

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan merupakan suatu proses perubahan kehidupan di segala bidang yang dilakukan secara sengaja berdasarkan suatu rencana tertentu. Salah satu indikator untuk melihat pembangunan adalah pertumbuhan ekonomi¹. Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah perekonomian suatu negara dalam jangka panjang². Pertumbuhan ekonomi mengukur prestasi perkembangan suatu perekonomian dari suatu periode ke periode berikutnya. Dalam beberapa periode, kemampuan suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa akan meningkat yang disebabkan oleh faktor-faktor produksi yang selalu mengalami penambahan dalam jumlah dan kualitasnya.

Negara Indonesia pernah mengalami krisis ekonomi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor industri yang tidak sama sekali terkena dampak krisis ekonomi dan diharapkan dapat memulihkan krisis perekonomian yang terjadi. Potensi UKM sangat besar dalam menyerap tenaga kerja³, perlu terus menerus ditingkatkan dan dimaksimalkan. Untuk itu UKM harus didukung dengan penerapan aturan yang kondusif, yang tidak memberatkan pelaku UKM. Sementara, saat ini UKM masih banyak yang harus menanggung banyaknya pungutan dan pengurusan perijinan yang lama juga menghabiskan biaya yang mahal.

Beberapa alasan mengapa UKM dapat bertahan dan cenderung meningkat jumlahnya pada masa krisis⁴, yaitu karena pertama, sebagian besar UKM memproduksi barang konsumsi dan jasa dengan permintaan terhadap pendapatan

¹ Timbul H. Simanjuntak, Imam Mukhlis, *Dimensi Ekonomi Perpajakan Dalam Pembangunan Ekonomi* (Jakarta : Niaga Swadaya, 2012), 179

² Suwandi, *Desentralisasi Fiskal dan Dampaknya terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Penyerapan Tenaga Kerja, Kemiskinan, dan Kesejahteraan di Kabupaten/Kota Induk Provinsi Papua* (Yogyakarta:deepublish, 2015), 89

³ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional : potret ekonomi rakyat kecil*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2011), 56

⁴ Tiktik Sartika Partomo dan Abd. Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil atau Menengah & Koperasi* (Jakarta:Ghalia Indonesia, Cooperative Societies, 2002), 24

yang rendah. Kedua, sebagian UKM mempergunakan modal sendiri dan tidak mendapatkan modal dari bank. Implikasinya pada masa krisis keterpurukan sektor perbankan dan naiknya suku bunga tidak berpengaruh terhadap UKM. Ketiga, adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan menyebabkan sektor formal banyak memberhentikan pekerjaannya. Sehingga para penganggur tersebut memasuki sektor informal dengan melakukan kegiatan usaha kecil akibatnya UKM meningkat⁵.

Perkembangan UKM terutama di Kabupaten Purwakarta memiliki jumlah UKM terbanyak, terutama di wilayah pedesaan yang memiliki industri makanan skala kecil. Sedangkan, di perkotaan pertumbuhannya kecil. Sebab, masyarakat perkotaan lebih memilih jadi buruh pabrik ketimbang pengusaha kecil. Kendalanya adalah Industri kecil ini kalah bersaing dengan industri yang modalnya besar.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM)
Di Kabupaten Purwakarta Periode 2016-2018

	2016	2017	2018
Usaha Kecil	1,799	1,524	923
Usaha Menengah	58	79	78
Usaha Besar	60	65	46

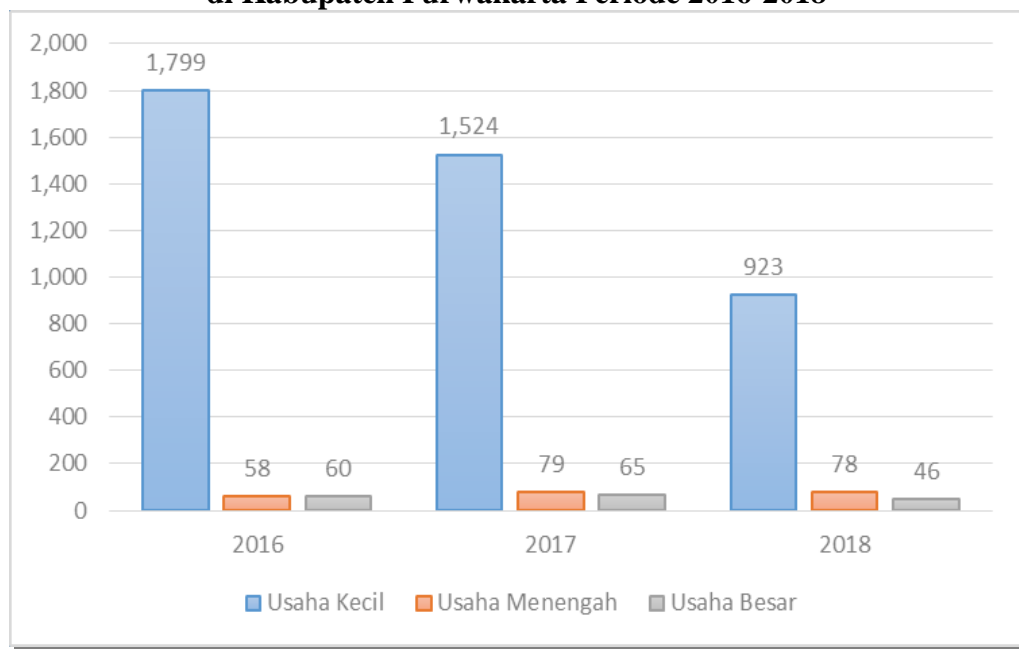
Sumber : Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purwakarta.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah UKM dari tahun 2016-2018 terus mengalami penurunan. Jumlah UKM dari tahun 2016 sampai tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 60,6% sedangkan usaha besar dari tahun 2016 sampai tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 70,8%. Hal ini menandakan bahwa dalam pembangunan ekonomi di Kabupaten Purwakarta UKM selalu sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern. Untuk lebih jelasnya, perkembangan

⁵ Partomo, T. dan A. Soejodono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi* (Jakarta: Ghalia, 2004), 56

grafik Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Purwakarta Periode 2016-2018 bisa kita lihat pada grafik 1.1

Grafik 1.1
Perkembangan Grafik Usaha Kecil Menengah (UKM)
di Kabupaten Purwakarta Periode 2016-2018



Sumber : Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purwakarta

Kabupaten Purwakarta memiliki banyak jenis industri kecil dan industri rumah tangga yang tersebar di setiap Kecamatan. Berbagai macam jenis industri yang ada di tiap-tiap kecamatan di Kabupaten Purwakarta dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Jenis Industri Unggulan Kabupaten Purwakarta

No	Kecamatan	Jenis Industri / Produksi
1	Bungursari	Mebel, Opak Ketan
2	Cibatu	Mebel, Penggilingan Padi, Sale, Keripik Pisang dan Singkong
3	Campaka	Topi, Anyaman Pandan
4	Purwakarta	Simping
5	Pasawahan	Opak Singkong, Penggilingan padi

No	Kecamatan	Jenis Industri / Produksi
6	Pondoksalam	Keripik Pisang
7	Wanayasa	Manisam Pala
8	Kiara Pedes	Batu Templek, Mebel
9	Bojong	Gula Aren, Penggilingan Padi
10	Darangdan	Teh Hijau
11	Plered	Keramik, Sate Maranggi
12	Tegal Waru	Genteng, Anyaman Bambu
13	Maniis	Karet
14	Sukatani	Penggilingan Padi, Batako
15	Jatiluhur	Keripik Singkong, Pisang dan Bawang
16	Sukasari	Penggilingan Padi
17	Babakan Cikao	Opak Ketan, Roti

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purwakarta

Dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa ada 3 jenis produk unggulan Kabupaten Purwakarta, yaitu simping, sate maranggi dan manisam pala. Ketiganya adalah usaha *home industry* yang ada di Kabupaten Purwakarta dan menjadi salah satu makanan khas Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi pada saat ini ditunjang oleh sektor-sektor yang terus berkembang dan menunjukkan angka perbaikan dalam meningkatkan pendapatan atau devisa bagi daerah tersebut⁶. Sektor-sektor tersebut seperti sektor pariwisata yang pada saat ini telah berkembang menjadi salah satu industri terbesar bagi pertumbuhan ekonomi⁷, ini dapat dilihat dari meningkatnya perkembangan jumlah kunjungan turis baik wisatawan maupun manca negara.

Pariwisata sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi, menurut

⁶ Adhitya Wardana dkk, *Analisis Ekonomi Jawa Barat* (Bandung:UNPAD PRESS,2017), 208

⁷ Dedy Permadi dkk, *Menyongsong Kewirausahaan Digital Indonesia*, (Yogyakarta:UGM Press, 2018), 78

Suwantoro⁸, pengertian pariwisata berkaitan erat dengan perjalanan wisata, yaitu suatu perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi⁹, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Keberadaan potensi pariwisata yang unik dan menarik di suatu daerah seharusnya dapat dimanfaatkan melalui pengembangan pariwisata yang baik¹⁰.

Pada dasarnya pembangunan kawasan wisata merupakan pembangunan komponen pariwisata yang pada taraf pelaksanaannya diharapkan dapat berjalan bersama. Komponen tersebut tidak berdiri sendiri dalam mempengaruhi kegiatan pariwisata, tetapi merupakan rangkaian dari berbagai faktor lain seperti kondisi perekonomian, kebijakan pemerintah, potensi yang dimiliki, *cultural resources* (potensi alam dan potensi buatan), ketersediaan sumber daya manusia¹¹. Di Indonesia saat ini diketahui sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, dengan jumlah penduduk Muslim sebesar 265.000.000¹² jiwa maka sudah sepatutnya sektor pariwisata melihat hal ini sebagai sebuah pasar baru yang cukup potensial, dengan menggabungkan konsep wisata dan nilai-nilai ke-Islaman maka pariwisata halal dapat menjadi jawaban atas kondisi tersebut. Dengan adanya potensi wisata tersebut, maka Indonesia menjadikan pariwisata

⁸ Liga Suryadana, *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisata dalam Paradigma Intergratif* (Bandung : Humonaria), 25

⁹ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata* (Yogyakarta : Deepublish, 2015), 16

¹⁰ Bambang Supriadi dan Nanny Roedjinandari, *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata* (Malang:Universitas Negeri Malang, 2017), 2

¹¹ Achmad Sani Alhusain dkk, *Koperasi dalam Sistem Perekonomian Indonesia* (Jakarta:Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2019), 147

¹² Sumber : *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas)*, 2018

sebagai sektor utama dalam pembangunan nasional selain pertanian, perkebunan, pertambangan, minyak dan gas¹³.

Perkembangan pariwisata di Kabupaten Purwakarta sangatlah tinggi, mengingat di Kabupaten Purwakarta terdapat banyak destinasi wisata alam seperti pantai, gunung dan juga wisata lainnya. Banyaknya destinasi wisata di Kabupaten Purwakarta ini meningkatkan kunjungan para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang tentunya juga meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor usaha kecil menengah. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan pelancong muda untuk semakin mengeksplorasi seluruh destinasi wisata di Kabupaten Purwakarta. Salah satu tempat wisata alam di Kabupaten Purwakarta yaitu Kampung Tajur - Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta.

Wisata ini terletak di Desa Pasanggrahan Kecamatan Bojong, sekitar 35 Km dari Kota Purwakarta, kurang lebih 650 meter dari permukaan laut. Temperatur udara rata-rata berkisar antara 17 s/d 20 Derajat Celsius. Dikelilingi pepohonan, bukit hamparan sawah, pemandangan alam Gunung Burangrang dan areal perkebunan rakyat. Berikut data kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara di Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta.

Tabel 1.3
Data Kunjungan Obyek Wisata Kampung Tajur
Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta
Periode 2016 – 2018

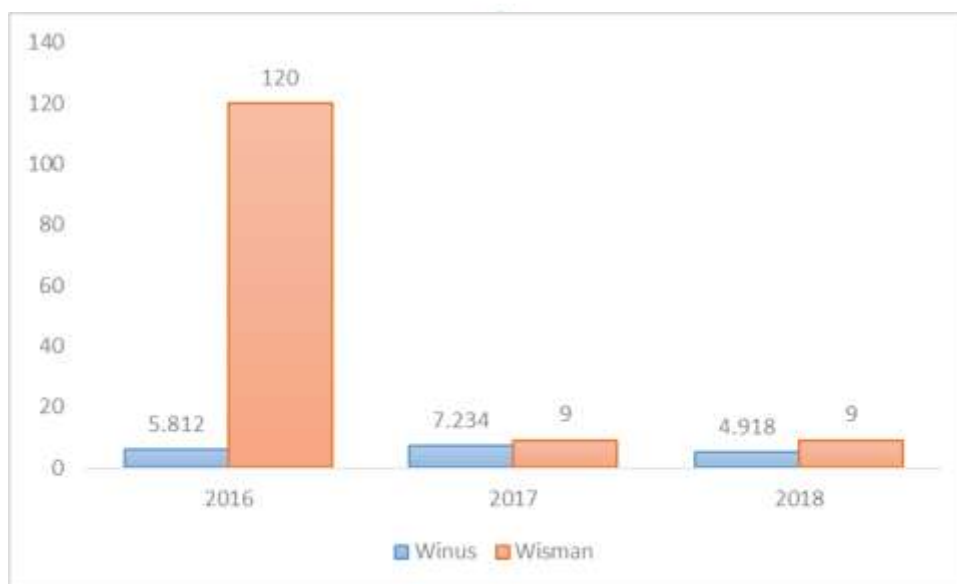
Obyek Wisata	Jenis ODTW	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan	
			Lokal	Mancanegara
Kampung Tajur - Desa Wisata Lembur Kahuripan	Alam	2016	5.812	120
		2017	7.234	9
		2018	4.918	9

Sumber : Dinas Disporaparbud, . Kabupaten Purwakarta

¹³ Mohammad Ali, *Pendidikan untuk pembangunan nasional: menuju bangsa Indonesia yang mandiri dan berdaya saing tinggi* (Jakarta:Grasindo, 2009), 169

Data diatas menunjukkan bahwa kunjungan obyek wisata lembur kahuripan mengalami kenaikan cukup signifikan pada wisatawan nusantara di tahun 2017, tetapi pada tahun 2018 adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Berikut grafik perkembangan jumlah wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Grafik 1.2
Grafik Jumlah Kunjungan Obyek Wisata Kampung Tajur
Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta
Periode 2016 – 2018



Sumber : Dinas Disporaparbud, . Kabupaten Purwakarta

Berdasarkan pengamatan awal peneliti hasil survey terkait dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah bahwa Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta, pertumbuhan dan perkembangannya mengalami penurunan, indikasinya terlihat dari munculnya beberapa calon pengunjung wisatawan menunjukkan bahwa pelayanan, fasilitas atau sarana yang ditawarkan kepada wisatawan masih belum cukup memberikan kepuasan kepada pengunjung terkait dengan belum adanya rambu-rambu penunjuk arah menuju Desa Wisata, sarana transportasi yang belum memadai, jalan menuju lokasi sempit, tidak adanya Penerangan Jalan Umum dan masih kurangnya pengetahuan masyarakat tentang sadar wisata. Melihat perkembangan kebutuhan masyarakat yang beraneka ragam

ini, tentu akan mendorong dunia bisnis menjadi kompetitif dan semakin memperketat persaingan. Dalam dunia bisnis persoalan kualitas ini menjadikan sebuah harga yang harus dibayar oleh lembaga agar tetap *survive* dalam bisnisnya.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan.¹⁴ Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap pengunjung wisatawan sehingga dapat menarik minat untuk mengunjungi destinasi wisata yang ditawarkan.

Menurut catatan Kotler bahwa produk merupakan segala sesuatu yang bernilai yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan¹⁵. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan¹⁶. Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya¹⁷

Menurut penjelasan para ahli di atas maka kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan kinerja yang diharapkan oleh pelanggan dari penyedia jasa yang ditentukan dari perbandingan antara kesesuaian keinginan dan kinerja yang dirasakan

Penjelasan mengenai pelayanan di atas juga ditegaskan dalam surat Ali-Imran (3) ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ
حَوْلِكَ ...

¹⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2007),213

¹⁵ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2009), 274

¹⁶ A. Rifqi Amin, *Pengembangan Pendidikan Agama Islam; Reinterpretasi Berbasis Interdisipliner* (Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara, 2015), 25

¹⁷ Kotler, Philip, Amstrong, Garyy, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga), 374

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu,,,

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*). Apabila pelayanan yang telah diterima dan dirasakan oleh pelanggan (*percieved service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan¹⁸.

Kualitas sendiri menurut Kotler harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan¹⁹. Hal ini berarti bahwa penilaian kualitas yang baik tidak dilihat berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar pada sudut pandang atau persepsi pelanggan.

Selain masalah yang berhubungan dengan kualitas pelayanan Islami di kampung Tajur desa wisata lembur Kahuripan Purwakarta juga terdapat masalah yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan, diduga wisatawan yang tidak datang kembali merupakan bentuk ketidakpuasan terhadap pelayanan yang dilakukan pengelola. Sehingga, ketidakpuasan tersebut berdampak pada keengganan wisatawan untuk berkunjung kembali ke kampung Tajur desa wisata lembur Kahuripan Purwakarta seperti pengunjung mengeluhkan papan informasi yang kurang lengkap dan kebersihan lingkungan di obyek wisata belum terjaga dengan baik, beberapa homestay belum tersedianya kebutuhan mck, kebersihan ruangan istirahat yang belum maksimal dan masih kurangnya pengetahuan tentang sarana dan prasarana tempat pariwisata.

Suatu usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan yaitu terciptanya kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan tanggapan emosional atau respon yang mencerminkan harapan yang dibangunnya. Apabila hasil yang

¹⁸ Ahmad Mutaqin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2006), 13

¹⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12, jilid 2 (Jakarta:Erlangga,2003), 203

dicapai dari produk atau jasa dapat mencapai atau melebihi harapan maka dapat dikatakan bahwa pelanggan puas²⁰.

Kepuasan pelanggan sendiri bisa tercapai jika kinerja yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang maupun kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja maupun hasil dari suatu produk²¹.

Kepuasan wisatawan dapat memberikan manfaat kepada lembaga atau perusahaannya, manfaat tersebut menurut Fandy Tjiptono²², pertama, hubungan antara perusahaan dan para anggota menjadi harmonis, kedua, memberikan dasar yang baik keberadaan penabung, ketiga dapat mendorong terciptanya kualitas wisatawan, empat, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, lima Reputasi perusahaan menjadi baik dimata wisatawan, terakhir Laba yang diperoleh lembaga.

Pelayanan merupakan suatu hal yang diunggulkan. Oleh karena itu pelayanan prima sangatlah penting dalam bisnis di bidang jasa, karena yang diharapkan adalah terciptanya kepuasan pelanggan. Selain itu, manajer pemasaran juga perlu memperhatikan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena pada dasarnya konsep pemasaran adalah bagaimana perusahaan mampu menyediakan kebutuhan serta keinginan dari konsumen yang akan berdampak pada hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan,

Berkenaan dengan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti terkait kualitas pelayanan yang prima serta faktor-faktor lain terhadap kepuasan wisatawan. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah Di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta”**.

²⁰ Nugraha Pranadita, *Perumusan Strategi Perusahaan Interaksi Hukum dengan Manajemen Strategis dalam Industri Pertahanan Indonesia* (Yogyakarta:Deepublish, 2018), 31

²¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 36

²² Fandy Tjiptono, *Soal jawab Pemasaran*, (Yogyakarta:Peneliti, Penerbit, 1994), 9

B. Perumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan kedalam beberapa pertanyaan penelitian :

1. Apakah Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta?
2. Apakah Kepuasan Wisatawan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta?
3. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Wisatawan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta
2. Pengaruh Kepuasan Wisatawan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Wisatawan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki beberapa kegunaan, baik secara akademis maupun praktis :

- a. Secara akademis

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi pembangunan

dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan kajian Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Wisatawan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta.

b. Secara praktis

Bagi peneliti, manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Wisatawan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Usaha Kecil Menengah di Kampung Tajur Desa Wisata Lembur Kahuripan Purwakarta. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian, peneliti berharap hasil penelitian dapat diterima sebagai kontribusi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Purwakarta.

