

**STRATEGI PEMASARAN MUSEUM SUMENEP BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN MUSEUM SEBAGAI WISATA SYARIAH**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

**RENDY AHMAD YUFAN MAULANA**

**NIM: 2017710362**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2021**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rendy Ahmad Yufan Maulana  
Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 22 Juni 1999  
N.I.M : 2017710362  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pemasaran Museum Sumenep Berdasarkan Prinsip Syariah untuk Meningkatkan Kunjungan Museum Wisata Syariah

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi Sarjana Ekonomi Syariah

Dosen Pembimbing

Tanggal :

Tanggal :

(Dr. Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.Si)

(Dra. Lindiawati, M.M.)

NIDN: 0705056502

NIDN : 0704086902

# STRATEGI PEMASARAN MUSEUM SUMENEP BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN MUSEUM SEBAGAI WISATA SYARIAH

Rendy Ahmad Yufan Maulana

STIE Perbanas Surabaya

Email: [2017710362@students.perbanas.ac.id](mailto:2017710362@students.perbanas.ac.id)

## ABSTRACT

*A museum is a place that is used as an exhibition of objects that deserve public attention, such as historical relics, art, antiquities and science. The Sumenep Museum is the only museum that has a Palace in East Java, where the relics are the Al-Qur'an, a replica of my Lord's train, there are also armor and keris that were used for war during the royal era and are still neatly stored in the Sumenep Museum. It is hoped that the Sumenep Museum will have a special marketing strategy to increase Museum visits as Sharia tourism. This study aims to determine what marketing strategies have been used by the Sumenep Museum to increase Museum visits. This study used a qualitative method for the management of the Sumenep Museum based on a direct approach through interviews, observation and documentation. This study discusses the marketing strategy of the Sumenep Museum based on Sharia principles to increase museum visits as Sharia tourism.*

**Keywords:** *Sumenep palace Museum, Sharia marketing, and Sharia tourism*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Museum adalah tempat koleksi penyimpanan barang-barang yang mengandung nilai sejarah dari individu, keluarga, serta organisasi kaya. Mayoritas benda-benda yang disimpan umumnya ialah karya seni serta benda-benda yang sulit ditemui ataupun kumpulan benda peninggalan alam dan artefak dibidang arkeologi.

Dengan adanya Museum ini sangat berarti, sebab mempunyai tanggung jawab dan fungsi untuk melestarikan, mengoleksi dan memamerkan koleksi budaya sekitar (sejarahlengkap.com diakses 19 Maret 2019).

Salah satu museum kerajaan Islam yang berada di lingkungan masyarakat dengan nilai agama Islam yang kuat adalah Museum Kerajaan Sumenep dikarenakan mayoritas penduduk Madura beragama Islam. Museum ini dibangun pada masa ketika Bindara Saod memerintah sebagai Raja, tepatnya tahun 1762.

Barang yang ada di Museum Sumenep sebagian barang pemberian dari Raja, Hibah, dan Penemuan. Raja Sumenep yang memberikan barang peninggalannya mayoritas beragama muslim. pada umumnya pengelola Museum masih terperangkap paradigma lama bahwa museum wajib dikunjungi, dan salah satu penyebab kurangnya minat pengunjung ke Museum adalah masyarakat yang memandang Museum sebagai tempat yang kuno,

membosankan, menyeramkan dan dianggap sebagai gudang penyimpanan benda tua ([www.urbanicon.co.id](http://www.urbanicon.co.id)).

Maka dari itu penting untuk melakukan pemasaran Museum. Tetapi saat ini situasinya telah berubah, para ahli Museologi dan buku-buku yang dibuat banyak yang membahas mengenai seberapa pentingnya pemasaran Museum (Tanudirjo, 2008:26).

Ada empat unsur prinsip pemasaran Syariah yang harus diterapkan, antara lain Teistis (*Rabbaniyah*) yaitu yakin dan percaya diri dengan apa yang dijual semata mata karena mengharapkan ridha Allah SWT, Etis (*Akhlaqiyyah*) yaitu selalu menjaga norma dan perilaku kepada semua orang dalam melakukan kegiatannya, Realistis (*Al-waqi'yyah*) yaitu tidak adanya kecacatan dan harus bersifat transparan, dan Humanistis (*al-Insaniyyah*) yaitu sifat kemanusiaan yang memberikan manfaat untuk orang lain dengan panduan syariah.

Melihat pentingnya Museum kerajaan Sumenep bagi masyarakat Sumenep khususnya yang menganut agama Islam, seharusnya Museum itu dikunjungi dengan antusias yang tinggi dari masyarakat Madura khususnya Sumenep, sehingga keberadaan Museum Sumenep mengundang masyarakat untuk tertarik belajar kebudayaan Islam dan seharusnya pemasaran Museum menggunakan pemasaran yang Syariah jika dilihat dari kota Sumenep yang mayoritas umat Islam. Namun kenyataannya tidak, jika dilihat dari grafik tren pengunjung Museum mengalami penurunan mengingat bahwasannya Museum harus diperlakukan seperti produk, maka dari itu perlu dikembangkan pemasaran Syariah karena masyarakat Sumenep mayoritas beragama Muslim.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Wisata Syariah

Wisata Syariah adalah wisata yang berdasarkan prinsip Syariat Islam. Minat Wisata Syariah mengalami pertumbuhan yang meningkat (Battour & Ismail, 2016). Pengetahuan dan kesadaran akan produk syariah menjadikan industry halal semakin meningkat (Hamdan et al, 2013) meningkatnya wisata syariah tersebut dapat memunculkan wisata syariah (syariah tourism) sebagai fenomena baru (Samori et al, 2016).

Peningkatan tersebut seiring dengan meningkatnya wisatawan muslim dari tahun ke tahun

(Bhuiyan et al, 2011) wisatawan muslim diperkirakan meningkat sebesar 30 persen pada tahun 2020 dan juga meningkatkan pengeluaran hingga 200 miliar USD (Master Card dan Crescent Rating, 2016). Kata Halal berasal dari Bahasa Arab yaitu Halla, Yahillu, Hillan, Wahalalan yang memiliki makna dibenarkan atau diperbolehkan oleh hukum syarak. Memiliki arti yang diperbolehkan dan diizinkan oleh Allah (Al-Qhardhawi, 1994). kata tersebut tidak hanya termasuk dalam kategori makanan, atau produk yang lainnya, tetapi juga masuk kategori wisata, perbankan dan pekerjaan.

Pariwisata halal sangat terikat dengan Islam dikarenakan setiap muslim hendaknya melakukan perjalanan yang sesuai dengan perintah Allah dalam berbagai ayat Al-Qur'an yaitu: Ali-Imran: 137

قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ  
كَانَ الْمُكْدِبِينَ عَقِبَهُ

Artinya: Sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah; Karena itu berjalanlah kamu di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul).

### Strategi Wisata Syariah

- Konsumsi: Menjual makanan halal, tidak adanya minuman keras, tidak menyediakan produk babi, tidak ada diskotik, keuangan berbasis syariah
- Lokasi: Penerapan lokasi wisata dipemukiman Muslim
- Transportasi: Sistem yang diubah, tempat duduk yang dipisah antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahram
- Wisata: Semua sistem dan kegiatan harus beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

### Strategi Pemasaran Museum

Museum harus menyediakan banyak akses bagi pengunjung agar mereka dapat menggunakan dan memperoleh fasilitas dan layanan, riset dan studi koleksi termasuk konsultasi dengan staf museum. Wan dan Cheng, (2011) menemukan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan objek peninggalan terlatis tinggi, tetapi empati dan consumables perlu diperbaiki. Faktor lingkungan juga dapat mempengaruhi peran penting dalam pelayanan.

Konsumen akan mengevaluasi lingkungan layanan dan dapat menciptakan keunggulan bersaing dalam mendorong pembelian berulang (Joseph-Mathews, Bonn & Snepenger, 2009). Ada 3 masalah yang ada dalam layanan: yaitu kekeliruan petunjuk,

lingkungan yang tidak sesuai dan lemahnya interaksi dengan pengunjung. (Ardley, Taylor, McLintock, Martin, & Leonard, 2012).

### **Pemasaran Berdasarkan Prinsip Syariah**

Perbedaan pemasaran syariah terletak pada nilai-nilai prinsip yang dilakukan, masalah yang didapatkan tidak sekedar aktivitas bisnis dijalankan sesuai dengan prinsip Islam, namun pemasaran harus juga memperhatikan etika sesuai dengan kriteria yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits untuk mencapai tujuan yaitu mendapatkan falah. Pemasaran syariah menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula mendefinisikan pemasaran syariah sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan kepada proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholdernya yang sesuai dengan prinsip mu'amalah dalam islam (Kertajaya & Sula, 2008).

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir sula menyampaikan bahwa ada empat karakteristik pemasaran syariah yaitu: 1.) *Rabbaniyah*(Ketuhanan) meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil. 2.) *Akhlaqiyyah*(Etis) mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli agama apapun karena ini bersifat universal. 3.) *Al-waqi'iyah*(Realistis) konsep yang peduli akan penampilan yang bersih, rapi dan bersahaja apapun model yang digunakan. 4.) *Insaniyyah*(Humanistik) mengangkat derajat manusia agar terjaga dan terpelihara tanpa adanya melihat ras, suku warna kulit dan status.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong, (2006) kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami dan subyek penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan secara sistematis, factual dan akurat.

Subyek dalam penelitian merupakan orang-orang yang dianggap mampu memberikan informasi terkait dengan latar belakang dan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti sehingga datanya akurat, dan pihak yang dipilih sebagai subjek penelitian Museum Sumenep adalah pihak pengelola Museum yang bernama bapak Muhammad Erfandi

selaku kepala UPT Museum Sumenep. Pengelola Museum adalah pihak yang penting dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara.

### **Daftar pertanyaan**

Dalam melakukan wawancara kepada informan untuk memperoleh informasi yang lengkap dan jelas maka peneliti membuat daftar pertanyaan yang dituliskan dalam dokumen pribadi, daftar pertanyaan tersebut yang nantinya dapat dikembangkan sesuai dengan kejadian dilapangan. Pertanyaan tersebut juga disesuaikan dengan tema yang dibahas oleh peneliti.

Dari pertanyaan itu pertanyaan dapat dikembangkan lebih luas dan digali lebih dalam lagi untuk mendapatkan informasi yang akurat. Rumusan masalah dalam penelitian ini dijadikan peneliti sebagai pegangan dalam menggali informasi mengenai strategi pemasaran Museum Sumenep berdasarkan prinsip syariah untuk meningkatkan kunjungan museum wisata syariah sebagai medianya.

### **Informan**

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Bungin, 2007). Informan dapat memberikan informasi, merespon dan menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang peneliti baik tertulis maupun lisan. Pendekatan kualitatif dalam penelitian sosial adalah salah satu pendekatan utama yang pada dasarnya adalah sebuah label atau nama yang bersifat umum saja dari sebuah rumpun besar metodologi penelitian. (Abdul Aziz S.R) Penulis akan berkomunikasi dengan pihak pengelola Museum yaitu bapak Muhammad Erfandi selaku kepala UPT Museum Sumenep yang mana bapak Erfandi ini adalah pemimpin dari Museum Sumenep

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Wawancara**

Menurut Nurul & Eriza, (2017) metode interview (wawancara) adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara(interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan langsung oleh beberapa informan. Mereka meliputi pihak pengelola Museum Sumenep.

## 2. Observasi

Menurut Juwita, (2015) Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan dan pencatatan atas berbagai hal dan peristiwa yang berlangsung di lokasi penelitian (Sugiyono, 2005). Observasi pada tahap awal dilakukan di Museum Sumenep, digunakan untuk melengkapi data yang dijabarkan pada latar belakang dan menyusun rumusan masalah, sedangkan observasi selanjutnya atau sesudah menyusun proposal penelitian akan digunakan untuk mendapatkan data yang digunakan untuk menjawab maupun mempertajam hasil penelitian.

## 3. Dokumentasi

Menurut Hermanto, (2019) teknik dokumentasi yaitu pengumpulan data atau informasi melalui dokumen, laporan dan catatan tertulis menyangkut masalah yang sedang diteliti.

## Teknik Analisis

Menurut Moleong (2012) Teknik analisis data merupakan proses pengoprasian dan pengaturan secara sistematis sejumlah data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan hipotesis kerja seperti yang disarankan data dan untuk meningkatkan pemahaman terhadap bahan-bahan tersebut untuk dipresentasikan kepada orang lain.

Teknik analisis yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Tahap-tahapnya dalam penggalian dan pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Melakukan wawancara secara mendalam dengan pengelola museum kerajaan Islam Sumenep.
2. Mendokumentasikan wawancara dengan catatan dan rekaman suara (voice).
3. Merangkum hasil wawancara.
4. Menganalisis hasil wawancara dengan perspektif syariah.
5. Memetakan strategi pemasaran Museum yang telah menggunakan aspek-aspek pemasaran syariah .

## GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Subjek Penelitian

Gambaran subjek penelitian mengenai strategi pemasaran Museum Sumenep berdasarkan prinsip Syariah. Subjek penelitian ini adalah informan yang mengetahui tentang Museum kerajaan Islam di

Sumenep. Dengan adanya informan, selanjutnya dilakukan wawancara dengan informan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dikembangkan berdasarkan prinsip pemasaran Syariah.

## PEMBAHASAN

### Strategi Pemasaran Museum Sumenep berdasarkan Prinsip Syariah

Pemasaran Syariah dapat diartikan sebagai suatu kedisiplinan dalam berbisnis yang mengarah kepada suatu proses yang mana didalamnya terdapat perubahan nilai sesuai dengan prinsip-prinsip kegiatan yang bermuamalah dalam Islam. Hukum pemasaran dalam landasan ijma adalah sunnah, karena terdapat unsur yang mulia yaitu kebaikan dan ketaqwaan.

Pemasaran Syariah tidak hanya mengedepankan keuntungan duniawi saja, tetapi juga mementingkan kepuasan *ukhrawi* yang mana mengharapkan ridho dari Allah SWT. Hal ini yang membedakan antara pemasaran yang konvensional dan yang berdasarkan prinsip Syariah.

### Konsep Rabbaniyah (Ketuhanan)

Ketuhanan adalah semua perilaku dalam pemasaran harus sejalan lurus dengan Al-Qur'an dan Hadits. Selain itu, pemasaran Syariah harus memiliki sifat yang religius. Jiwa seorang pemasaran Syariah harus meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan adalah hukum yang paling adil, sehingga setiap peraturan yang dilakukan wajib dipatuhi dan tidak melakukan perbuatan yang merugikan orang lain seperti: Riba, Gharar, Maysir dan lain sebagainya. Dalam Al-Qur'an yang berbunyi:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (V), وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

Artinya: Maka barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat balasannya. Dan barangsiapa mengerjakan kejahatan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat balasannya. (QS Al-Zalzalah 7-8)

Pemasaran Syariah tidak hanya mencari keuntungan semata, melainkan juga untuk mencari kebaikan dan kemaslahatan untuk semua umat manusia yang ada di bumi namun juga fokus untuk mendapatkan ridho Allah SWT.

### Konsep Akhlaqiyah (Etika Dan Moral)

Pemasaran Syariah harus mengedepankan masalah akhlak dalam melakukan seluruh kegiatannya tidak peduli dari agama apapun itu, karena bersifat universal. Perilaku etis harus mengikuti aturan sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah beserta perilaku yang diterapkan oleh nabi Muhammad SAW seperti: *shiddiq*(jujur), *amanah*(dipercaya), *fathonah*(cerdas), dan *tabligh*(menyampaikan kebenaran). Berikut adalah ayat Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah.

dalam melakukan pemasaran, kita harus mengikuti apa yang sudah nabi Muhammad SAW ajarkan. Tidak berbohong dalam melakukan semua kegiatannya, selalu bersikap amanah sehingga orang akan percaya, cerdas dalam melakukan setiap kegiatan pemasaran, dan selalu menyampaikan kebenaran.

### **Konsep Al-Waqi'iyah (Realistis)**

Pemasaran Syariah adalah pemasaran yang fleksibel, bukan fanatis ataupun eksklusif. Dalam melakukan pemasaran Syariah hendaknya dilakukan dengan perilaku yang secukupnya dan tidak berlebihan, dikarenakan dalam Islam tindakan berlebihan memang tidak dianjurkan, dan juga kegiatan eksklusif patut dihindari dikarenakan sikap ini cenderung negative dalam memandang perbedaan yang ada.

### **Konsep Insaniyyah (Humanistik)**

Pemasaran Syariah harus selalu mengedepankan nilai-nilai moral yang tinggi untuk kepentingan umat manusia. Saling menghargai satu dengan yang lainnya, tidak membeda-bedakan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Manusia tidak boleh serakah dan rasisme dalam melakukan praktek pemasaran. Pemasaran harus selalu mengedepankan amalan yang dianjurkan oleh agama seperti zakat, infaq, shadaqah dan wakaf agar mendatangkan kebaikan untuk Museum Sumenep.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemasaran Museum Sumenep berdasarkan prinsip syariah untuk meningkatkan kunjungan museum sebagai wisata Syariah. Teknik analisis data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada pihak pengelola Museum Sumenep. Penelitian ini menggunakan desain triangulasi sumber data. Studi kasus dalam penelitian ini adalah menjelaskan penerapan pemasaran Museum Sumenep untuk meningkatkan kunjungan Museum menggunakan pemasaran Syariah. Berdasarkan hasil wawancara maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan terkait dengan pemasaran Museum Sumenep berdasarkan prinsip Syariah yang bisa diterapkan dalam strategi pemasaran yaitu: Ketuhanan(*Rabbaniyah*) pemasaran yang harus sejalan dengan Al-Qur'an dan sunnah, Etis(*Akhlaqiyyah*) pemasaran yang mengedepankan akhlak dan moral, Realistis(*Al-Waqi'iyah*) pemasaran yang nyata dan mudah diatur, dan Humanistik(*Al-Insaniyyah*) pemasaran yang mengedepankan moral untuk kepentingan umat manusia.
2. Pengelolaan Museum Sumenep sudah menerapkan empat aspek pemasaran berdasarkan prinsip Syariah dalam pengelolaan Museumnya, yaitu mereka sudah menerapkan prinsip yang tidak melanggar kebathilan, jujur, amanah dan beretika. Namun ada beberapa aspek yang harus ditingkatkan dalam pemasarannya yaitu realistis dalam melakukan pemasaran, menjelaskan informasi sedetail mungkin agar pengunjung mendapatkan informasi dengan sebaik-baiknya.

### **Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti menyadari bahwa penelitian ini mempunyai keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian sehingga perlu adanya perbaikan agar lebih sempurna. Adapun Batasan penelitian sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti ataupun pengunjung belum diperbolehkan masuk Museum Sumenep dikarenakan pihak museum masih menerapkan kegiatan social distancing dan menjauhi kerumunan massa yang bisa

- mengakibatkan meningkatnya kasus covid-19 di Museum Sumenep
2. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak bisa melakukan observasi ke Museum Sumenep secara langsung dikarenakan Museum ditutup sementara.
  3. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak bisa melihat secara langsung bagaimana pihak Museum dalam melayani pengunjung yang datang.

## Saran

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian masih ada kekurangan dan kurang sempurna, sehingga peneliti memberikan saran kepada pihak yang akan memiliki kepentingan dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan apabila meneliti pemasaran di Museum Sumenep agar mencari sebanyak-banyaknya literatur buku mengenai pemasaran Syariah agar peneliti selanjutnya memahami benar tentang konsep pemasaran Syariah dan bisa menerapkan pemasaran Syariah tersebut dan juga agar peneliti tidak mengalami kesulitan yang cukup serius
2. Bagi pengelola Museum Sumenep diharapkan pihak Museum Sumenep dapat mempertahankan dan meningkatkan pemasaran berdasarkan prinsip Syariah untuk meningkatkan kunjungan Museum Sebagai wisata Syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari informan ataupun narasumber jauh-jauh hari dan menanyakan apakah bersedia diwawancarai dan membuat jadwal pertemuan sebelumnya dikarenakan narasumber yang memiliki kesibukan sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, Dedi. 2019. "Peran Museum Dalam Pembelajaran Sejarah." *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial-Humaniora* 2(1):10–20.
- Battour, Mohd., & Mohd Nazari Ismail. 2016. "Concepts, Practises, Challanges and Future. Tourism Management Perspectives." *Halal Tourism* 19:50–54.
- Battour, Mohamed M., Moustafa M. Battor., & Mohd Ismail. 2012. "The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia." *Journal of Travel and Tourism Marketing* 29(3):79–97.
- Battour, Mohamed M., Mohd Nazari Ismail & Moustafa Battor. 2010. "Toward a Halal Tourism Market." *Tourism Analysis* 15(4):61–70.
- Bhuiyan, Md Anowar Hossain., Chamhuri Siwar., Shaharuddin Mohamad Ismail., & Rabiul Islam. 2011. "Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region." *Australian Journal of Basic and Applied Sciences* 5(6):33–40.
- Bungin, Burhan.(2007). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*.
- Chusnul, Muali., & Khoirun Nisa. 2019. "Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 5(2):68–85.
- Gary, Armstrong., & Kotler Philip. (2014). *Princeples of Marketing*.
- Hamdan, Haskenna., Zuraini Mat Isa., Normala Abu., & Kamaruzaman Jusoff. 2013. "Purchasing Decisions among Muslim Consumers of Processed Halal Food Products." *Journal of Food Products Marketing* 19(1):54–61.
- Hermanto. 2019. "Budaya Literasi; Studi Atas Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong "ج خ." *Jurnal Kependidikan* 11(September):75–94.
- Juwita, Ida. 2015. "Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung." 60–74.
- Kertaja, Hermawan., & Sakir Muhammad Sula. 2008. *Syari'ah Marketing*
- Nurul, Mubarak., & Maldina Yolanda Eriza. 2017. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista." *I-Economics* 3(1):73–92