

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“STRATEGI PENGELOLAAN OBJEK WISATA BERBASIS PRINSIP MANAJEMEN BISNIS SYARIAH DI TAMAN PANORAMA BARU KOTA BUKITTINGGI”**. Yang disusun oleh **Muhammad Farhan** dengan **NIM 3719204** Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kendala atau hambatan dalam mengembangkan strategi pengelolaan. Dengan adanya strategi pengelolaan yang tepat maka akan membantu perekonomian masyarakat panorama untuk meningkatkan pendapatan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana cara penerapan manajemen bisnis yang telah sesuai dengan prinsip syariah dan mengetahui bagaimana strategi pengelolaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta meningkatkan pendapatan Usaha objek wisata Taman Panorama Baru. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang dapat meningkatkan pengelolaan objek wisata berbasis manajemen bisnis syariah di Taman Panorama Baru Kota Bukittinggi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yang objeknya menggambarkan kejadian-kejadian yang terjadi pada tempat penelitian dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, analisis matriks IFE dan EFE, analisis matriks SWOT serta analisis total tabel bobot skor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan usaha objek wisata Taman Panorama Baru meliputi pengelolaan yang dilakukan secara mandiri (swadaya masyarakat) yang lebih mendominasi keunggulan internal dalam meningkatkan usaha objek wisata menjadi destinasi yang terpopuler pada awal tahun 2024, penerapan manajemen bisnis syariah yang sudah memenuhi kriteria wisata yang halal baik itu penyediaan kuliner yang halal, fasilitas- fasilitas yang bersih dan nyaman untuk wisatawan, serta kegiatan keagamaan yang rutin dilakukan oleh masyarakat sekitar. Ketersediaan fasilitas dan infrastruktur yang sudah semakin banyak dan menarik bagi wisatawan serta menjadikan objek wisata yang unggul dalam hal kerja sama dalam meningkatkan ekonomi lokal.

Kata Kunci: *Strategi, Manajemen Bisnis Syariah, Objek Wisata.*