

PENGARUH KEBERADAAN OBJEK WISATA ISLAMIC CENTRE TERHADAP PENGEMBANGAN UKM (USAHA KECIL MENENGAH) PEMATANG BAIH PASIR PANGARAIAN

Eltina Destriana¹, Arief Rifa'i Harahap²

Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis¹

Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau

Email: ariefrh16@yahoo.co.id

Abstrak

Pada dasarnya penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh keberadaan objek wisata Islamic Centre di Rokan Hulu terhadap pengembangan usaha (UKM) Pematang Baih. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tipe penelitian survey deskriptif dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara menganalisa serta mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke tempat penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya tingkat pengaruh keberadaan objek wisata Masjid Agung Madani Islamic Centre ini terhadap pengembangan usaha (UKM) yang di sekitaran bahu jalan Taman Pematang Baih Pasir Pangaraian dengan mengambil beberapa indikator yang menjadi penunjang untuk hasil yang lebih jelas. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 42 orang responden yang merupakan pedagang atau pelaku usaha di bahu jalan Masjid Agung Madani Islamic Centre. Pada penelitian ini penulis menggunakan aplikasi SPSS versi 2.0 dalam uji reliabilitas, validitas, regresi linear sederhana serta uji t dengan memakai acuan rtabel yang sudah lumrah digunakan. Analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa Keberadaan Objek Wisata (X) terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Y) berada di interval Cukup Berpengaruh karena berada di antara 34% - 65. Sehingga dapat di ambil kesimpulannya adalah objek wisata Islamic Centre memberikan pengaruh terhadap pengembangan usaha (UKM) dalam bentuk sektor kunjungan.

Kata kunci : Objek Wisata, Pengembangan Usaha

Abstract

Basically, the authors conducted this research to find out how the effect of the existence of Islamic tourist attraction in Rokan Hulu Pematang Baih Pasirpangarian. In this study the authors used a descriptive survey research type in which the researcher collected data by analyzing and describing or describing data by making direct observations to the research site. This study aims to determine the level of effect the existence of this Masjid Agung Madani Islamic Centre Tourist attraction on business development (UKM) around the Pematang

Baih Park Pasir Pangaraian by taking correct what indicators are supporting for clearer result . The data used are primary data and secondary data. In this study the authors took a sampel of 42 people respondents who are treders or business actors on the shoulders of the Masjid Agung Madani Islamic Centre. In this study the author using the SPSS version 2.0 application in testing reliability, validity, simple linear regression and t test with reference to the commonly use rtabel. Analysis of the data in this study shows that the exsistence of a tourist attraction (X) towards development of small and medium business enterprises (Y) is at quite influential intervals because it is in between 34% - 65%. So the conclusion is the Islamic Centre tourism has an effect to business development (UKM) in the form of tourist visiting sector .

Keywords : the existence of Attractions, Business Development

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang kaya akan sumber daya alam dan segala potensi yang dimilikinya merupakan modal besar bagi pembangunan Indonesia. Keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia spserti: flora, fauna, Sejarah, peninggalan sejarah, bahasa, adat istiadat, seni dan budaya menjadi modal besar dan sangat menjanjikan dalam perkembangan di sektor pariwisata. Karena pada setiap daerah yang tersebar di Indonesia memiliki budaya yang berbeda tergantung bagaimana pemerintah daerah mengatur potensi yang dimiliki oleh daerahnya tersebut.

Salah satu sektor pendukung perekonomian suatu daerah adalah di bidang pariwisata. Karena merupakan lambang dan ciri khas dari daerah tersebut. semakin banyak objek wisata di suatu daerah yang di kelola oleh pemerintah maka semakin bagus bagi perekonomian daerah tersebut. secara tidak langsung daerah tersebut menjadi sorotan. Dari perkembangan objek wisata akan banya bermunculan peluang-peluang bisnis.

Sektor pariwisata berkontribusi dengan memberikan devisa Negara dalam

bentuk pendapatan daerah, dengan menjual keindahan alam, budaya dan adat istiadat dari suatu daerah tanpa merusak alam tersebut. Dampak dari sektor pariwisata terhadap perekonomian terbesar terlihat dari penyerapan tenaga kerja. Dengan kata lain semakin berkembang pariwisata atau semakin banyak objek wisata yang berkembang akan semakin meningkatkan kesempatan kerja bagi para masyarakat di daerah tersebut.

Dilihat dari fenomena yang terjadi sektor pariwisata tidak hanya berkontribusi dalam bidang pendapatan daerah dan penyerapan tenaga kerja tetapi juga dalam jasa akomodasi pelayanan pariwisata. Dari segi ekonomi sektor pariwisata dapat menyumbang pada penerimaan daerah yang bersumber dari pajak, retribusi parkir atau bahkan jika ada pengunjung atau wisatawan dari mancanegara yang dapat mendatangkan visa bagi Negara.

Pariwisata juga dapat memberikan dampak bagi pendapatan rumah tangga. Dimana dengan perkembangan pembangunan dan pengelolaan objek wisata tersebut akan membuka peluang

bagi masyarakat mendirikan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang secara tidak langsung juga memberi dampak positif pada objek wisata tersebut.

UKM (Usaha Kecil Menengah) mengacu pada usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. menurut Keputusan Presiden RI no. 99 Tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan yang tidak sehat. Beberapa kriteria UKM menurut UU No. 9 Tahun 1995 adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan Tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
3. Milik Warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
5. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.

Pemerintah Indonesia membina UKM (Usaha Kecil Menengah) melalui Dinas Koperasi dan UKM, di masing masing provinsi atau Kabupaten/Kota.

Berdasarkan perkembangannya UKM (Usaha Kecil Menengah) di Indonesia dibagi menjadi 4 (empat) kriteria yaitu :

1. *Livelihood Activities* : Usaha kecil menengah yang digunakan untuk

mencari nafkah dan lebih dikenal sebagai sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.

2. *Micro Enterprise* : Usaha Kecil Menengah yang dilakukan dengan menjadi pengrajin namun belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dyanamic Enterprise* : Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan dapat menerima pekerjaan sub kontrak maupun ekspor.
4. *Moving Enterprise* : Usaha Kecil Menengah yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan dan dapat berubah menjadi usaha besar.

Dengan segala kelebihan yang dimiliki UKM (Usaha Kecil Menengah) membuat UKM (Usaha Kecil Menengah) mudah dalam perkembangannya dan juga menciptakan banyak lapangan pekerjaan serta UKM (Usaha Kecil Menengah) dapat dengan cepat bereaksi membaca perubahan tren produk yang sedang berkembang sehingga akan dapat lebih kompetitif.

Beberapa kelebihan yang dimiliki oleh UKM (Usaha Kecil Menengah) yaitu :

1. Cepat berinovasi, dikarenakan sistem operasional yang sederhana membuat UKM mudah mengkreasikan ide-ide atau gagasan yang berkaitan dengan usahanya.
2. Lebih fokus, dikatakan lebih fokus karena tidak memiliki kewajiban untuk mengikuti permintaan pasar seperti perusahaan besar. Misalkan suatu usaha rumahan yang memproduksi satu model untuk melayani permintaan konsumen tertentu.
3. Operasional yang lebih fleksibel, dikarenakan biasanya dikelola oleh sedikit orang sehingga akan

mempermudah dalam pengambilan keputusan.

Tetapi tidak dapat dipungkiri juga bahwa UKM juga memiliki kekurangan dalam menjalankan usahanya, yaitu :

1. Anggaran dan pembiayaan kecil, dengan anggaran yang kecil usaha akan susah dalam pembiayaan operasional sehingga akan berdampak pada kelangsungan usaha tersebut yang akan berakibat pada gulung tikar.
2. Tekanan dari luar, ketika usaha tersebut tidak mampu mengimbangi permintaan pasar.
3. Kurangnya tenaga ahli, faktor ini menjadi kelemahan terbesar pada UKM (Usaha Kecil Menengah) krena tidak dapat bersaing dengan perusahaan yang mampu membayar tenaga ahli.

Semakin banyak masyarakat yang jeli dan tanggap terhadap peluang usaha yang tercipta dari pengembangan objek wisata secara tidak langsung akan semakin menguntungkan bagi pendapatan daerah dan pendapatan masyarakat.

Kabupaten Rokan Hulu khususnya di daerah Pasir Pangaraian memiliki pariwisata yang cukup terkenal yaitu sebuah bangunan masjid yang di beri nama Masjid Agung Madani Islamic Centre. Masjid ini merupakan aset milik pemerintah daerah kabupaten rokan hulu yang pembangunannya di danai oleh APBD Kabupaten Rokan Hulu . hingga saat ini tidak kurang dari 500 milyar telah di habiskan untuk membangun masjid ini. Pembangunan masjid agung mdani Islamic center pasir pangaraian, dimulai dengan peletakan batu pertama, tepatnya pada senin 1 muharram 1429 H yaitu pada tanggal 29 desember 2008 M, oleh bupati rokan hulu Drs.H. Achmad, M.Si, yang di saksikan langsung oleh kepala

dinas/Badan Kantor serta disaksikan juga oleh Dr. Mustafa Umar, MA, penceramah ahli tafsir provinsi riau.

Pembangunan Masjid Madani Islamic Centre (MAMIC) dimulai pada tahun 2008 yang pelaksanaan pemangunannya di percayakan kepada PT. Citra Murni Semesta Jakarta sebagai konsultan perencanaan, PT. Holistika Prima Grahita sebagai konsultan pengawas dan kontraktor pelaksana PT. Total Bangun Persada.

Masjid Agung Madani Islamic Centre Rokan Hulu diresmikan penggunannya di hari Jumat tanggal 25 Sya'ban 1431 H, bertepatan pada tanggal 06 Agustus 2010 M oleh bupati Rokan Hulu Drs. H. Achmad, M. Si. Bangunan masjid ini memiliki banyak keindahan sehingga dijadikan sebagai ikon atau lambang dari kabupaten rokan hulu, yang menjadikannya sebagai objek wisata yang harus di kunjungi ketika berkunjung ke Rokan Hulu pasir pangaraian.

Adapun visi dan misi masjid agung madani Islamic centre adalah :

- a. Visi
Visi dari masjid agung madani Islamic centre adalah terwujudnya masjid agung madani Islamic centre kabupaten rokan hulu menjadi pusat kajian islam dan penerpan nilai-nilai Al-Qur'an serta pembinaan umat secara islami sehingga menjadi pelopor pengembangan islam di dunia internasional.
- b. Misi
Demi terciptanya visi yang di atas maka misi yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:
 1. Meningkatkan pengelolaan masjid secara profesional dan bertanggung jawab

2. Meningkatkan kegiatan masjid baik dibidang imarah, idarah, maupun ri'ayah.
3. Menjadikan masjid sebagai pusat kajian dan dan penerapan imtak dan imtek serta semabagai wadah pemersatu umat islam.
4. Menjadikan masjid menjadi siar kebesaran islam dan simbol persatuan dan kesatuan serta kemajuan umat islam.
5. Meningkatkan fungsi masjid sebagai tempat ibadah sekaligus aktifitas sosial umat dan ekonomi masyarakat islam.
6. Menjadikan masjid agung sebagai pelopor masjid paripurna bertaraf internasional.

Dengan kata lain harapan yang cukup besar terhadap masjid tersebut bagi kelangsungan dan kamajuan syariat islam. Secara otomatis untuk meningkatkan kenyamanan masyarakat atau pengunjung Islamic centre pemerintah menyediakan sarana dan prasarana seperti :

a. Sarana ibadah

Sarana ibadah yang disediakan dalam masjid Islamic centre antara lain adalah tempat shalat yang terdiri dari permadani tebal yang berasal dari turki, ruangan utama yang berkapasitas 5.000 jamaah dengan full AC, ruangan kedua berkapasitas sebanyak 2.500 jamaah, serta di lantai Mezzanine kapasitas 3000 jamaah jadi secara keseluruhan terseia ruangan ibadah dengan kapasitas 10.000 jamaah . kemudian tempat wudhu/kamar mandi/WC tersedia baik di basement masjid, untuk bagian utara terdapat 120 kran air wudhu, 8 buah toilet dan terdapat pula 8 toilet di dekat ruang pertemuan convention hall dengan 20 kran wudhu, dan untuk tamu VIP

juga disediakan toilet khusus yang terletak di bagian barat masjid.

Masjid juga dilengkapi dengan pembangkit listrik untuk mengantisipasi listrik masjid, sound system dan multimedia penunjang ibadah.

b. Sarana pengelolaan masjid

Untuk memudahkan administrasi dalam masjid tersedia ruangan yang di gunakan untuk kepengurusan masjid berupa kamar tidur, ruang rapat, perpustakaan digital masjid yang canggih dengan 28 unit computer yang dilengkapi AC, poliklinik yang memiliki 4 tenaga kesehatan yang buka setiap hari pada jam kerja.

c. Sarana penunjang masjid

Disamping itu masjid juga dilengkapi sarana penunjang seperti aula serba guna, minimarket yang berbasis syariah, TPA tau Madrasah sebagai sarana pendidikan, penitipan sepatu lebih kurang berjumlah 1.500 penitipan sepatu serta SATPAM untuk menjaga dan mengamankan keadaan disekitaran masjid.

Tabel 1 : Data Jumlah Pengunjung

NO TAHUN	JUMLAH
1 2016	3.200 orang
2 2017	6.606 orang
3 2018	6.812 orang

Sumber : Masjid Agung Madani Islamic Centre 2018.

Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa setiap tahunnya selalu terjadi kenaikan pada jumlah pengunjung Islamic centre Rokan Hulu. Di tahun 2016 jumlah pengunjung mencapai 648 orang pengunjung, selanjutnya di tahun 2017 terjadi kenaikan dari tahun 2016 sebanyak

3.406 orang sehingga jumlah pengunjung di tahun 2017 menjadi 6.606 orang, serta di tahun 2018 kenaikan yang terjadi tidak terlalu signifikan disbanding tahun sebelumnya yaitu hanya 212 pengunjung saja.

Masjid ini memiliki letak strategis yaitu di pusat kota pasir pangaraian di daerah kompleks PEMDA tepat di depannya adalah wilayah astaka Purna MTQ yang baru-baru ini di bangun sebuah taman yang dinamakan Dataran Tinggi Pematang Baih. Dari fasilitas yang tersedia banyak UKM yang bermunculan, seperti pedagang kaki lima yang berjejeran di area yang sudah di siapkan oleh pihak yang berwenang.

Pedagang yang berjualan di luar masjid madani Islamic center sangat beragam, karena mereka memiliki aktivitas yang dapat mempengaruhi pendapatan mereka, aktivitas ini dilihat dari jam kerja atau jam mereka mulai membuka lapak, modal yang mereka miliki dan keberagaman produk yang mereka sediakan. Aktivitas dari pedagang objek wisata Masjid Agung Madani Islamic Centre tidak lepas dari kebutuhan apa yang di perlukan oleh pengunjung objek wisata tersebut. kesempatan ini lah yang di gunakan atau di manfaatkan oleh masyarakat sebagai pedagang untuk memunculkan ide-ide atau gagasan baru yang sekiranya adalah hal yang dibutuhkan oleh pengunjung Islamic Centre. Semakin baik pengelolaan dari objek wisata Masjid Madani Islamic Centre maka akan berbanding lurus dengan dengan pendapatan pedagang kaki lima sebagai pelaku UKM (Usaha Kecil Menengah).

KERANGKA TEORI

Studi Kepustakaan

Berdasarkan Pendit (2003) menjelaskan bahwa pariwisata pertama kali diperkenalkan oleh dua budayawan sekitar tahun 1996, yaitu Moh. Yamin dan Prijono memberi usulan kepada pemerintah saat itu untuk menjadi istilah tour agar sesuai dengan bahasa khas nusantara agar dapat mudah diserap oleh seluruh kalangan jenis masyarakat. Menurut Perda Riau No 18 Tahun 2019 pariwisata merupakan satu aspek pembangunan ekonomi yang mampu mempercepat pembangunan perekonomian daerah dan masyarakat sehingga perl didukung oleh pemerintah

Sehingga dapat di artikan secara keseluruhan, pariwisata adalah kegiatan atau aktivitas secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) untuk berkeliling secara terus-menerus.

Sedangkan pariwisata menurut spillane (1987 : 20) adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan/keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam dan ilmu.

Defenisi lain dari pariwisata menurut wahab dalam kurniansyah,2014 adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan dari orang-orang yang menyajikan dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan atau kepuasan yang beraneka ragam dan dan berebeda dengan tempat nya berasal atau memiliki pekerjaan tetap.

Dengan kata lain pariwisata ini sangat berpengaruh dengan psikologi seseorang karena kebanyakan yang melakukan kunjungan wisata adalah dengan tujuan untuk memperbaiki rasa

jiwa yang terpengaruh karena aktivitas keseharian yang membuat penat seseorang sehingga memerlukan istirahat sejenak dari semua rutinitas yang melelahkan.

Sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang perlu dikembangkan demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah. Dengan melakukan pengembangan potensi pariwisata yang dimiliki suatu daerah akan berdampak pada sektor ekonomi daerah tersebut. Karena konsep pariwisata mencakup tentang upaya pemberdayaan, usaha pariwisata, objek dan daya tarik wisata serta berbagai jenis usaha yang tercipta karena dipengaruhi sektor pariwisata tersebut, tidak hanya perusahaan-perusahaan travel, hotel, agen perjalanan tapi usaha dalam sector informal seperti UKM (Usaha Kecil Menengah) yang muncul dan tumbuh serta berkembang akibat dari peran objek wisata di daerah tersebut. Dengan demikian objek wisata ini dapat dikatakan berperan penting dalam perekonomian daerah objek wisata tersebut.

Berikut ini 3 Peran pariwisata ;

A. Peran ekonomi

- a. pendapatan masyarakat dan daerah
Dapat dikatakan berperan dalam pendapatan berasal dari pembelanjaan yang dikeluarkan wisatawan selama melakukan perjalanan ataupun persinggahan seperti untuk hotel, makan dan minum, cinderamata, akomodasi dan lainnya.
- a. Pariwisata berpengaruh positif pada perluasan peluang tenaga usaha dan kerja.

Semakin banyak pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke sebuah objek wisata maka semakin banyak pula permintaan kebutuhannya. Dengan kata

lain upaya dalam pemenuhan kebutuhan dari permintaan wisatawan tersebut akan membuka peluang usaha yang sesuai dengan permintaan pengunjung objek wisata tersebut, karena terciptanya peluang ini maka akan berakibat pada bertambahnya lapangan pekerjaan dalam kata lain akan mengurangi tingkat pengangguran di daerah objek wisata tersebut.

b. Peran sosial

- a. Semakin luas lapangan perusahaan ataupun bentuk usaha yang bermunculan karena pengelolaan pariwisata yang baik.

- b. Timbulnya hubungan yang semakin erat

Dengan kegiatan pariwisata dapat mempererat hubungan antara masyarakat sekitar bahkan antar masyarakat daerah objek wisata dengan pengunjung yang berdatangan dari berbagai daerah, kenapa semakin mempererat hubungan karena dalam kegiatan tersebut terjadi interaksi yang cukup intens.

c. Peran kebudayaan

Salah satu yang menjadi tujuan dari wisatawan mengunjungi suatu daerah adalah keanekaragaman budaya yang dijanjikan oleh daerah tersebut sehingga pengunjung memutuskan untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

Dengan kata lain pariwisata ini berpengaruh dalam peran pemeliharaan dan pelestarian budaya yang ada di Indonesia sehingga budaya dan keanekaragaman yang dimiliki oleh daerah tersebut dapat dilestarikan dan dikembangkan lagi.

Secara garis besar dapat di simpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan meninggalkan rumah atau pergi skeleompok atau perorangan ke suatu daerah atau tempat atau secara ringkasnya segala sesuatu kegiatan yang berurusan dengan wisata.

Objek Wisata

Menurut Suwanto (2004 : 23) menjelaskan bahwa objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan atau pengunjung suatu daerah.

Objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (fendeli dalam asriandy,2016)

Setiap objek wisata pasti memiliki daya tarik tersendiri yang di miliki sehingga menjadi suatu aset yang dapat di jual kepada wisatawan. dalam buku pengantar ilmu pariwisata tahun 1985 A. Yoeti menyatakan bahwa daya tarik wisata atau tourist attraction yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Berdasarkan lokasi yang dituju objek wisata di kelompokkan menjadi empat (4) jenis yaitu;

a. Wisata Sejarah

Objek wisata ini menyediakan berbagai peninggalan dan situs sejarah,berkaitan dengan masa lampau seperti prasasti,museum.

b. Wisata Alam

Wisata alam adalah wisata yang menyajikan berupa keindahan alam sekitar, mata kita akan di manjakan dengan keindahan yang telah disediakan oleh alam itu sendiri.

c. Wisata Religi

Wisata religi dilakukan dengan mengunjungi tempat khusus umat beragama,makam,tempat,beribadah. Dengan tujuan mendekatkan diri kepada tuhan sang pencipta.

d. Wisata Pendidikan

Wisata ini juga sering di sebut wisata edukasi yang dalam pelaksanaannya bertujuan untuk menunjang pelajaran yang telah diberikan disekolah.

Padasarnya wisatawan tertarik mengunjungi suatu objek wisata karena terdapat ciri khas yaitu :

1. Keindahan alam
2. Iklim dan cuaca
3. Kebudayaan
4. Sejarah
5. Ethnicity
6. Accessibility

Dibawah ini merupakan unsur penting dalam objek wisata sebagai berikut:

a. Daya Tarik

Daya tarik ini merupakan unsur utama yang harus dimiliki suatu objek wisata, karena wisatawan mengadakan suatu perjalanan wisata adalah untuk menyaksikan, merasakan dan menikmati daya tarik yang disuguhkan oleh tempat wisata tersebut.

b. Prasarana Wisata

Prasarana ini bertujuan untuk melayani para wisatawan selama perjalanan seperti fasilitas yang disediakan objek wisata. Prasarana ini meliputi :

1. Prasarana Akomodasi

Prasarana ini merupakan prasarana fasilitas utama dalam kegiatan wisata, karena dalam kegiatan wisata proporsi terbesar dari pengeluaran wisatawan adalah

kebutuhan menginap, makan dan minum.

2. Prasarana Pendukung

Prasarana pendukung harus diletakkan pada posisi yang mudah di capai oleh para wisatawan serta jenis dan jumlahnya harus sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

3. Sarana Wisata

Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata antara lain biro perjalanan, alat transportasi, alat komunikasi, serta sarana lainnya yang di anggap perlu, karena tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama. Pengadaan prasarana ini harus sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

4. Infrastruktur

Infrastruktur adalah pendukung fungsi sarana dan prasarana wisata baik secara fisik atau nonfisik. Infrastruktur yang baik dan memadai akan membantu meningkatkan fungsi sarana wisata, sekaligus juga membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidupnya.

Kehadiran objek wisata dalam suatu daerah secara tidak langsung dapat memberi pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitaran objek wisata.

Usaha Kecil Menengah

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak RP. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta usaha tersebut berjalan sendiri.

Dalam perspektif perkembangannya UKM dapat di klasifikasikan menjadi 4

(empat) kelompok yaitu ; (Arief Rahmana,2009)

- a. *Livelihood activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum di kenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima
- b. *Micro enterpices*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small dynamic enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast moving enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB)

Pengembangan Usaha (Usaha Kecil Menengah)

Menurut Anoraga, 2007 ; 66 pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wira usaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Dalam hal ini jika dapat terlaksana dengan baik maka usaha kecil dapat menjadi sebuah usaha besar.

Pengembangan usaha merupakan suatu bentuk usaha yang di lakukan untuk usaha itu sendiri agar dapat berkembang lebih baik sehingga dapat mencapai satu titik kesuksesan tapi seiring waktu kesuksesan ini bersifat fleksibel. Perkembangan usaha ditunjukkan ketika adanya kenaikan omset penjualan.

Pengertian usaha kecil menengah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia usaha menurut etimologi berarti bekerja sedangkan menurut terminologi berarti kegiatan mendaya fungsikan tenaga (fikiran dan badan) untuk mencapai suatu

maksud tertentu. Usaha kecil adalah adalah orang yang berani membuka lapangan pekerjaan dengan kekuatan sendiri, tetapi juga menguntungkan pihak lain, dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan.

Yang mempengaruhi perkembangan usaha ada dua faktor yaitu ;

a. Pengaruh Internal

Pengaruh internal dapat mencakup adanya niat dari pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya, dan mengetahui secara detail barang yang akan di jual dan menentukan anggaran yang pas untuk mengetahui berapa pemasukan dan pengeluarannya.

b. Pengaruh Eksternal

Untuk pengaruh dari luar sendiri biasanya bersifat umum seperti dapat mengikuti perkembangan zaman yaitu seperti bias mengetahui bagaimana kondisi sekitar dan dapat menentukan harga dan kualitas barang yang akan di jual.

Di bawah ini teknik dalam pengembangan usaha beberapa langkah yang harus di jalani adalah

a. Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga

kerja, teknologi, system distribusi, dan tempat usahanya (Suryana, 2006 : 156). Tapi dalam kasus ini bila produk barang atau jasa yang sudah dihasilkan sudah mencapai titik efisien, maka peningkatan skala ekonomis ini tidak perlu dilakukan karna akan berdampak pada kenaikan biaya usaha. Jika cara ini mengalami jalan buntu maka di anjurkan untuk memilih langkah kedua yaitu perluasan cangkupan usaha.

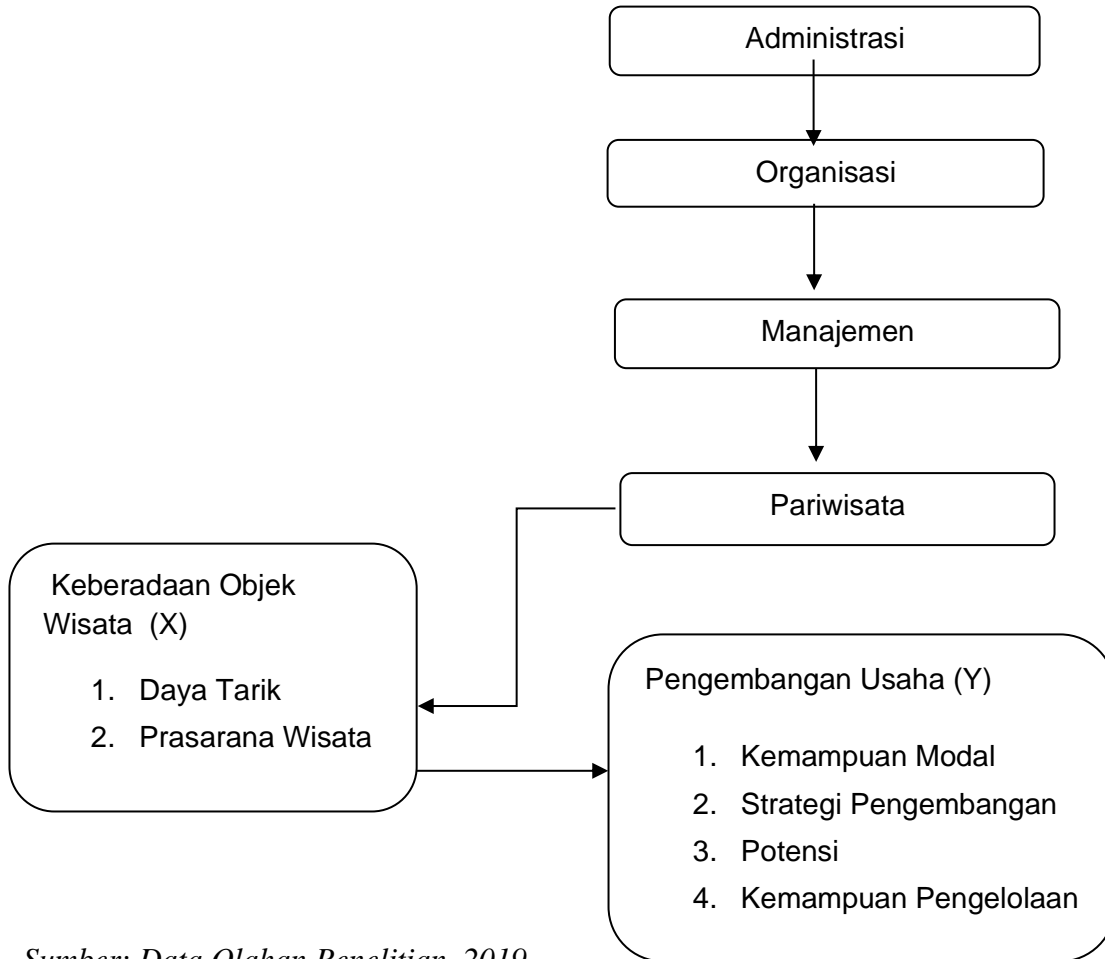
b. Perluasan Cangkupan Usaha

Langkah ini merupakan jalan kedua jika langkah pertama tidak dapat terlaksana. Langkah ini dapat dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang di produksi (diversifikasi). Dengan kata lain sasaran pasar mengalami perluasan akan tetapi perluasan ini harus tetap sesuai dengan kondisi lingkungan usaha.

UKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus di genjot pemerintah karena digadang-gadang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan.

Kerangka Pikiran

Gambar 1. Kerangka Pikir tentang Pengaruh Keberadaan Objek Wisata Islamic Centre Terhadap Pengembangan Usaha (UKM) Pematang Baih Pasirpangarian



Sumber: Data Olahan Penelitian, 2019

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian survei deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa serta mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di tempat penelitian.

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi

atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015;12).

Tipe penelitian ini digunakan agar dapat mengetahui “Pengaruh Keberadaan Wisata Islamic Center terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Pematang Baih Pasirpangarian”.

Teknik Analisis Data Dan Uji Hipotesis

Dalam menganalisa data penulis menggunakan metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015;12).

1. Teknik Analisis Data

Analisis data metode kuantitatif yaitu metode yang menunjukkan kepada riset dalam bentuk rumus-rumus. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Islamic Center terhadap pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) pedagang kaki lima di sekitaran bahu jalan. Maka penulis menggunakan analisis yang hanya melibatkan dua variabel (X) dan (Y), yaitu:

A. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner.. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item – total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung > r tabel (pada taraf signifikansi 5%) dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005;45).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang =berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2005;41).

c. Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen. Adapun persamaan regresi linear sederhana adalah :

$$Y' = \alpha + bX$$

Dimana :

Y' = Subyek dalam variabel dependen yang di prediksi

a = Harga Y bila X = 0 (Harga Konstanta)

b = Angka arah atau koefesian regresi

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan uji t statistic, yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara dua variabel. Dengan ketentuan jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat di artikan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan begitu sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Tabel 2. Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keberadaan Objek Wisata (X)**

No	Pernyataan	Frekuensi			Jumlah	Bobot	Keterangan
		B	CB	TB			
1	Pencarian Informasi Sejarah Berpengaruh pada Kunjungan	18	14	10	42	2,19	Cukup Berpengaruh
2	Tetarik Dengan Keindahan Seni dan Budaya	22	12	8	42	2,33	Cukup Berpengaruh
3	Fasilitas Yang Lengkap	22	17	3	42	2,45	Berpengaruh
4	Kenyamanan Sarana dan Prasarana	18	18	6	42	2,29	Cukup Berpengaruh
Jumlah		80	61	27	168	9,35	
Rata-Rata		20	15,25	6,75	42	2,34	Cukup Berpengaruh

Sumber : Data Olahan Penulis 2020

Dari data tabel rekapitulasi di atas tentang tanggapan responden terhadap keberadaan objek Wisata Masjid Agung Madani Islamic Center dengan 4 Sub Indikator Yaitu yang pertama adalah Sejarah dengan nilai skor 2,19 dan berada dalam skala interval kategori Cukup Berpengaruh, yang kedua budaya dengan nilai skor 2,33 dan berada dalam skala Interval Cukup Berpengaruh, selanjutnya yang ketiga yaitu Kebutuhan Fasilitas pengunjung dengan nilai skor 2,45 yang berada dalam skala interval kategori Berpengaruh, dan yang terakhir adalah kenyamanan sarana dan prasarana dengan nilai skor 2,29 yang berada dalam kategori skala interval Cukup Berpengaruh. Dari

hasil rekapitulasi di atas diperoleh kesimpulan bahwa indikator daya tarik dan prasarana objek wisata Cukup Berpengaruh terhadap kunjungan Masjid Madani Islamic Center dengan skor nilai 2,34.

Berdasarkan wawancara seorang pedagang yang bernama Ridoan mengutarakan :

“Semenjak ada bangunan ini jadi ramai orang yang datang kadang untuk jalan-jalan sore, untuk naik menara 99 melihat suasana Pasirpangaraian dari ketinggian dan kadang untuk ibadah, yang dari luar daerah juga banyak”

Tabel 3. Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Pengembangan Usaha (Y)

No	Pernyataan	Frekuensi			Jumlah	Skor	Kriteria
		B	CB	TB			
1	Kunjungan Berpengaruh Pada Perputaran Modal	19	19	4	42	2,36	Cukup Berpengaruh
2	Kunjungan Berpengaruh Pada Keuntungan Penjualan	20	14	8	42	2,29	Cukup Berpengaruh
3	Keberadaan Objek Wisata Memunculkan Peluang Usaha	20	12	10	42	2,24	Cukup Berpengaruh
4	Keberadaan Berpengaruh Dalam Kemudahan Menentukan Jenis Usaha	14	14	14	42	2	Cukup Berpengaruh
5	Tingkat Pendidikan Mempengaruhi Keberlangsungan Usaha	12	12	18	42	1,86	Cukup Berpengaruh
6	Pengaruh Prasarana Terhadap Aktifitas Pedagang	16	20	6	42	2,24	Cukup Berpengaruh
7	Pengalaman mempengaruhi Keberlangsungan Usaha	25	15	2	42	2,55	Berpengaruh
8	Inovasi Dapat Mempengaruhi Pengembangan Usaha	28	11	3	42	2,6	Berpengaruh
Jumlah		154	117	65	336	18,14	
Rata-Rata		19,25	14,625	8,125	42	2,27	Cukup Berpengaruh

Sumber : Data Olahan Penulis 2020

Dari data tabel rekapitulasi variabel Y dapat dilihat bahwa Variabel

Pengembangan usaha dengan 8 item pernyataan yaitu yang pertama tentang

perputaran modal dengan nilai skor 2,36 berada dalam kategori cukup berpengaruh, kedua keuntungan dengan nilai skor 2,29 berada dalam kategori cukup berpengaruh, yang ketiga identifikasi peluang usaha dengan skor 2,24 berada dalam kategori cukup berpengaruh, yang ke empat yaitu merumuskan alternative usaha dengan nilai skor 2,00 berada dalam kategori cukup berpengaruh, yang kelima tingkat pendidikan dengan nilai skor 1,86 berada dalam kategori cukup berpengaruh, yang ke enam prasarana usaha dengan nilai skor

2,24 yang berada dalam kategori cukup berpengaruh dan yang ke tujuh pengalaman dengan nilai skor 2,55 berada dalam kategori berpengaruh, serta yang kedelapan yaitu kreatifitas dengan nilai skor 2,60 yang berada dalam kategori berpengaruh.

Jika dihubungkan antara bobot dan responden diperoleh nilai rata-rata 2,27 yang artinya tanggapan responden pada variabel Pengembangan Usaha (Y) berada dalam skala interval cukup berpengaruh.

Tabel 4. Rekapitulasi tanggapan Responden Tentang Pengaruh Keberadaan Objek Wisata Islamic Centre Terhadap Pengembangan Usaha (UKM)

No	Variabel	Frekuensi			Rata-Rata
		B	CB	TB	
1	Keberadaan Objek Wisata (X)	80	61	27	2,34
2	Pengembangan Usaha (Y)	154	117	65	2,27

Sumber : Data Olahan Penulis 2020

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan tanggapan responden pada variabel Keberadaan Objek Wisata dengan nilai rata-rata 2,34 yang menunjukkan bahwa tanggapan secara keseluruhan adalah cukup berpengaruh.

Sedangkan tanggapan pada variabel Pengembangan Usaha dengan nilai rata-rata 2,27 yang artinya secara keseluruhan tanggapan responden pada variabel Pengembangan Usaha adalah cukup berpengaruh.

Teknik Analisis Data

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Keberadaan Objek Wisata (X)

No	Item Pernyataan	Corrected item-total Correlation	rTabel	Keterangan
1	Budaya	0,714	0,3004	Valid
2	Sejarah	0,812		Valid
3	Kebutuhan	0,739		Valid
4	Kenyamanan	0,505		Valid

Sumber : Data Olahan Penulis SPSS 20.0, 2020

Pengaruh Keberadaan Objek Wisata Islamic Centre Terhadap Pengembangan UKM...
Eltina Destriana dan Arief Rifa'i Harahap

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua 4 item pernyataan dari variabel Keberadaan Objek Wisata (X)

dinyatakan valid dan layak dijadikan untuk pengukuran variabel penelitian karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Pengembangan Usaha (Y)

No	Item Pernyataan	Corrected item-total Correlation	RTabel	Keterangan
1	Perputaran Modal	0,380	0,3004	Valid
2	Keuntungan	0,747		Valid
3	Identifikasi Peluang	0,751		Valid
4	Merumuskan Alternatif Usaha	0,639		Valid
5	Tingkat Pendidikan	0,401		Valid
6	Prasarana	0,383		Valid
7	Pengalaman	0,430		Valid
8	Kreatifitas	0,750		Valid

Sumber : Data Olahan Penulis SPSS 20.0, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan kuisioner untuk variable Pengembangan Usaha (Y) dapat dikatakan valid, dikarenakan r hitung lebih

besar daripada r tabel sehingga item tersebut layak dijadikan pengukuran penelitian variable.

Tabel 7. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
1	Keberadaan Objek Wisata (X)	4	0,637	0,60	Reliabel
2	Pengembangan Usaha (Y)	8	0,743		Reliabel

Sumber : Data Olahan Penulis SPSS 20.0, 2020

Dari tabel V.14 diatas menunjukkan variable Keberadaan Objek Wisata (X) dengan Cronbach's Alpha 0,637 lebih besar dari Batas Reabilitas 0.60 dan untuk variable Pengembangan

Usaha (Y) Cronbach's Alpha 0,743 lebih besar dibaning Batas Reliabilitas yaitu 0.60.

Dari hasil pengujian reliabilitas Cronbach's Alpha lebih besar dibandingkan batas reliabilitasnya, hal ini dapat di artikan bahwa variable yang

digunakan sudah konsisten dan dapat dipercaya serta alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable.

Tabel 8. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,643	2,178		3,609	,017
	X	,713	,230	,820	9,777	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan Penulis SPSS 20.0 2020

Dari hasil output SPSS 20.0 dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,643 + 0,713X$$

Yang dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta = 3,643

Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen Keberadaan Objek Wisata. Bila dependen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel Pengembangan Usaha akan naik.

- b. Keberadaan Objek Wisata X = 0,713

Merupakan nilai koefisien regresi variabel Keberadaan Objek Wisata terhadap Pengembangan Usaha mengalami kenaikan satu kesatuan, maka Pengembangan Usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,713 atau 71,3%, koefisien bernilai positif artinya antara Keberadaan Objek Wisata (X) dan Pengembangan Usaha (Y) hubungan Positif.

Tabel 9. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,643	2,178		3,609	,017
	X	,713	,230	,820	9,777	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan Penulis SPSS 20.0 2020

Berdasarkan tabel di atas Variabel Keberadaan Objek Wisata (X) menghasilkan nilai t hitung 9,777 dan diketahui nilai t tabelnya 1,681. Sehingga

dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Keberadaan Objek Wisata bernilai positif dan signifikan terhadap variabel Y atau Pengembangan Usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, pengamatan dan pengolahan data penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil penelitian dan pengolahan data melalui aplikasi, penulis menarik kesimpulan bahwa Keberadaan objek wisata cukup berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Kecil Menengah. Dikatakan demikian karena hasil Skala kinterval kategorinya berada dalam kategori Cukup Berpengaruh yaitu di antara 1,71- 2,40.
2. Pada uji validitas dan reliabilitas sebanyak 12 item pernyataan kuisioner dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari rtabel, dengan acuan rtabel 0,3004. Hasil tersebut diperoleh dengan menggunakan SPSS Versi 20.0.
3. Dan untuk uji t dengan menggunakan SPSS Versi 20.0 penulis memperoleh hasil r hitung senilai 9,777 dan rtabel senilai 1,681 atau r hitung lebih besar dibanding rtabel yang dalam kata lain hasil yang diperoleh adalah signifikan. Dikatakan signifikan yaitu Variabel (Keberadaan Objek Wisata) memiliki pengaruh positif terhadap Variabel

Pengembangan Usaha (Y) dengan nilai yang positif.

4. Pada tabel uji regresi linear sederhana dilihat bahwa Pengembangan Usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,713 atau 71,3% per satuan , koefesien bernilai positif artinya antara Keberadaan Objek Wisata (X) dan Pengembangan Usaha (Y) hubungan Positif.

Saran

Dalam hal ini izinkan penulis memberikan saran yang berhubungan dengan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Di karenakan pengunjung yang berdatangan semakin tahun memiliki kenaikan jumlah maka segera sarana dan prasarana seharusnya haruslah lebih di perhatikan seperti jumlah kamar mandi seiring dengan bertambahnya dengan kunjungan wisata.
2. Pedagang yang berada disekitaran Masjid Agung Madani Islamic Centre ini seharusnya memiliki hak usaha penuh dan juga kewajiban seiring dengan hak yang di peroleh.
3. Para pedagang dituntut harus tetap inovatif dalam pelaksanaan usahanya agar tidak terkesan sebagai pelaku usaha musiman dan keuntungan yag didapatkan juga terus menaik.
4. Diperlukannya andil dari pihak Dinas Koperasi Dan UKM dalam penataan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Sujarweni, V. Wratna. 2018. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta : Pustakabarupress
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Dewi, I. C. (2011). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakaraya.
- Faud, M. (2006). *Pengantar Bisnis. Cetakan Kelima*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Revisi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (1995). *Manajemen Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan , M. S. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan 9*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Hasibuan, M. S. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lind, W. (2014). *Teknik-Teknik Statistika Dalam Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- M.L, J. (2014). *Ekonomi Pembangunan Dan Perencanaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nyoman, S. (1990). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradana Paramita.
- Putu G. Gayatri, I. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Riadi, M. (2013). *Jurnal Devenisi Usaha Kecil*. Yogyakarta.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sondang, P. S. (2003). *Filsafat Administrasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sondang, P. S. (2004). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2002). *Usaha Kecil Dan Menengah Indonesia : Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tohar, M. (2001). *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Penerbit Kasinus.
- Warren, C. S. (2015). *Pengantar Akuntansi Edisi 25*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zulkifli, A. A. (2013). *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja*

Pengaruh Keberadaan Objek Wisata Islamic Centre Terhadap Pengembangan UKM...
Eltina Destriana dan Arief Rifa'i Harahap

Mahasiswa. Pekanbaru: Fisipol
UIR.

Jurnal :

Sayyidatul Ramadhani. Hs. 2018 ,
*Pengelolaan Wisata Keagamaan
Masjid Agung Islamic Centre
Pasir Pangarian Kab. Rokan Hulu,*
Halaman 38-45, Riau, Universitas
Islam Negri Sultan Syarif Kasim

Sulistyo . 2010, *Pengembangan Usaha
Kecil Menengah Dengan Basis
Ekonomi Kerakyatan Di
Kabupaten Malang,* Halaman 23-
31, Malang, Univeritas
Kanjuruhan Malang.

Umi Hani. 2019, *Analisis Kepuasan
Pengunjung Wisata Islamic Centre
Kabupaten Rokan Hulu,* Volime 1,
Halaman 8-12, Riau, Universitas
Pasir Pangarian