sebagai strategi umum yang mengarahkan perusahaan untuk menuju pertumbuhan dan proses manajerial dari produk atau jasa.

2. Strategi Unit Usaha

Strategi ini lebih fokus dalam upaya meningkatkan laba, sehingga akan mengutamakan perbaikan produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan.

3. Strategi Fungsional

Strategi ini berkaitan dengan upaya memaksimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Adapun beberapa sumber daya milik perusahaan seperti SDM, proses produksi, kondisi keuangan, dan lain sebagainya.¹⁵

¹³ Juliansyah Noor, *Manajemen Strategi: Konsep Dan Model Bisnis*, (Banten: La Tanza Mashiro Publisher, 2020), h. 19.

¹⁴ Jim Hoy Yam, *Manajemen Strategi: Konsep Dan Implementasi*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020), h. 27.

¹⁵ Ibnu Hajar, *Manajemen Strategik: Konsep Keunggulan Bersaing*, (Yogyakarta: Andi, 2019), h.

Wisata Halal

Secara bahasa wisata merupakan sebuah bentuk kegiatan sukarela yang dilakukan seseorang dalam hal menikmati objek wisata yang dituju.¹⁶ Sedangkan pariwisata sebagai bagian dari bisnis yang mengelola tempat wisata.¹⁷ Sehingga bila dikaitkan dengan wisata halal, maka merupakan jenis wisata yang telah dikelola sesuai dengan prinsip syariah. Biasanya perlu mendapatkan sebuah sertifikasi halal dari pemerintah yang menandakan bahwa wisata yang bersangkutan sudah sah dalam kategori halal. Salah satu ayat dalam Al-Quran yaitu Surat Al-'Ankabut Ayat 20, membahas terkait wisata halal ini antara lain pada ayat berikut.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Artinya: Katakanlah, "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.

Istilah wisata syariah merupakan bagian dari jenis pariwisata yang lebih luas daripada sebuah wisata religi. Seperti yang telah dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO), konsumen dari sektor wisata syariah tidak hanya masyarakat muslim melainkan juga masyarakat non-muslim yang mempunyai keinginan untuk menikmati kearifan lokal. Wisata syariah ini termasuk jenis pariwisata yang mengandung basis budaya dengan adanya nilai-nilai dan syariat ajaran agama sebagai landasan dalam pengelolaannya.¹⁸

Pendekatan Porter Five Force

Michael Porter mengemukakan sebuah strategi bersaing dalam sebuah industri sejenis yang terdiri atas lima kekuatan. Adapun beberapa unsur kekuatan dalam strategi bersaing Porter antara lain sebagai berikut.

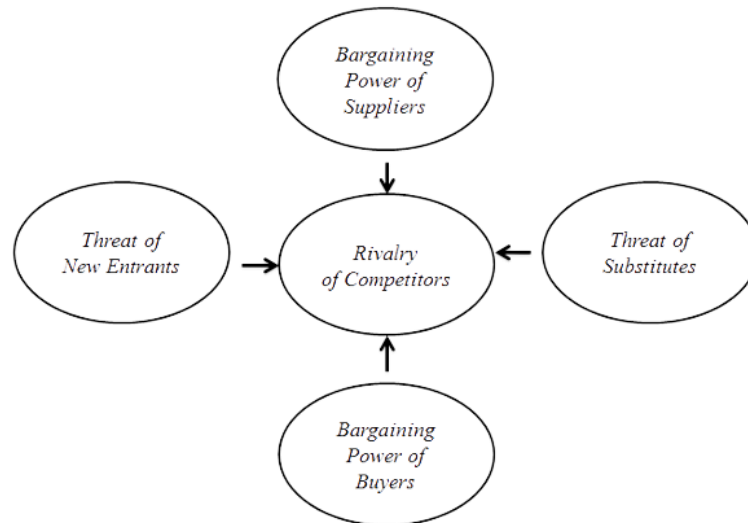
Gambar 1. Lima Kekuatan Strategi Bersaing Porter

33.

¹⁶ Bachruddin Saleh Luturiean, dkk, *Strategi Bisnis Pariwisata*, (Jakarta: Humaniora, 2019), h. 168.

¹⁷ Elida Mahriani, *Manajemen Pariwisata*, (Bandung: Grasindo, 2016), h. 82.

¹⁸ Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika dan Ana Kadarningsih, "Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia", *Jurnal Human Falah*, Vol. 5, No. 1 (2018), h. 29.



Adapun beberapa indikator yang dimaksud dalam strategi bersaing porter antara lain sebagai berikut.¹⁹

1. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*)

Ancaman pesaing tidak hanya datang dari para kompetitor lama. Seiring dengan berkembangnya usaha, munculah kompetitor baru. Masuknya pemain baru dalam industri akan membuat persaingan menjadi ketat yang pada akhirnya dapat menyebabkan turunnya laba. Hal ini berkaitan dengan seberapa mudah pendatang baru untuk ikut berkompetisi dalam persaingan usaha sejenis.

2. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Merupakan barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Adanya produk atau jasa pengganti akan membatasi jumlah laba potensial yang didapat dari suatu industri. Makin menarik alternatif harga yang ditawarkan oleh produk pengganti, makin ketat pembatasan laba dari suatu industri. Sehingga dengan semakin banyak ragam barang dan jasa, terciptanya produk pengganti juga mempengaruhi pendapatan bagi perusahaan. Hal ini berkaitan dengan apakah konsumen memiliki pilihan lain terhadap produk yang ada.

3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

¹⁹ Oktavianus Oki dan Bagus Krisnawan, "Analisis Strategi Pusat Investasi Pemerintah Dalam Menghadapi Holding Ultra Mikro Dengan Pendekatan Porter's Five Forces" *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, Vol. 7, No. 1 (2022), h. 24.

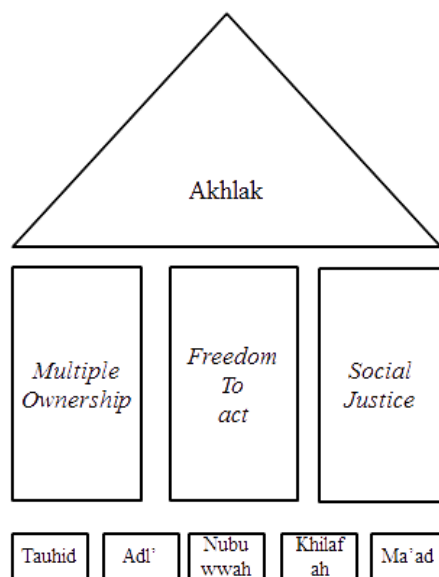
Daya tawar pembeli pada industri berperan dalam menekan harga untuk turun, serta memberikan penawaran dalam hal peningkatan kualitas ataupun layanan lebih, dan membuat kompetitor saling bersaing satu sama lain. Hal ini berkaitan dengan kemampuan konsumen untuk dapat mempengaruhi harga jual barang sehingga menjadi lebih rendah.

4. **Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)**
Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap pembeli dalam industri dengan cara menaikkan harga atau menurunkan kualitas produk atau jasa yang dibeli. Perusahaan berusaha mendapatkan harga semurah mungkin dengan kualitas yang tinggi. Jika perusahaan memperoleh pemasok yang demikian, maka perusahaan tersebut akan memperoleh kompetisi yang baik di bandingkan dengan pesaing.
5. **Persaingan dalam Industri Sejenis (*Rivalry of Competitors*)**
Persaingan antar pesaing dalam industri yang sama ini menjadi pusat kekuatan persaingan. Kompetitor dalam hal ini adalah industri yang menghasilkan serta menjual produk sejenis, yang bersaing memperebutkan pasar yang sama. Kompetisi yang terjadi dalam industry sejenis biasanya terjadi dari segi harga, kualitas produk, pelayanan purna jual, yang semua hal tersebut membentuk nilai tersendiri di benak konsumen. Semakin banyak kompetitor, perusahaan akan semakin bekerja keras memenangkan persaingan.

Rancang Bangun Ekonomi Islam

Pemikiran terkait rancang bangun ekonomi Islam oleh Adiwarman Karim merupakan pemikiran terkait model pencapaian tujuan dari kegiatan ekonomi masyarakat muslim. Sehingga model pemikiran ini terdiri atas sebuah pondasi, tiang penyangga, dan atap. Berikut gambaran rancang bangun ekonomi Islam yang dimaksud.

Gambar 1. Rancang Bangun Ekonomi Islam A. Karim



Berdasarkan susunan gambar dari rancang bangun ekonomi Islam dapat terlihat tiga buah struktur antara lain sebagai berikut.²⁰

1. Pondasi

Sebagai dasar dari bangunan maka pondasi menempati peranan yang penting. Pada kegiatan ekonomi Islam, maka nilai-nilai dasar menjadi patokan dalam melakukan setiap aktivitasnya. Adapun nilai-nilai dasar yang dimaksud antara lain:

a. *Tauhid* (Keimanan)

Kata ini menunjukkan bahwa manusia bersaksi tiada satu pun yang layak untuk disembah selain Allah.

b. *Adl'* (Adil)

Allah menciptakan alam semesta dan isinya ini memperlakukan dengan perlakuan yang sama.

c. *Nubuwwah* (Kenabian)

Dimensi ini memberikan contoh perilaku manusia yang ideal yaitu layaknya Nabi Muhammad dengan berbagai sifat baik yang harus diteladani umat muslim.

d. *Khilafah* (Pemerintah)

²⁰ Yoiz Shofwa Shafrani, "Rancangan Bangun Ekonomi Islam: Suatu Pengantar", *El- Jizya*, Vol. 8, No. 2 (2020), h. 231.

Peran pemerintah dalam sistem ekonomi Islam adalah untuk menjamin bahwa tatanan perekonomian sebuah pemerintahan dalam berjalan sesuai dengan syariah.

e. *Ma'ad* (Hasil)

Merupakan wujud kebangkitan, namun diartikan sebagai kembali. Sehingga Islam menjelaskan bahwa penting memperhatikan kebutuhan dunia dan akhirat.

2. Tiang Penyangga

Sebagai tiang penyangga dalam mewujudkan tujuan utama kegiatan ekonomi umat muslim, maka perlu unsur penguat. Maksud dalam tiang penyangga ekonomi Islam ini adalah prinsip dari ekonomi Islam itu sendiri yang terdiri atas tiga hal sebagai berikut.

a. *Multiple Ownership* (Kepemilikan Bersama)

Kepemilikan mutlak seluruh alam semesta adalah Allah, sedang manusia hanya bertugas untuk mengelola.

b. *Freedom to Act* (Kebebasan Berkehendak)

Prinsip ini sebagai bentuk perwujudan sifat teladan Nabi Muhammad. Melalui peneladanan sifat Nabi tersebut akan menghindari adanya distorsi atau kedzaliman.

c. *Social Justice* (Keadilan Sosial)

Semua sistem ekonomi memiliki tujuan yang sama yaitu keadilan perekonomian. Kegiatan ekonomi harus dilandaskan pada sifat kerelaan antar pihak.

3. Atap

Sebagai unsur yang menempati posisi puncak dalam susunan rancang bangun ekonomi Islam. Posisi atap ini ditempati oleh akhlak, karena tujuan Islam adalah menyempurnakan akhlak umat melalui Nabi Muhammad SAW.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis ini digunakan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari

kelompok subjek tertentu. Data yang diambil adalah data sekunder, yakni data-data yang telah ada. Penelitian ini menggunakan studi literatur, yang memperoleh data dari berbagai sumber seperti, buku, artikel ilmiah, website resmi, dan laporan data objek yang diteliti.²¹ Data yang diperoleh akan dicatat, dibaca, dan diolah untuk membantu menjawab permasalahan dalam penelitian. Melalui data yang diperoleh, akan dianalisis dengan berpedoman pada literatur yang ada pada buku atau artikel ilmiah yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan *Porter Five Force* Sebagai Strategi Bersaing Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri

Melalui penerapan lima kekuatan sebuah perusahaan bisnis dalam menghadapi persaingan dengan industri yang sama, akan mengoptimalkan strategi yang dimiliki. Selain itu akan menunjukkan arah bagi sebuah perusahaan dalam merumuskan strategi di masa depan. Maka Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri perlu memperhatikan lima kekuatan Porter ini sebagai bentuk pengelolaan strategi dalam persaingan antar industri UMKM dalam wujud wisata buatan. Adapun beberapa strategi yang dilakukan pengelola Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri dalam menghadapi persaingan antar industri UMKM Pariwisata antara lain sebagai berikut:

1. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*)

Menghadapi adanya pendatang baru dalam hal ini sesama industri wisata, tentu membuat pengelola Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri harus berfikir ekstra menemukan solusi terbaik. Saat ini kondisi persaingan disekitar wilayah Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri yakni wilayah Kecamatan Ngadiluwih, berdasarkan data dari BPS Kabupaten Kediri pada tahun 2021 hanya terdapat 1 buah wisata cagar budaya, 2 buah wisata sumber mata air, dan 1 buah wisata buatan.

Sebenarnya persaingan antara sesama industri wisata di Kecamatan Ngadiluwih tidak terlalu ketat bila mengingat jumlah wisata berdasarkan data BPS tersebut. Namun perlu diketahui bahwa trend akan selalu berkembang, sehingga dapat memunculkan kreativitas baru pada industri wisata. Beberapa

²¹ Ajat Rukayat, Pendekatan penelitian kualitatif (*Qualitative research approach*), (Deepublish: 2018), h. 19

langkah yang dilakukan Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri dalam mempersiapkan diri atas adanya kemungkinan pesaing baru antara lain:

- a. Memberikan citra yang baik pada setiap layanan yang diberikan dengan memenuhi kepuasan konsumen dan menerima setiap keluhan dan masukan pengunjung. Menurut sebuah penelitian menyebutkan bahwa kualitas produk yang baik akan menyebabkan kepuasan konsumen yang tinggi.²² Kemudian penelitian lain menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif pada kepuasan konsumen.²³
- b. Melakukan inovasi produk untuk meningkatkan minat pengunjung. Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri tidak hanya menawarkan wisata edukasi ikan lele bagi kalangan pelajar, namun juga menyediakan produk makanan yang berbahan dasar lele. Saat ini sudah ada beberapa jenis olahan makanan yang ditawarkan seperti sate lele, bakso lele, sempol lele, nugget lele, tahu bakso lele, rambak lele, sosis solo lele, otak otak lele, rolade lele, martabak lele, samosa lele, risoles lele, dan abon lele. Kini pengelola terus berupaya menciptakan produk baru dalam meningkatkan minat masyarakat. Menurut sebuah penelitian menyebutkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap minat konsumen.²⁴ Sedangkan harga justru tidak berpengaruh pada minat konsumen. Kemudian penelitian menyebutkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen.²⁵

2. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri telah berkomitmen untuk selalu melakukan inovasi produk demi mempertahankan loyalitas pelanggan. Sehingga pengunjung yang datang memiliki lebih banyak alternatif pilihan menu. Namun

²² Ana Fitriyatul Bilgies, "Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo" *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol. 1, No. 1 (2017), h. 79.

²³ Sanny Lonardi, dkk, "Peranan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Commerce Shopee Di Politeknik Cendana", *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol. 2, No. 3 (2021), h. 82.

²⁴ Sanny Lonardi, dkk, "Peranan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Commerce Shopee Di Politeknik Cendana", *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol. 2, No. 3 (2021), h. 82.

²⁵ Panca Putra dan Ni Made Wulandari Kusumadewi, "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen", *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 8, No. 8 (2019), h. 49.

secara umum adanya produk baru dapat menyebabkan persaingan antar produk itu sendiri. Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri memiliki belasan produk olahan makanan berbahan dasar ikan lele. Produk unggulan mereka dan paling banyak diminati pengunjung yakni nasi lele terbang, mangut lele, bakso lele, sempol lele, dan nugget lele. Maka produk olahan lain tentu akan kalah saing, sehingga perlu strategi khusus dalam menyeimbangkan persaingan antar produk. Kemudian berdasar namanya sebagai wisata edukasi, maka pengelola juga memberikan beberapa diskon atau potongan harga dalam layanan edukasi ikan lele bagi siswa sekolah. Harapan strategi potongan harga tersebut dapat meningkatkan minat pengunjung, dan meningkatkan persaingan dengan produk olahan makanan yang ada. Menurut sebuah penelitian menyebutkan bahwa potongan harga bersama Kualitas produk dan daya tarik iklan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen.²⁶ Kemudian menurut penelitian lain bahwa potongan harga berpengaruh positif dan pembelian impulsif juga berpengaruh positif.²⁷ Kemudian berdasarkan hasil analisis verifikatif penelitian ditemukan pengaruh langsung yang menunjukkan bahwa potongan harga akan mendorong mahasiswa Program Studi Manajemen 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang dalam pembelian tidak terencana.

3. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

Aspek ini menunjukkan kekuatan konsumen dalam mempengaruhi harga beli sebuah produk. Pada masa pandemi, Wisata Edukasi Kampung Lele menerapkan perubahan harga pada beberapa produk untuk menyesuaikan dengan kondisi perekonomian masyarakat yang menurun. Adapun beberapa contoh penurunan harga pada produk olahan makanan antara lain Lele bakar yang semula Rp. 16.000, kemudian pada masa pandemi menjadi Rp. 8.000. Kemudian lele terbang yang semula Rp. 13.000 menjadi Rp. 8.000 pada masa pandemi. Keputusan penurunan harga pada beberapa produk tersebut karena sebagai olahan makanan dengan paket lengkap dengan nasi yang dapat

²⁶ Marchelyno Sundalangi, "Kualitas Produk, Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado" *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 1 (2014), h. 315.

²⁷ Abidzar Achmadtyar Fazrul Haq dan Danang Fahmi Ilyan Sandrian Kusnanto, "Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Grab (Grabfood)" *Jurnal Manajemen*, Vol. 12, No. 1 (2020), h. 4.

membantu masyarakat memenuhi kebutuhan dalam hal pangan. Menurut ²⁸ bahwa untuk bertahan di masa pandemi Pelaku UMKM memiliki strategi sebagai berikut yaitu, menggunakan pemasaran melalui media sosial berupa instragram, facebook, whatsapp, bekerjasama dengan pihak penyedia jasa transportasi online seperti gofood dan grabfood, melakukan inovasi pada produk kuliner yang dibutuhkan masyarakat saat masa pandemi, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Pada aspek tawar menawar pemasok ini, perusahaan akan berusaha memperoleh harga yang rendah dengan kualitas terbaik. Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri justru menjadi salah satu pemasok ikan lele untuk beberapa pasar tradisional di sekitar wilayah Ngadiluwih Kediri. Tujuan dari kegiatan pemasokan ikan lele pada beberapa penjual ikan di pasar tradisional selain untuk meningkatkan pendapatan, juga sebagai sarana branding. Melalui para pedagang di pasar tradisional, maka Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri akan diketahui banyak orang. Strategi tersebut biasa disebut dengan mulut ke mulut. Menurut sebuah penelitian menyebutkan bahwa secara parsial strategi mulut ke mulut dapat mempengaruhi keputusan pembelian Tea Break di Kota Manado.²⁹ Kemudian menurut penelitian lain bahwa strategi dari mulut ke mulut dan persepsi risiko mempengaruhi kepercayaan konsumen.³⁰ Melalui citra yang baik dari Wisata Edukasi Kampung Lele menjadi sebuah strategi bersaing dalam persaingan antar industri wisata di Kediri.

5. Persaingan dalam Industri Sejenis (*Rivalry of Competitors*)

Aspek ini merupakan strategi bersaing dalam persaingan antar industri sejenis. Sehingga persaingan yang dimaksudkan adalah industri yang menghasilkan atau memberikan tawaran produk yang sama. Tentu akan menjadi

²⁸ Januar Eko Aryansyah, Dwi Mirani dan Martina, "Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19" *Semnas AVOER XII 2020 Palembang*, (2020), h. 325.

²⁹ Sonia Beatrix Noya, Lisbeth Mananeke dan Michael Raintung, "Pengaruh Komunikasi Mulut Ke Mulut, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baru Minuman Tea Break Manado", *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 8, No. 2 (2020), h. 109.

³⁰ Maya Rizky Ramadhani, Pengaruh Persepsi Resiko Dan Komunikasi Mulut Ke Mulut Pada Media Elektronik Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion Di E-Commerce" *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol. 9, No. 3 (2021), h. 618.

persaingan yang sengit, terlebih bila beberapa industri itu terletak saling berdekatan. Namun berdasarkan data dari BPS Kabupaten Kediri, pada tahun 2021 hanya ada 4 wisata yang masih aktif beroperasi di wilayah Ngadiluwih. Sehingga antar persaingan industri wisata, tidak terlalu berat. Kemudian wisata buatan yang masih berdiri di wilayah Ngadiluwih hanya Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri. Sebenarnya berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa persaingan dengan industri sejenis, dalam hal ini sesama wisata buatan tidak ada. Namun tidak menutup kemungkinan akan ada pesaing baru. Maka sesuai yang telah dijelaskan sebelumnya, pengelola Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri telah memikirkan strategi dalam menghadapi pesaing baru.

Menurut penelitian menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif yang dihasilkan oleh perusahaan dapat ditingkatkan melalui keunggulan produk, harga, personel, citra, kualitas layanan, dan saluran distribusi.³¹ Sedangkan menurut penelitian lain bahwa keunggulan bersaing mempengaruhi secara langsung dalam variabel orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.³² Sektor bisnis perlu memperhatikan keunggulan bersaing untuk mendapatkan citra yang baik terhadap kinerja ditengah persaingan sesama industri.

Pondasi Rancang Bangun Ekonomi Islam Sebagai Strategi Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri Dalam Persaingan Industri Wisata Halal

Melalui pendekatan deskonstruksi ini, penulis ingin menata ulang model rancang bangun ekonomi Islam dari Adiwarmanto Karim sebagai salah satu strategi bersaing industri wisata halal. Melalui objek Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri, penulis berharap dapat menjadi salah satu contoh permodelan dari strategi bersaing secara syariah. Secara umum wisata Edukasi Kampung Lele Kediri menawarkan layanan edukasi lele bagi kalangan pelajar, baik pembibitan, hingga panen ikan lele. Selain itu Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri juga menyediakan berbagai olahan produk makanan yang berbahan dasar ikan lele. Kemudian terdapat beberapa

³¹ Linda Maryani dan Harmon Chaniago, "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri Fashion", *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, Vol. 5, No. 1 (2019), h. 48.

³² Nungky Viana Feranita dan Hendra Aris Setiawan, "Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM", *Biomass Chem Eng*, Vol. 18, No. 1 (2018), h. 56.

fasilitas lain untuk menunjang kebutuhan pengunjung dalam sarana rekreasi seperti kolam renang, wahana bermain anak, fasilitas karaoke, dan penyediaan tempat ibadah. Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri mengandalkan produk utama yaitu ikan lele yang notabene bahwa ikan jenis ini bukan termasuk hewan yang dilarang di konsumsi. Berdasarkan ayat berikut telah jelaskan, beberapa hewan yang dilarang untuk dikonsumsi antara lain.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالِدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ
وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ

Artinya: Diharamkan bagi kalian (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kalian menyembelihnya, dan (diharamkan bagi kalian) yang disembelih untuk berhala.

Strategi bersaing pada industri wisata halal yang utama adalah penerapan prinsip syariah dalam pengelolaannya. Sesuai dengan definisi wisata halal yaitu salah satu kegiatan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Maka penerapan rancang bangun ekonomi Islam menjadi hal yang harus diperhatikan, karena pada model rancang bangun tersebut terdapat pondasi dasar dalam kegiatan ekonomi dan bisnis masyarakat Islam. Sehingga penulis merumuskan pondasi dasar rancangan bangun ekonomi Islam sebagai landasan kegiatan operasional Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri. Adapun penerapan nilai dasar ekonomi yang telah terpenuhi oleh Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri antara lain:

1. *Tauhid*

Pada aspek nilai dasar ini menjadi pondasi dasar segala kegiatan umat muslim, sesuai sesuai dengan yang tertuang dalam ayat berikut.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ

Artinya: Wahai seluruh manusia, beirbadahlah kepada (Tuhanmu) yang memelihara kamu dan menciptakan kamu dan orang-orang sebelum kamu

Sebagai wujud kegiatan perekonomian yang semata-mata sekaligus jalan beribadah kepada Allah, Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri telah rutin memberikan zakat penghasilan, kemudian menyediakan kotak infak untuk sebuah

yayasan, dan beberapa kegiatan amal pada acara rutin setiap tahun. Kemudian Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri juga menyediakan fasilitas mushola, sebagai bentuk perhatian pada kegiatan beribadah pengunjung. Bahkan pada masa pandemi, menambah satu buah mushola, sebagai wujud patuh pada protokol kesehatan sehingga pengunjung tidak perlu antri begitu panjang untuk melaksanakan ibadah shalat. Menurut sebuah penelitian bahwa fasilitas tempat ibadah menjadi penting bagi sebuah industri pariwisata.³³ Hal tersebut agar pengunjung tetap dapat dengan mudah menjalankan kewajibannya. Kegiatan yang dilakukan manusia, tentu tidak boleh melupakan kewajiban utama dalam hal beribadah.

2. *Adl'*

Nilai dasar keadilan menjadi salah satu titik berat kegiatan perekonomian umat Islam. Diharapkan bahwa setiap kegiatan ekonomi masyarakat dapat memberikan kemanfaatan bagi khalayak umum. Selain itu kegiatan ekonomi juga tidak boleh adanya tindakan kesewenangan dari penguasa. Perintah berlaku adil terdapat pada Al-Quran, salah satunya ayat berikut ini.

اِنَّ اللّٰهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْاِحْسَانِ وَاِتْيَآئِ ذِي الْقُرْبٰى وَيَنْهٰى عَنِ الْفَحْشَآءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepada kalian agar kalian dapat mengambil pelajaran.

Nilai keadilan harus terpenuhi dalam setiap kegiatan ekonomi dan bisnis masyarakat muslim. Keadilan merupakan nilai universal, sehingga dapat bermakna pada segala hal dengan konteks adil atau pemerataan. Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri telah berupaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekitar dengan memperkerjakan beberapa orang pekerja. Berdasarkan data yang didapat saat observasi pada objek, terdapat total kurang lebih 26 pekerja, yang menempati

³³ Made Kresna Negara, Rifky Lana Rahardian dan I Gusti Ngurah Dwiky Widiastara, "Sistem Informasi Geografis Pemetaan Tempat Ibadah Pada Pulau Bali Berbasis Mobile", *Journal of Innovation Information Technology and Application (JINITA)*, Vol. 2, No. 1 (2020), h. 57.

berbagai posisi seperti sekretaris, manajer, keuangan, budidaya, kebersihan, bahan baku, pengolahan, keamanan, dan karyawan mingguan. Keadilan yang telah diwujudkan Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri merupakan adil dalam hal pemerataan ekonomi untuk memberikan kemanfaatan bagi masyarakat lain. Selain itu hubungan antar pegawai terjalin dengan baik layaknya keluarga. Masing-masing pekerja punya tugas masing-masing, dan mereka mau saling membantu satu sama lain. Sesuai dengan penelitian yang menyebutkan bahwa ekonomi rakyat yang berkeadilan memiliki karakteristik dan ideologi kekeluargaan dan gotong royong yang sangat relevan akan menjamin keadilan ekonomi karena ekonomi rakyat merupakan bangun perusahaan yg sesuai dengan amanat dan cita-cita konstitusi.³⁴

3. *Nubuwwah*

Aspek nilai *Nubuwwah* atau kenabian berarti bahwa setiap kegiatan ekonomi harus dilandaskan pada sifat berdagang yang telah dicontohkan Rasulullah. Nabi Muhammad terkenal sebagai Nabi dengan perangai yang jujur, dapat dipercaya, adil, bijaksana, sehingga segala sifat baik tercermin pada tingkah laku beliau. Bahkan sejatinya Hadist yang menjadi sumber hukum utama selain Al-Quran juga berisikan berbagai kegiatan dan perintah Nabi atas petunjuk Allah. Perintah untuk berbuat baik juga telah tertuang pada berbagai ayat dalam Al-Quran, salah satunya pada ayat berikut.

ان احسنتم احسنتم لانفسكم وان اساتم فلها

Artinya: Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri.

Pada penerapan nilai kenabian untuk pengelolaan Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri, pengelola berupaya memberikan pelayanan yang baik dan santun kepada pengunjung. Pengelola juga memberikan arahan kepada para pekerja untuk selalu berperilaku baik dan bermoral kepada pengunjung yang datang. Etika atau moral merupakan bagian yang tidak boleh dilupakan pada penyelenggara layanan. Melalui etika yang baik, akan menimbulkan citra positif dari konsumen pada perusahaan.³⁵

³⁴ Ketut Rendi Astuti, "Strategi Pemerataan Ekonomi Rakyat Yang Berkeadilan", *Forum Manajemen*, Vol. 16, No. 1 (2019), h. 107.

³⁵ Hamdan Syakir, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), h. 88.

4. *Khilafah*

Nilai dasar *khilafah* atau pemerintahan erat kaitannya dengan penyelenggaraan negara yang mengedepankan aspek kesejahteraan umum. Allah menjadikan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi untuk mengelola segala sumber daya yang ada. Sehingga penting bagi umat muslim memanfaatkan apa yang tersaji di bumi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Pengelolaan sumber daya juga harus memperhatikan aspek keseimbangan lingkungan, serta peduli dengan hak orang lain. Penciptaan manusia sebagai *khalifah* di bumi juga telah banyak tercantum pada berbagai ayat dalam Al-Quran, salah satunya ayat berikut.

Artinya: Atau siapakah yang memperkenankan (doa) orang yang dalam kesulitan apabila ia berdoa kepada-Nya, dan yang menghilangkan kesusahan dan yang menjadikan kamu (manusia) sebagai khalifah di bumi? Apakah di samping Allah ada tuhan (yang lain)? Amat sedikitlah kamu mengingatnya.

Pengelola Wisata Edukasi Kampung Lele sebagai pihak yang mengatur dan mengarahkan jalannya bisnis telah berusaha sebaik mungkin mewujudkan proses kegiatan ekonomi yang mengedepankan nilai nilai kemanusiaan. Seperti membuka kesempatan bekerja bagi beberapa masyarakat sekitar, pada berbagai posisi. Kemudian memberikan izin melakukan prakrin atau praktik kerja lapangan bagi siswa ataupun mahasiswa. Pengelola juga memperhatikan aspek humanistik pada proses produksi olahan makanan sehingga agar tidak mengganggu warga sekitar. Proses produksi dilakukan di rumah sang pemilik, tidak disekitar tempat wisata yang dekat dengan pemukiman. Sehingga pengelolaan yang telah diupayakan sebaik mungkin aku ini diharapkan telah sesuai dengan pengelolaan sumber daya yang di kehendaki dalam Islam. Sesuai dengan hasil penelitian lain bahwa nilai universal ekonomi Islam dalam kegiatan produksi terkait perintah untuk mengelola sumber daya yang baik untuk diproduksi.³⁶ Sekian itu proses produksi dan

³⁶ Amiruddin Kadir, "Konsep Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah" *Ecces: Economic Social and Development Studies*, Vol. 1, No. 1 (2014), h. 2.

pemanfaatan produksi untuk jalan yang baik, serta tidak mendzalimi orang lain. Sehingga input dan output proses produksi tidak menimbulkan kerusakan dan mudharat.

5. *Ma'ad*

Aspek nilai ini merupakan hasil dari kegiatan ekonomi harus memperhatikan nilai-nilai yang telah diajarkan dalam Islam. Aspek Ma'ad dapat dipahami sebagai perhatian pada hasil yang diperoleh dari sebuah kegiatan ekonomi yang manusia lakukan. Islam telah menjelaskan bahwa jalan kegiatan muamalah tidak hanya memenuhi kebutuhan duniawi, melainkan juga kebutuhan akhirat. Pada Al-Quran telah banyak disinggung terkait kebahagiaan dunia dan akhirat, salah satu contohnya pada ayat berikut.

وَأْتِغِ فِي مَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ
إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ

Artinya: Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi.

Seperti yang telah dijelaskan pada pembahasan nilai tauhid atau ketuhanan, bahwa Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri juga memperhatikan aspek ibadah sebagai wujud kewajiban umat muslim. Seperti memenuhi kewajiban dalam melakukan zakat penghasilan, menyediakan kotak infak untuk sebuah yayasan, selain itu menyediakan fasilitas ibadah seperti mushola merupakan bentuk penyediaan aspek ibadah bagi pengunjung muslim. Menurut penelitian lain bahwa salah satu bentuk instrumen penyeimbang dalam ilmu ekonomi Islam adalah zakat. Peranan zakat sangat besar dalam perspektif ilmu ekonomi Islam. Zakat juga merupakan benteng keamanan dalam sistem ekonomi Islam sebagai jaminan ke arah stabilitas ekonomi dan kesinambungan kesejahteraan masyarakat.³⁷

³⁷ Widi Nopiardo, "Zakat Sebagai Ibadah Maliyah Ijtima'iyah Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam" *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, Vol.14, No. 2 (2016), h. 217.

KESIMPULAN

Strategi bersaing Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri melalui pendekatan Porter Five Force telah berusaha memenuhi lima aspek kekuatan dalam persaingan sesama industri. Adapun beberapa wujud kekuatan dalam lima aspek tersebut antara lain, adanya pemberian layanan yang baik dan melakukan inovasi produk untuk menghadapi pesaing baru. Melakukan strategi pemotongan harga pada produk untuk menyeimbangkan persaingan antar produk dalam mengantisipasi produk pengganti. Kemudian pada masa pandemi adanya penurunan harga sebagai akibat penyesuaian kondisi perekonomian masyarakat, hal ini dalam aspek kekuatan tawar menawar pembeli. Strategi dalam kekuatan tawar menawar pemasok, justru Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri menjadi pemasok bagi pedagang ikan lele di pasar tradisional sekitar wilayah Ngadiluwih. Melalui kegiatan distribusi ikan lele tersebut juga sekaligus sebagai strategi pemasaran di kalangan lingkungan pasar tradisional yang berada disekitar Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri. Saat ini Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri menjadi satu-satunya wisata buatan di wilayah Ngadiluwih, dengan jumlah pesaing berbagai jenis wisata lain hanya 4 tempat wisata. Walau demikian, Wisata Edukasi Kampung Lele Kediri tidak lengah, dan terus melakukan inovasi produk untuk tetap meningkatkan minat pengunjung. Pada tinjauan pondasi rancang bangun ekonomi Islam, strategi bersaing digunakan untuk menghadapi persaingan antar industri wisata halal di Kediri. Sehingga penting penerapan nilai *tauhid* untuk kegiatan operasional, nilai keadilan pada pemerataan ekonomi masyarakat sekitar, nilai *nubuwwah* terkait pelayanan yang disesuaikan dengan contoh teladan Nabi Muhammad, nilai *khilafah* sebagai wujud pengelolaan yang mewujudkan kesejahteraan bersama, dan nilai *ma'ad* yang mengarahkan hasil pada kegiatan beribadah demi menciptakan kebahagiaan dunia dan akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan, Mila Sartika dan Ana Kadarningsih. "Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia', *Jurnal Human Falah* 5, no. 1 (2018).
- Aprizal. *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing*. Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018
- Aryansyah, Januar Eko, Dwi Mirani dan Martina. "Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil

- Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19", *Semnas AVOER XII 2020 Palembang*, (November, 2020)
- Astuti, Ketut Rendi. "Strategi Pemerataan Ekonomi Rakyat Yang Berkeadilan", *Forum Manajemen* 16, no. 1 (2019)
- Bilgies, Ana Fitriyatul. "Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo", *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 1. no. 1 (2017)
- Dewi, Luh Komang Candra dan I Gusti Bagus Rai Utama. *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish, 2022
- Feranita, Nungky Viana dan Hendra Aris Setiawan. "Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM", *Biomass Chem Eng* 18, no. 1 (2018)
- Hajar, Ibnu. *Manajemen Strategik: Konsep Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Andi, 2019
- Haq, Abidzar Achmadtyar Fazrul dan Danang Fahmi Ilyan Sandrian Kusnanto. "Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Grab (Grabfood)", *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2020)
- Hermawan, Elpa. "Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal", *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 7, no. 2 (2019)
- Hermawan, Hary. "Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal", *Jurnal Pariwisata* 3, no. 2 (2016)
- Kadir, Amiruddin. "Konsep Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah", *Ecces: Economic Social and Development Studies* 1, no. 1 (2014)
- BPS Kabupaten Kediri. "Jumlah Objek Wisata Di Kabupaten Kediri Menurut Jenisnya Dan Kecamatan 2019-2021" (2021)
- Leonandri, Dino dan Maskarto Lucky Nara Rismadi. "Sinergitas Desa Wisata Dan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat", *Ikhraith Ekonomika* 1, no. 2 (2018)
- Lonardi, Sanny, dkk. "Peranan Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-Commerce Shopee Di Politeknik Cendana", *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 2, no. 3 (2021)
- Luturiean, Bachruddin Saleh, dkk. *Strategi Bisnis Pariwisata*. Jakarta: Humaniora. 2019
- Mahriani, Elida. *Manajemen Pariwisata*. Bandung: Grasindo. 2016
- Maryani, Linda dan Harmon Chaniago. "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri Fashion", *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 5, 1 (2019)
- Negara, Made Kresna, Rifky Lana Rahardian dan I Gusti Ngurah Dwiky Widiastara. "Sistem Informasi Geografis Pemetaan Tempat Ibadah Pada Pulau Bali Berbasis Mobile", *Journal of Innovation Information Technology and Application (JINITA)* 2, no. 1 (2020)
- Noor, Juliansyah. *Manajemen Strategi: Konsep Dan Model Bisnis*. Banten: La Tanza Mashiro Publisher, 2020
- Nopiardo, Widi. "Zakat Sebagai Ibadah Maliyah Ijtima'iyah Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam", *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)* 14, no. 2 (2016)
- Noya, Sonia Beatrix, Lisbeth Mananeke dan Michael Raintung. "Pengaruh Komunikasi Mulut Ke Mulut, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baru Minuman Tea Break Manado", *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, 2 (2020)
- OJK. "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia" (2021)
- Oki, Oktavianus dan Bagus Krisnawan. "Analisis Strategi Pusat Investasi Pemerintah

- Dalam Menghadapi Holding Ultra Mikro Dengan Pendekatan Porter's Five Forces", *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik* 7, no. 1 (2022)
- Putra, Panca, dan Ni Made Wulandari Kusumadewi. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen", *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, no. 8 (2019)
- Ramadhani, Maya Rizky. "Pengaruh Persepsi Resiko Dan Komunikasi Mulut Ke Mulut Pada Media Elektronik Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion Di E-Commerce", *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 9, 3 (2021)
- Rukajat, Ajat. Pendekatan penelitian kualitatif (*Qualitative research approach*). Deepublish, 2018.
- Srisusilawati, Popon, dkk. *Manajemen Pariwisata*. Bandung: Widina, 2022
- Sudarmanto, Eko, dkk. *Ekonomi Pembangunan Islam*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021
- Suliyanto. "Analisis Orientasi Berwisata Dan Kepuasan Wisatawan Pada Obyek Wisata Alam Dan Obyek Wisata Buatan", *Prosiding* 5 (November, 2020)
- Sundalangi, Marchelyno. "Kualitas Produk, Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado", *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2014)
- Suroso, Bayu Hendrawan dan Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedap Cup", *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2014)
- Syakir, Hamdan. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015
- Utama, I Gusti Bagus Rai. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi, 2017
- Yam, Jim Hoy. *Manajemen Strategi: Konsep Dan Implementasi*. Makassar: Nas Media Pustaka, 2020
- Yendra, La Ode Marihi dan Saling. *Manajemen Strategis: Keunggulan Bersaing Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2022