BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi objek wisata Limbuhang Haliau

Filosofi dari nama Limbuhang Haliau yaitu, Limbuhang diambil dari bahasa banjar konu yang berarti sumur dalam nan jernih. Sedangkan, Haliau adalah Nama dari desa wisata itu tidak ada yang istemewa dari pemberian nama itu, melainkan agar mudah diingat dan beda dari pada yang lain.

Letak geografi wisata gua limbuhang haliau berada di desa haliau, pagat, Kecamatan batu benawa, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kalimantan Selatan Unuk mencapai destinasi wisata Limbuhang ini, wisatawan harus berkendara selama 15 menit atau 10 km dari pusat kota. diatas Tanah seluas 2 hektar lebih yang dibeli H Rosyadi 2014 silam dari neneknya, ternyata terdapat sebuah gua. Letaknya tidak terlalu jauh dari jalan didesa itu.

Menurut hasil wawancara dengan pemilik wisata, Yadi mengatakan jika cuci muka didalam gua wajah bisa berseri dan enak dipandang. Bahkan, menurutnya, bagi orang yang punya penglihatan indera keenam mampu melihat dan merasakan kehadiran penghuni gua. anak ke-4 dari 6 bersaudara ini menemukan gua itu pada 4 agustus 2018. 4 hari kemudian, 8 agustus, dai dan kawan-kawan membukanya sebagai

tempat wisata. “ Waktu pertama dibuka, yang mendominasi berkunjung kesini (Limbuhang) pelajar, SMA, SMP,” ujar (Yadi, 2020).

Menurutnya, yang istimewa adalah guanya. Gua di wisata Limbuhang ini tak biasa. Jika kebanyakan gua berada didataran tinggi atau tebing-tebing pegunungan, Limbuhang justru didalam tanah.

Jika kita masuk ke wisata ini, tepat berada dihutan dengan bunyi-bunyian alam seperti kicauan burung, seluas wisatanya. Didalamnya terdapat danau, aliran sungai. Gua dan untuk menuju guanya, wisatawan disuguhi jalan menanjak layaknya naik ke pegunungan. Semuanya alami khas hutan dan pegunungan, tak dibuat-buat. Kecuali danau, yang dibendung.

Fasilitas di wisata ini pun cukup memadai, mulai dari pemandian, mushalla, dan tempat nongkrong serta penginapan dan konsumsi tersedia diwisata itu.

Objek wisata limbuhang haliau ini pun jadi wisata unggulan yang ada dikabupaten HST. Pasalnya setiap event pariwisata maupun peringatan hari jadi HST, Gua Limbuhang selalu berpartisipasi dalam pameran dan menjadi wisata unggulan, untuk akses kewisata itu sangat mudah bisa menempuhnya dengan motor ataupun mobil. Berwisata digua Limbuhang ini pun sangat terjangkau untuk tiket masuk kedestinasi wisatanya hanya perlu membayar Rp 5000 sudah bisa menikmati alam, ber ayun, hingga berswa foto sesuka hati namun untuk bermain air pengelola juga menyediakan ban untuk berenang denga biaya sewa Cuma Rp 5000 dan untuk berfoto digoanya membayar Rp 5000 untuk jasa perahunya. Sekitar 5000 lebih, wisata itu dikunjungi wisatawan sejak akhir pekan desember 2019 hingga akhir pecan awal 2020 tadi.

Komponen Penawaran Objek Pariwisata Limbuhang Haliau

a) Wisata Alam Goa

Objek wisata Limbuhang Haliau memiliki goa yang menjadi ikon objek wisata ini yang menjadi ciri khasnya, Goa tersebut dijadikan pengelola sebagai objek foto yang satu-satunya dimiliki Objek Wisata Limbuhang Haliau dan tidak dimiliki pesaingnya.

b) Spot Foto Kekinian

Pengelola Pariwisata Limbuhang Haliau memang berfokus pada spot foto yang menarik, karena melihat perilaku wisatawan yang memiliki kebutuhan untuk mengabadikan momen wisatanya.

c) Wisata Air

Di tempat wisata Limbuhang Haliau juga menyediakan tempat pemandian yang berasal dari mata air murni yang segar bisa untuk mandi.

d) Pemandangan Alam

Di Limbuhang Haliau juga menawarkan pemandangan Alam asri dari pemandangan pegunungan, hutan, sungai.

e) Sewa Tempat wisata untuk acara tertentu

Tempat wisata Limbuhang Haliau juga bisa dijadikan untuk acara ulang tahun dan lainnya, mereka juga menyediakan makanan yang ingin disajikan sewaktu acara.

f) Penginapan

Bukan hanya menyediakan objek wisatanya pengelola juga menyediakan penginapan bagi wisatawan yang ingin menghabiskan waktunya di Limbuhang Haliau.

Adapun beberapa kelebihan dan kekurangan objek wisata Limbuhang Haliau sebagai berikut:

1. Kelebihan Objek Wisata Limbuhang haliau

a) Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asli yang dimiliki Limbuhang Haliau menjadi keunggulannya ditambah lagi dengan objek-objek foto yang menarik dan kekinian. Keindahan alam tercermin dari keindahan gunung, hutan, sungai, goa, danau, serta mata air. Alam yang masih asli dan indah yang didukung dengan suasana sunyi memberikan udara yang sejuk dan bersih membuat nyaman para pengunjung.

b) Kondisi keamanan yang baik dilokasi objek wisata yang menjadi faktor penting. Keamanan objek wisata Limbuhang Haliau yang disediakan oleh pengelola.

c) Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan dengan keaslian alamnya dan fasilitas yang cukup. Memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang datang ke objek wisata itu.

d) Jarak tempuh yang cukup dekat dengan pusat kota HST, lokasi yang mudah dijangkau dari kota Barabai dengan alat tranportasi roda dua atau empat.

e) Sistem pengelolan dengan menitik beratkan kekeluargaan serta pembagian keuntungan dengan sistem bagi hasil antara pengelola dengan pemilik tanah.

2. Kekurangan objek wisata Limbuhang Haliau

a) Promosi objek wisata yang masih kurang terorganisir

Promosi pariwisata yang tidak diprogramkan, yang dibiarkan berjalan dengan sendirinya dan tidak terlalu mefokuskan terhadap promosi, hanya terfokus kepada pengembangan fasilitas pariwisata. Sehingga kurangnya informasi tentang pariwiasata.

b) Manajemen yang masih sederhana, terlihat sebagai kekurangan namun bisa saja menjadi kelebihan.

c) Belum mendapat izin resmi dari pemerintah daerah

d) Kurangnya kesadaran bagi pengunjung akan kebersihan

B. Hasil Penelitian

Identitas Informan

Informan 1 : H. Yadi (Pemilik sekaligus pengelola)

Tanggal wawancara : 26 November 2020

Jenis Kelamin : Laki-laki

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik wisata Limbuhang Haliau (Yadi, 2020) mengatakan, bahwa ada dua cara promosi yang mereka implementasikan diobjek wisata itu yang pertama, promosi secara ofline berupa promosi dari mulut kemulut dan mengikuti pameran expo Sedangkan yang kedua, adalah promosi

melalui media sosial instagram dengan berkolaborasi dengan selebgram banua bahkan luar kota.. Menurut (Hasan, 2015) bauran promosi pariwisata adalah kombinasi dari periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, *direct marketing, word of mouth*, untuk mencapai target penjualan.

Kabupaten Hulu Sungai Tengah memiliki banyak sekali objek wisata baru yang dimiliki oleh swasta dan kelompok karang taruna, dengan adanya objek wisata baru menambah alternatif wisata yang akan dikunjungi wisatawan, juga membuat persaingan menjadi semakin ketat yang menuntut pengelola untuk lebih kreatif dan innovative dalam pengelolaannya.

Di objek wisata Limbuhang Haliau ini menyuguhkan wisata yang cukup komplit dan fasilitas yang memadai. Objek wisata ini menyuguhkan pemandangan pegunungan , goa, danau, hutan, sungai dan mata air serta spot-spot foto yang menarik dan kekinian. Fasilitasnya pun lengkap yakni musholla, penginapan, warung, gazebo dan lainnya.

Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Limbuhang Haliau ini didominasi oleh kaum millenial baik itu dari dalam Kabupaten HST sendiri maupun dari luar bahkan sampai dari manca Negara pun sudah pernah menginjakkan kaki kesana. Dengan wisatawan yang didominasi oleh kaum mellenial, mereka adalah pengguna media sosial yang aktif sehingga mereka berkontribusi dalam penyebaran informasi wisata itu melalui media sosial mereka.

Pengelolaan di objek wisata ini menggunakan cara bagi hasil dimana pemilik tanah mendapat 50% dan pengelolanya 50%, didalam pengelolaanya pun H Yadi mengutamakan kekeluargaan sehingga semua pekerja merasa memiliki akan objek wisata

itu dan mempunyai semangat yang tinggi untuk memajukan objek wisata mereka. Dan yang mereka utamakan adalah kepuasan akan pelayanan mereka kepada para wisatawan.

Informan 2 : Sari Hilyani (Masyarakat/Pedagang)

Tanggal wawancara : 06 Juni 2020

Jenis Kelamin : Wanita

Dampak ekonomi dari adanya objek wisata Limbuhang Haliau barupa memberi lapangan pekerjaan yang sekarang ini menyaring kurang lebih 24 pekerja dengan diberinya pekerjaan itu sekaligus memberi dampak meningkatnya daya beli masyarakat dan memberi dampak positif juga terhadap meningkatnya pendapatan para pedagang kecil disekitar objek wisata tersebut. Menurut hasil wawancara dengan pemilik warung, Hilya mengatakan dengan adanya objek wisata Limbuhang Haliau memberi dampak terhadap bertambahnya pendampatan secara signifikan untuk usaha beliau yang berada tepat diobjek wisata Limbuhang Haliau (Hilya, 2020).

Faktor penghambat objek wisata Limbuhang Haliau adalah pandemi covid-19 yang sangat memberi dampak negatif pada usaha pariwisata, namun mungkin bisa memberi dampak positif nantinya. Pandemi ini membuat penurunan kunjungan wisatwan secara drastis, sedangkan pengelola harus tetap membangun fasilitas mereka dan menggajih karyawan dengan terpaksa pengelola mencari pinjaman untuk sementara waktu, walaupun ada beberapa orang yang menawarkan suntikan dana namun pengelola masih mempertimbangkan dalam hal itu.

C. Implementasi strategi promosi objek wisata Limbuhang Haliau

Strategi Promosi Pariwisata Limbuhang Haliau

Promosi pariwisata yang diimplementasikan pengelola Limbuhang berupa iklan publikasi menggunakan media sosial instagram untuk mengiklankan atau memberi informasi mengenai objek pariwisata mereka dengan melibatkan para selebgram untuk mempublikasikan objek wisata mereka melalui beranda instagram mereka. Dan secara tidak langsung timbal balik dari postingan pengunjung yang pernah datang sangat mempengaruhi periklanan mereka agar menarik pengunjung untuk datang.

Media sosial instagram menurut (Wikipedia, 2019) adalah sebuah aplikasi berbagi foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Dapat disimpulkan bahwa media instagram ini memiliki *basic* media yaitu gambar atau video hal itu, mempermudah penyampaian informasi yang ingin disampaikan, apalagi dalam hal pariwisata gambar menjadi peran penting untuk penyampaian informasi bagi calon wisatawan untuk menarik perhatian mereka agar menjadwalkan kunjungan ketempat tertentu. Karena sebuah gambar mampu menyampaikan ribuan kata, ia dengan mudah direkam dalam benak pembaca. Tambahannya, gambar juga mampu memberikan hiburan bagi penonton. iklan adalah dunia kreatif. Di mana ide, gagasan, dan kreativitas menjadi kehidupan sekaligus kematian (Indriarto, 2015).

Instagram sebagai saluran untuk mempromosikan pariwisata Limbuhang Haliau merupakan media yang sangat tren dimasa kini, dan banyak penggunanya.

Instagram adalaha aplikasi yang popular yang menggabungkan smartphone dengan kamera dan dapat diakses dengan instan dan mudah juga untuk diunggah, sehingga dapat dilihat masyarakat lebih luas. Instagram memiliki fitur-fitur yang membantu promosi pariwisata Limbuhang Haliau seperti:

1. **Sharing**

   Sharing disini ialah berbagi foto maupun video wisatawan yang pernah berkunjung kewisata Limbuhang Haliau, dalam fitur ini berperan untuk memberikan informasi kepada calon wisatawan lain agar menjadawalkan untuk mendatangi objek wisata tersebut.

2. **Searching**

   Fitur ini juga sangat membantu bagi calon wisatawan yang masih penasaran akan informasi mengenai pariwisata Limbuhang Haliau sehingga lewat halaman pencarian instagram dapat membantu penyediaan informasi untuk calon wisatawan.

Fitur-fitur lain yang sangat berguna dan mempermudah dalam promosi melalui media Instagram adalah Tag, hashtag, dan Geotag. Semua itu mempermudah promosi bagi objek wisata Limbuhang itu, Media sosial intagram menggunakan media foto dan video sehingga sangat efektif untuk menyampaikan sebuah pesan promosi apalagi ditambah dengan caption yang menarik tanpa caption pun orang sudah dapat menyimpulkan pesan yang ingin disampaikan lewat gambar atau video yang diupload. Dan skala media sosial ini pun sangat luas berskala internasional, apalagi yang dipromosikan oleh selebgram yang memiliki banyak pengikut. Ditambah lagi setiap pengunjung yang memposting

kunjungannya kewisata Limbuhang Haliau. karena lifestyle millenial sekarang, setiap kegiatan mereka ingin selalu dishare dihalaman instagram baik itu berupa postingan maupun insta story. Tag, Hashtag, dan Geotag itu sangat membantu eksistensi wisata Limbuhang dimedia instagram.

Online and social media marketing Menurut Keller dan Kotler adalah " *online activities and programs designes to engage customers oe prospects and services"* media sosial merupakan aktifitas komunikasi pemasaran yang menggunakan media elektronik (online) dalam menarik konsumen atau perusahaan dalam berbagai bentuk (gambar, tulisan, dll) untuk meningkatkan penjualan (Keller & Kotler, 2016).

Pemanfaatan media sosial dapat berimbas positif bagi pencitraan objek atau destinasi wisata. Elya mengatakan, karena dizaman canggih sekarang ini aktifitas manusia bukan hanya didunia nyata saja namun juga aktifitas didunia maya seperti media sosial instagram. dimana manusia melakukan aktifitas mulai dari hiburan, bisnis, mencari info atau aktifitas lainnya. Akibat pandemi ini menuntut perubahan sikap masyarakat yang lebih praktis dalam baraktifitas melalui ponsel mereka masing-masing dan mereka juga memiliki banyak waktu untuk menggenggam ponsel mereka, hal itu bisa dijadikan peluang dalam pemasaran melalui media sosial ini (Elya, 2015).

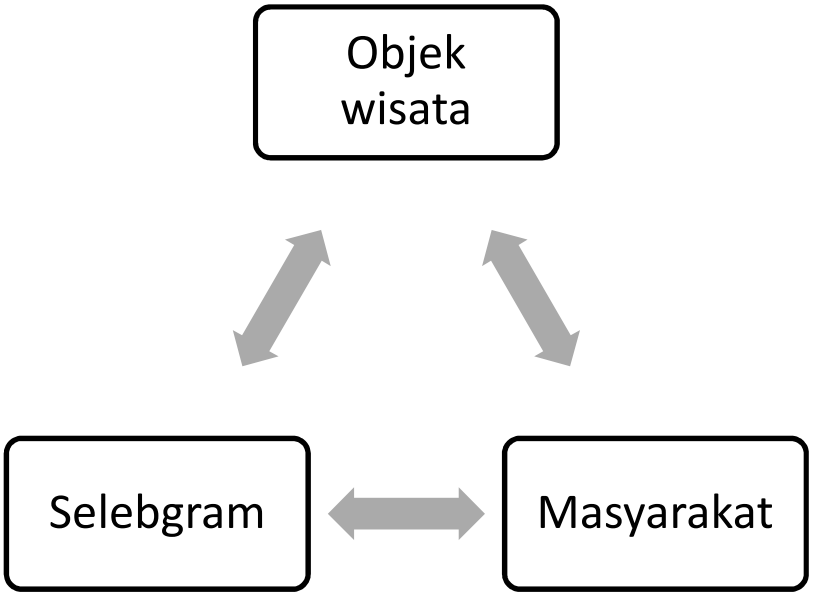
Hasil survei yang dilakukan APJII dan Polling Indonesia saat ini (16 Mei 2019) sebanyak 171.17 juta. Diungkapkan oleh sekretaris Jendral APJII, Henri Kasfi Soemartono, angka pengguna internet ini sebesar 64,8 persen dari jumlah keseluruhan penduduk di Indonesia. Menurut data yang dirilis Napoleon Cat, pada

periode Januari-Mei 2020, pengguna instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna (Imam, 2020). Media sosial sekarang bukan hanya menjadi hiburan semata akan tetapi sudah menjadi pasar, terbukti dengan adanya penawaran berupa iklan-iklan. Karena memang disitulah peluang karena adanya komunitas atau perkumpulan dimedia sosial menjadikannya sebuah pasar potensial (Liputan6, 2019).

Media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkau luar biasa dibanding dengan media manapun. Penggunaan media sosial instagram belakangan ini sangat diminati banyak masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi. Media ini dinilai dangat efektif karena mudah dan murah. Dan media sosial memiliki banyak kelebihan dibanding dengan media terdahulu yaitu media berbagi aktifitas, media berbagai pengetahuan, media untuk memperluas jejaring dan komunitas, serta media penyebaran informasi Menurut (Sulianta, 2004).

Perancangan pesan juga menjadi salah satu aspek pada promosi melalui media sosial yang dapat menentukan efektifitas media. Hasil akhir aktifitas promosi adalah untuk mendapatkan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa. media sosial instagram ini menggunakan media gambar baik berupa foto atau video sehingga sangat mudah untuk disimpulkan masyarakat dari gambar yang mereka lihat dan dengan adanya caption sebagai deskripsi atas gambar yang diposting membuat pesan yang disampaikan lebih spesifik serta adanya fitur tag yang menjadikan postingan kita lebih detail dan spesifik.

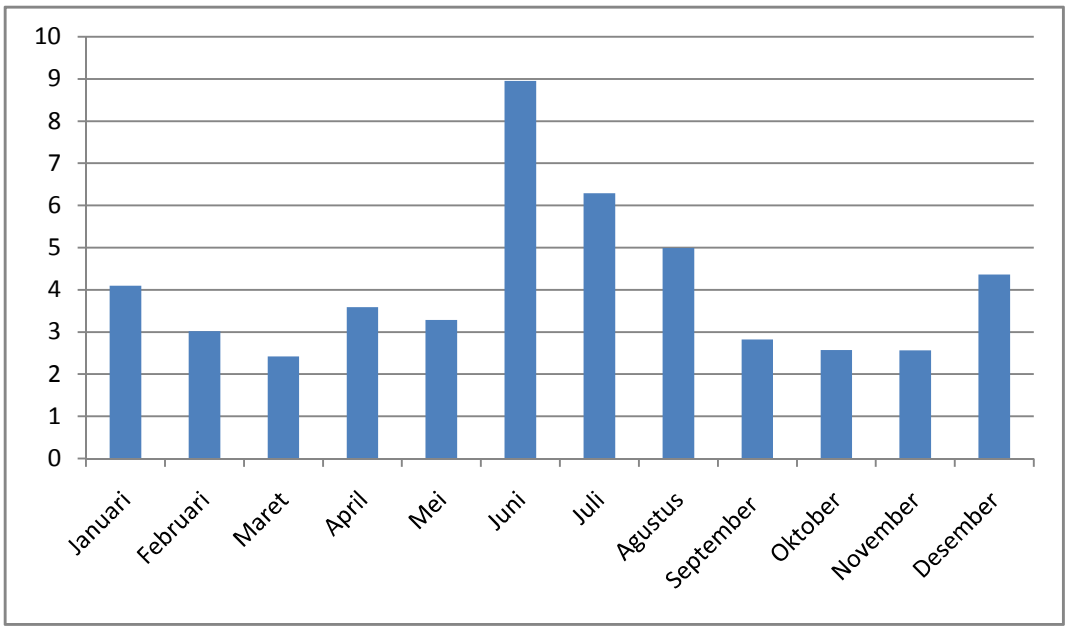
4.1 Gambar siklus promosi media sosial instagram



Promosi yang diimplementasikan oleh pengelola wisata Limbuhang Haliau Melaui media sosial instagram berkolaborasi dengan selebgram. dan secara tidak langsung wisatawan yang pernah berkunjung memberi umpan balik dan ikut berkontribusi dalam mempromosikan wisata tersebut. karena media ini sangat cepat penyebarannya dengan bergai fitur yang sangat strategis bagi pemakainya apalagi dijadikan media untuk promosi pariwisata. media ini memiiki target pasar yang tepat, karena mayoritas pengguna adalah kaum milenial.

D. Dampak strategi promosi terhadap peningkatan wisatawan

Data kunjungan wisatawan objek wisata Limbuhang Haliau 2019



Data kunjungan Wisatawan Limbuhang Haliau tahun 2019 pada bulan Januari 4.100 wisatawan, Februari 3.021 wisatawan, Maret 2.424 wisatawan, April 3.591 wisatawan, Mei 3.287 wisatawan, Juni 8.950 wisatawan, Juli 6.287 wisatawan, Agustus 4.987 wisatawan, September 2.822 wisatawan, Oktober 2.572 wisatawan, November 2.562 wisatawan, Desember 4.362 wisatawan dan Wisatawan manca Negara 18 orang.

Berdasarkan data diatas setiap bulannya tidak kurang sari 2000 wisatawan yang berkunjung ke Limbuhang Haliau. Pada bulan juni dan juli mendapat banyak kunjungan karena bulan juni dan juli adalah hari Libur panjang dan hari raya Islam. Dan pada akhir dan awal tahun lebih banyak dari pada bulan biasa. dan wisatawan yang berkunjung tidak hanya berasal dari domestik namun hingga manca Negara.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah

mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu berguna untuknya, maka konsumen tidak akan pernah membelinya (Tjipto, 2001).

Peran media sosial instagram turut berkontribusi untuk mempromosikan agar meningkatnya wisatawan yang datang ke Limbuhang Haliau. Apalagi saat libur panjang masyarakat membutuhkan tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi dengan adanya media sosial mereka mudah mencari informasi disitulah peluang dan peran media sosial instagram sebagai media informasi dan komunikasi yang mudah dan murah, sehingga masyarakat tertarik dan ingin berkunjung. Dan mereka yang datang menjaring calon wisatawan lewat postingan atau insta story diberanda mereka yang pernah datang ke Limbuhang Haliau sehingga Informasinya menyebar luas.

Perkembangan teknologi dan media informasi memiliki pengaruh yang besar akan peningkatan kunjungan wisatawan dan bukan hanya dampak dari sosial media akan tetapi peran alamnya yang memang indah dan kreatifitas pengelola yang menyediakan spot foto yang keren dan beda dari yang lain serta kelengkapan fasilitas yang disediakan pengelola objek wisata tersebut yang membuat wisatawan ingin datang kembali.

Peranan Harga juga berdampak akan peningkatan wisatawan, karena untuk berwisata ke objek wisata Limbuhang Haliau ini sangat terjangkau, untuk biaya masuk keobjek wisata itu hanya membayar Rp 5000 /orang, harga yang sangat murah untuk membayar suguhan alam yang tersedia.

Bukan cuma hal yang diatas, peran pemerintah juga berkontribusi dalam peningkatan wisatawan melalui penyediaan infrastruktur dan fasilitas pelayanan lainnya.

1. Dampak Ekonomi Masyarakat

Dengan adanya objek wisata Limbuhang Haliau yang dimotori oleh H Yadi *owner* objek wisata itu, beliau mengatakan terbentuknya wisata itu para remaja didesa Haliau sering minta tolong untuk dicarikan pekerjaan, sehingga H Yadi ngumpulkan beberapa remaja itu untuk menelusuri tanah milik beliau yang ternyata memiliki potensi wisata yang sekarang ini sudah menjadi objek wisata yang sering dikunjungi.

a) Dampak Positif Ekonomi Masyarakat

1) Dampak ekonomi dari adanya objek wisata ini adalah terciptanya lapangan pekerjaan sehingga menyerap tenaga kerja atau pengangguran. setidaknya ada 24 orang lebih masyarakat yang menjadi pekerja disana yang didominasi oleh para pemuda. Di karenakan disekitar objek wisata Limbuhang terdapat beberapa wisata pesaing yang menuntut mereka lebih kreatif dan innovative, bahkan mereka pelopor didaerah yang menyediakan spot-spot foto yang unik dan dicontoh oleh tempat wisata lain.
2) Meningkatnya pendapatan pedagang kecil disekitar objek wisata.

   Dengan adanya wisata ini yang membuat wiatawan datang kesana sehingga memberi dampak positif kepada para pedagang yang ada disana,

memberi pendapatan yang lebih banyak dari sebelum adanya objek wisata itu.

3) Secara tidak langsung berperan meningkatkan daya beli masyarakat, Karena pendapatan masyarakat meningkat dengan adanya objek wisata itu maka secara otomatis meningkatkan daya beli mereka juga dengan perputaran uang dari wisatawan yang datang.
4) Meningkatkan peluang usaha, karena melihat potensi wisata yang sedang berkembang menimbulkan peluang usaha yang strategis dibidang tertentu.
5) Selain itu, dengan adanya objek pariwisata Limbuhang Haliau juga dapat memicu pengembangan infrastruktur seperti pembenahan jalan contohnya.

b) Dampak Negatif Terhadap Masyarakat

1) Ketergantungan Sektoral

Ketergantungan akan sektor pariwisata, akan jadi resiko yang besar bagi masyarakat yang menggantungkan hidupnya keapada kegiatan pariwisata. Penelusuran tentang manfaat dan dampak pariwisata terhadap ekonomi harusnya menyertakan variabel sosial yang tidak pernah terhitung oleh pakar. Ketergantungan pada sebuah sektor, dan ketergantungan oleh kedatangan orang asing dapat diasosiasikan hilangnya sebuah kemerdekaan sosial (Cooper & Archer, 1994). Dan pada sebuah daerah akan kehilangan kemandirian dan sangat tergantung pada sektor pariwisata (Utama, 2020).

2) Masalah Musiman (*Seasonal Characteristics)*

Didalam Industri Pariwisata, dikenal adanya musim-musim tertentu, seperti misalnya musim ramai (*high season), Week end,* hari-hari besar dan libur Nasional yang mengalami lonjakan pengunjung untuk berwisata. Sementara itu ada juga biasa disebut musim sepi (*low season),* dimana hal ini mengakibatkan pendapatan pariwisata menurun atau biasa disebut (*Problem seasonal)* menurut (Utama, 2020).

Dampak yang terjadi dari adanya pariwisata ini terhadap ekonomi masyarakat, yaitu dampak positif maupun negatif. dampak yang muncul dari adanya pariwisata terhadap ekonomi masayarakat dapat bersifat langsung (*direct).*selain dari dampak langsung yang muncul, ada dampak lain yang timbul, seperti dampak tidak langsung (*indirect impact).* dampak tidak langsung dapat berupa aktifitas dari ekonomi lokal dari suatu pembelanjaan unit usaha penerima dampak langsung dan dampak lanjutan (*induce impact)*. Dampak lanjutan ini dapat diartikan sebagai aktifitas ekonomi lokal lanjutan dari tambahan masyarakat lokal. Dampak ekonomi yang ditimbulkan dari kegiatan wisata pada dasarnya dilihat dari keseluruhan pengeluaran wisatawan untuk akomodasi, konsumsi, biaya perjalanan kelokasi wisata, pembelian oleh-oleh, serta pengeluaran lainnya. (Angggraini & Ayu, 2013).

c) Dampak Ekonomi Langsung (*Direct impact*)

Dampak ekonomi langsung dari kegiatan wisata Limbuhang Haliau berdasarkan dari aktifitas ekonomi yang terjadi antara wisatawan dengan masyarakat lokal yang memiliki unit usaha di sekitar lokasi tersebut. Keberadaan unit usaha disuatu lokasi membantu para wiatawan memenuhi

kebutuhan mereka selama melakukan kegiatan wisata. dampak ekonomi langsung ini berupa semua kegiatan ekonomi wisatawan atau pengeluaran wisatawan yang dikeluarkan selama berwisata.

d) Dampak Ekomomi Tidak Langsung (*Indirect Impact)*

Dampak ekonomi tidak langsung (*indirect impact)* berasal dari tenaga kerja yang bekerja pada objek wisata Limbuhang Haliau. Sebagian besar pengeluaran objek wisata untuk biaya operasional juga upah pekerja atau tenaga kerja dan biaya lainnya. Dampak tidak langsung dapat dilihat dari pendapatan pekerja yang ada di objek wisata Limbuhang Haliau.

e) Dampak Ekonomi Lanjutan (*Induce Impact)*

Dampak ekonomi lanjutan (*induce Impact)* merupakan dampak ekonomi yang diperoleh berdasarkan pengeluaran yang dikeluarkan tenaga kerja objek wisata Limbuhang Haliau. Jenis pengeluaran yang dikeluarkan tenaga kerja itu antara lain digunakan untuk biaya konsumsi, biaya transportasi, kebutuhan sehari-hari dan lainnya. Dampak lanjutan dari pengeluaran dari tenaga kerja ini akan diterima oleh unit usaha dan sebagian pendapatan yang diterima unit usaha digunakan untuk membeli bahan baku. Dampak lanjutan berupa pengeluaran tenaga kerja yang kembali berputar di tingkat ekonomi lokal. sebagian besar pendapatan yang mereka dapatkan, mereka belanjakan di unit-unit usaha sekitar seperti, kios warung dan warung makan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dan konsumsi. Secara tidak langsung unit usaha yang berada disekitar objek wisata Limbuhang Haliau tersebut.

E. Pandangan Islam terhadap Strategi Promosi Pariwisata Limbuhang haliau

Dalam Persfektif Ekonomi Islam, pariwisata merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu pariwisata syariah merupakan pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT, maksudnya islam tidak melarang manusia untuk berwisata atau berlibur selagi tidak diharamkan Allah yang telah ditentukan didalam Al-Qur'an dan Hadits.

Promosi dalam perspektif syariah merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan. Baerkaitan dengan hal itu maka ajaran islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen.

Hal itu terdapat dalam firman Allah SWT dalam surah An-Nisa : 29 :

يَأَ يُّهَاالَّذِيْنَ ءَامَنُوْالأَتَأْ كُلُوْاأَوْلَكُمْ بِا لْبَطِلْ إِلأَأَنْ تَكُوْنَ تِجَرَةًعَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلأَتَقْتُلُوْا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ ا للَّهَ كَا نَ بِكُمْ زَحِيْمَ

" Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dangan cara yang batil, kecuali dengan cara perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kapadamu. (Q.S An-Nisa: 29).

Ayat diatas menjadi acuan untuk mempromosikan barang atau jasa yang tidak merugikan wisatawan. dalam penyampaian informasinya harus ralistis atau sesuai dengan keadaannya tidak mengandung unsur penipuan. selagi promosi itu sehat atau tidak melanggar ketentuan yang Allah SWT tetapkan maka diperbolehkan karena hukun dasar muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Terdapat beberapa faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya unutk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri menurut (Oktarini, 2012) yakni :

Pelayanan kepada Wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan

1. Pemandu dan staff harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip islam.
2. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip islam.
3. Rumah makan harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
4. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan.

Mengingat bahwa sebagian besar masyarakat Kabupaten Hulu Sungai Tengah adalah mayoritas muslim. Tentunya pengelola menyesuaikan dengan ketentuan syariat islam mulai dari kegiatan yang menghindari dari kegiatan yang dilarang dan menghindari tindak kriminal, fasilitas yang disediakan pengelola menyediakan mushala untuk wisatawan, dan menyediakan makanan yang halal.