

OPTIMALISASI BISNIS PARIWISATA HALAL DI INDONESIA: Studi Kasus Strategi Bisnis Pariwisata Halal di NTB

Muhammad Haidar Al-Fatih¹, Sylvia Rozza²

¹Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia.

² Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16425, Indonesia.

E-mail: muhammad.haidaral-fatih.ak19@mhsw.pnj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan bisnis pariwisata halal di NTB, serta dapat diterapkan juga secara nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan hybrid untuk menganalisis faktor-faktor strategis internal dan eksternal berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB secara kualitatif, kemudian dilanjutkan dengan perhitungan kuantitatif bobot dan rating pada matrik IFAS, EFAS, IE, dan SWOT untuk menemukan posisi strategis serta alternatif strategis yang dapat diterapkan. Analisis diakhiri dengan QSPM, mengerucutkan alternatif strategi dalam satu posisi strategis yang ada dalam satu posisi strategis menjadi satu strategi konkret yang diprioritaskan untuk mengoptimalkan penyelenggaraan pariwisata halal di NTB. Hasil penelitian ini dapat diterapkan di berbagai wilayah di Indonesia karena bersifat universal serta menunjukkan bahwa memperkuat kolaborasi bersama rekan industri dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan promosi pariwisata halal di pasar global merupakan strategi prioritas yang diterapkan untuk mengoptimalkan penyelenggaraan bisnis pariwisata halal.

Kata Kunci: Alternatif Strategi, Pariwisata Halal, Strategi Prioritas

Abstract

The research aims to analyze strategies that can be applied to optimize the business of halal tourism in NTB as well as those that can be implemented nationally. The study uses a hybrid approach to analyze internal and external strategic factors such as strengths, weaknesses, opportunities, and threats that exist in the maintenance of halal tourism business at NTB qualitatively, then proceeds with a quantitative calculation of the burdens and rankings on the IFAS, EFAS, IE, and SWOT matrices to find strategic positions as well as strategic alternatives that can be applied. The analysis ends with QSPM, minimizing alternative strategies in one strategic position that exist in one strategic position into concrete priority strategies to optimize the maintenance of halal tourism in NTB. The results of this study show that strengthening collaborations with industry partners by leveraging information technology advances to increase the reach of marketing and promotion of halal tourism in the global market is a priority strategy applied to optimize the maintenance of halal travel businesses.

Keywords: Alternative Strategies, Halal Tourism, Priority Strategies

1. Pendahuluan

Pertumbuhan jumlah penduduk muslim sebanyak 236 juta jiwa setara dengan (87%) populasi masyarakat di Indonesia serta dari total keseluruhan provinsi terdapat 30 dari 34 provinsi (2021). Tentunya dari total populasi penduduk muslim di Indonesia menjadi aspek pendukung *Report GMTI* yang menunjukkan kenaikan pada sektor Muslim-Friendly Travel keposisi 2 dunia. Adanya *Report GMTI* pada tahun 2022 membuka peluang pengembangan wisata halal di berbagai daerah. Namun pengembangan wisata halal ini harus didukung oleh konsep sadar halal sebagai bentuk implementasi dari UU No.33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Konsep sadar halal yang sangat penting untuk

diimplementasikan pada kawasan pariwisata halal saat ini adalah dengan melakukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman, sesuai instruksi dari Kementerian Agama hingga tahun 2024. Namun pelaksanaan sertifikasi halal makanan dan minuman di Indonesia pada saat masih sangat rendah yakni sekitar 1% dari total 65 juta UMKM (LPPOM MUI, 2022). Hal yang justru sangat kontras dengan yang terjadi diluar negeri seperti di Korea Selatan, Pemerintah Korea Selatan melalui KTO (Korea Tourism Organization) merilis Program "Pekan Restoran Halal Korea" terdapat lebih dari 129 restoran halal di Korea Selatan ikut serta dalam acara ini. Dengan mengklasifikasikan tingkat kehalalannya seperti *Halal Certified Restaurant* sudah diakui kehalalannya dan mendapatkan sertifikat halal dari Lembaga Sertifikasi Halal Korea, *Self Certified* ditujukan pada restoran Muslim yang pemiliknya menyatakan bahwa makanan yang dijual adalah makanan halal, *Muslim Friendly Restaurant* ini menjual beberapa makanan halal, namun tidak menutup kemungkinan bahwa mereka juga menjual alkohol, dan *Pork Free Restaurant*, tidak menjual makanan halal, namun hanya menjual makanan yang bebas dari penggunaan daging babi. Pengembangan wisata halal khususnya di Indonesia perlu didorong oleh political will dari pemangku kebijakan baik di level pemerintah pusat maupun daerah. Sebab, segala sumber daya sebenarnya sudah tersedia. Konsep pengembangan pariwisata halal yang selama ini dikenal oleh masyarakat yang agamis dan sarat dengan tradisi mereka, merupakan modal dasar yang bagus dalam membangun sebuah kawasan wisata berbasis halal disebagian besar wilayah Indonesia.

Adanya penelitian ini diharapkan dapat mengoptimalkan bisnis pariwisata yang ada di NTB sebagai *rowmodel* bagi pariwisata nasional melalui penerapan alternatif strategi yang ada. Penerapan strategi yang tepat tentu akan berdampak pada peningkatan pendapatan daerah, peningkatan investasi dan juga peningkatan sumber daya manusia yang berkompeten. Pada penelitian ini penulis ingin menyajikan penelitian terbaru dengan meneliti faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sehingga penulis melakukan penelitian yang berjudul "optimalisasi bisnis pariwisata halal di Indonesia: studi kasus strategi bisnis pariwisata halal di NTB". Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis faktor yang berpengaruh dalam minat masyarakat berinvestasi di reksadana syariah, menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam penyelenggaraan pariwisata halal di Indonesia khususnya di NTB ah.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Mix-Method dengan menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan dalam analisis dan penelitian faktor strategis dalam penyelenggaraan wisata halal. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Mengikuti pendekatan kualitatif, penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan analisis kuantitatif menggunakan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), dan Internal-External (IE) serta Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Atas dasar tersebut, desain penelitian ini merupakan eksploratori sekuensial dimana peneliti terlebih dahulu memulai dengan fase penelitian kualitatif dan mengeksplorasi pandangan para partisipan kemudian hasil eksplorasi tersebut digunakan untuk proyek selanjutnya menggunakan analisis kuantitatif (Creswell, 2020).

3. Pembahasan

Tabel 1. Hasil Perhitungan Matrik IFAS

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Adanya regulasi tentang pariwisata halal sebagai jaminan hukum penyelenggaraan bisnis pariwisata halal (S1)	0,12	4	0,46
Keberagaman destinasi pariwisata yang ramah terhadap wisatawan Muslim. (S2)	0,10	4	0,42
Adanya kerjasama antara pemerintah, industri, dan komunitas Muslim dalam pengembangan pariwisata halal (S3)	0,12	4	0,46
Keunikan budaya dan tradisi lokal yang dapat menarik minat wisatawan Muslim (S4)	0,10	4	0,42
Kualitas dan keragaman kuliner halal yang dapat dinikmati oleh wisatawan Muslim (S5)	0,12	4	0,46

Ketersediaan berbagai industri halal seperti hotel syariah, perbankan syariah, dan restoran bersertifikasi halal (S6)	0,11	4	0,44
Total Kekuatan			2,66
Kelemahan			
Kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim (W1)	0,05	2	0,10
Belum terkelolanya pangsa pasar wisatawan muslim dengan maksimal (W2)	0,05	2	0,09
Masalah kebersihan dan sanitasi yang perlu diperhatikan di beberapa destinasi pariwisata. (W3)	0,03	1	0,03
Lemahnya sistem tatakelola transportasi menuju destinasi pariwisata halal. (W4)	0,06	2	0,12
Kurangnya dukungan pemerintah pusat dalam mempromosikan pariwisata halal. (W5)	0,05	2	0,09
Rumitnya alur proses sertifikasi halal terhadap bidang perhotelan dan restoran (W6)	0,05	2	0,10
Kurangnya program pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam pariwisata halal (W7)	0,05	2	0,09
Total Kelemahan			0,64
TOTAL IFAS	1		3,29
Selisih Kekuatan - Kelemahan			2,02

Sumber: Penulis, data diolah (2023)

Dari perhitungan pada tabel IFAS, diketahui terdapat tiga kekuatan utama dan satu kelemahan utama dalam penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB

Tabel 2. Hasil Perhitungan Matrik EFAS

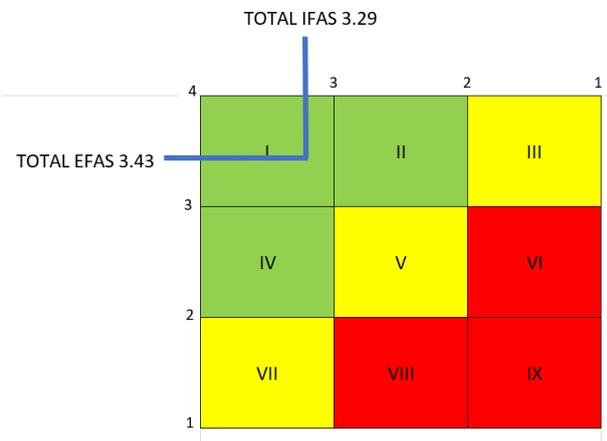
Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Pertumbuhan permintaan pariwisata halal di pasar global (O1)	0,08	4	0,33
Potensi peningkatan investasi dalam industri pariwisata halal (O2)	0,07	2	0,14
Adanya peningkatan integrasi moda transportasi umum (O3)	0,09	4	0,37
Peningkatan perhatian terhadap kualitas dan keberlanjutan lingkungan pariwisata halal. (O4)	0,09	4	0,35
Pengembangan infrastruktur pariwisata yang lebih baik (O5)	0,10	4	0,40
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mempermudah pemasaran pariwisata halal (O6)	0,10	4	0,40
Kolaborasi dengan destinasi pariwisata terkait untuk mengembangkan produk wisata halal yang beragam (O7)	0,10	4	0,40
Total Peluang			2,38
Ancaman			
Persaingan ketat dengan destinasi pariwisata halal dan konvensional lainnya di dalam maupun luar negeri (T1)	0,07	3	0,21
Perubahan regulasi dan kebijakan yang mempengaruhi pariwisata halal (T2)	0,07	2	0,13
Ketidastabilan politik dan konflik sosial yang dapat mempengaruhi keamanan dan stabilitas pariwisata (T3)	0,07	2	0,14
Perubahan tren dan preferensi wisatawan Muslim yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata halal (T4)	0,08	3	0,23

Dampak negatif dari media sosial dan ulasan online yang tidak menguntungkan (T5)	0,08	4	0,33
Total Ancaman			1,05
TOTAL EFAS	1		3,43
Selisih Peluang - Ancaman			1,34

Sumber: Penulis, data diolah (2023)

Dari perhitungan pada tabel EFAS, diketahui terdapat tiga peluang utama dan dua ancaman utama dalam penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB

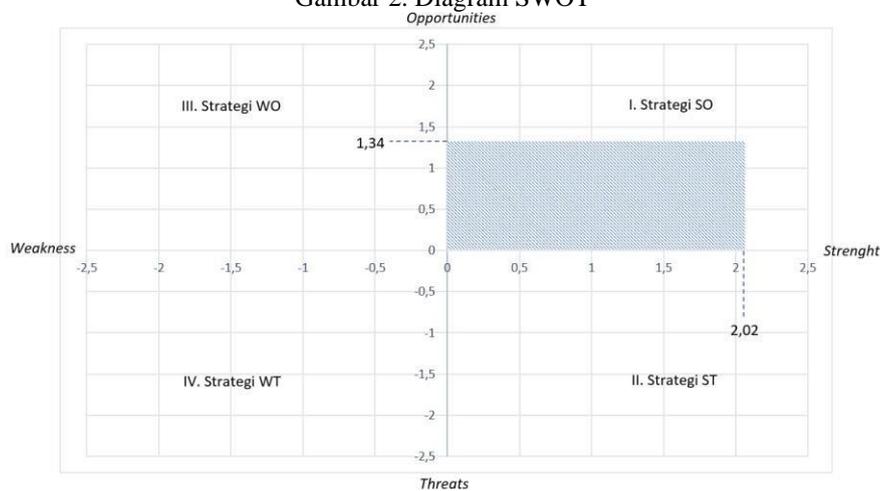
Gambar 1. Perhitungan Matrik IE



Sumber: Penulis, data diolah (2023)

Penetapan posisi strategis dalam penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB diperoleh dari hasil akhir perhitungan matrik IFAS dan EFAS

Gambar 2. Diagram SWOT



Sumber: Penulis, data diolah (2023)

Penyusunan ini dilakukan dengan menggunakan sumbu X dan Y. Kedua sumbu ini memiliki nilai masing masing, dengan sumbu X diperoleh dari pengurangan total nilai kekuatan (2,66) dengan nilai kelemahan (0,64), sehingga dapat diperoleh hasil sebesar (2,02). Sementara sumbu Y memperoleh nilai dari pengurangan total peluang (2,38) dengan nilai ancaman (1,05), sehingga dapat diperoleh hasil sebesar (1,34).

Tabel 3. Matrik SWOT Kuantitatif

EFAS/IFAS		S	W
			2,66
O	2,38	5,04	3,02
T	1,05	3,71	1,69

Sumber: Penulis, data diolah (2023)

Hasil dari matrik SWOT kuantitatif ini semakin memperkuat posisi strategis penyelenggaraan bisnis pariwisata halal memang benar berada dalam posisi strategis SO serta membutuhkan strategi alternatif yang memanfaatkan kekuatan dan memaksimalkan peluang

Tabel 4. Matrik SWOT Kualitatif

IFAS / EFAS	Kekuatan	Kelemahan
Peluang	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Memperkuat kolaborasi bersama rekan industri dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan promosi pariwisata halal di pasar global (S1, S3, S6, O1, O6, O7) Mendorong peningkatan investasi dalam industri pariwisata halal dan akses fasilitas umum destinasi wisata lainnya sebagai daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara (S1, S2, S3, S4, O2, O4, O5) 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Memaksimalkan keterlibatan berbagai Kementerian dan Badan Pemerintahan, dengan pihak eksternal industri seperti BUMN serta Swasta untuk berperan aktif terkait pengembangan sarana dan prasarana pariwisata halal (W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7, O2, O3, O5) Menerapkan desentralisasi program pelatihan serta sertifikasi produk industri halal di setiap daerah provinsi (W1, W6, W7, O3, O4, O5, O7)
Ancaman	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi teknis pengendalian resiko beserta sistem pengawasan di lingkungan pariwisata halal (S1, S3, S5, T2, T3) Menetapkan objek wisata tertentu, untuk dijadikan wisata halal unggulan agar bisa melakukan persaingan dengan destinasi pariwisata lainnya (S2, S4, S5, T1, T2, T4) 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan media online dan manajemen reputasi yang aktif sebagai perlindungan media promosi serta dengan menjemput peluang kepada wisatawan muslim (W1, W2, W5, T4, T5) Konsentrasi terhadap program edukasi dan Melakukan riset pasar kepada pelaku pariwisata dan masyarakat lokal serta melakukan penyesuaian dalam pengembangan produk dan layanan (W1, W3, W7, T1, T4)

Sumber: Penulis, data diolah (2023)

Matrik SWOT kualitatif digunakan untuk menguraikan berbagai strategi alternatif yang dapat diimplementasikan untuk mengoptimalkan strategi penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB. Matrik ini berisi berbagai alternatif strategi optimalisasi mulai dari SO, ST, WO dan WT

Tabel 5. Perhitungan QSPM

Faktor Stretgis S, W, O, T	BOBOT	Strategi SO1		Strategi SO2	
		AS	TAS	AS	TAS
S1	0,12	4	0,46	4	0,46
S2	0,10	4	0,42	4	0,42
S3	0,12	4	0,46	4	0,46
S4	0,10	4	0,42	4	0,42
S5	0,12	4	0,46	4	0,46
S6	0,11	4	0,44	4	0,44
W1	0,05	4	0,21	3	0,16
W2	0,05	4	0,18	3	0,14
W3	0,03	4	0,14	3	0,10
W4	0,06	4	0,23	3	0,17
W5	0,05	4	0,18	3	0,14
W6	0,05	4	0,21	2	0,10
W7	0,05	4	0,18	3	0,14
O1	0,08	4	0,33	4	0,33
O2	0,07	4	0,29	4	0,29
O3	0,09	4	0,37	4	0,37
O4	0,09	4	0,35	4	0,35
O5	0,10	4	0,40	4	0,40
O6	0,10	4	0,40	4	0,40
O7	0,10	4	0,40	4	0,40
T1	0,07	4	0,29	4	0,29
T2	0,07	4	0,26	4	0,26
T3	0,07	4	0,29	2	0,14
T4	0,08	4	0,31	3	0,23
T5	0,08	4	0,33	3	0,25
TOTAL			8,00		7,31

Sumber: Penulis, data diolah (2023)

Setelah dilakukan perhitungan SWOT maka diperlukan perhitungan kembali untuk menemukan satu dari dua prioritas strategi untuk diterapkan dalam mengoptimalkan penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB menggunakan analisis QSPM. Dari analisis QSPM dapat diketahui strategi SO1 mendapatkan *Score* 8.00 dan SO2 mendapatkan *Score* 7.31.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis data dapat disimpulkan, pada posisi internal penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB, memiliki tiga kekuatan utama yaitu: Adanya regulasi tentang pariwisata halal sebagai jaminan hukum penyelenggaraan bisnis pariwisata halal, Adanya kerjasama antara pemerintah, industri, dan komunitas Muslim dalam pengembangan pariwisata halal, dan Kualitas dan keragaman kuliner halal yang dapat dinikmati oleh wisatawan Muslim. Selain kekuatan, dari posisi internal juga terdapat satu kelemahan utama yaitu Masalah kebersihan dan sanitasi yang perlu diperhatikan di beberapa destinasi pariwisata. Dari posisi eksternal penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB memiliki tiga peluang utama yaitu Pengembangan infrastruktur pariwisata yang lebih baik, Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mempermudah pemasaran pariwisata halal, Kolaborasi dengan destinasi pariwisata terkait untuk mengembangkan produk wisata halal yang beragam. Selain peluang juga terdapat dua ancaman utama yakni Perubahan regulasi dan kebijakan yang mempengaruhi pariwisata halal, Ketidakstabilan politik dan konflik sosial yang dapat mempengaruhi keamanan dan stabilitas pariwisata.

Terdapat delapan alternatif strategi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan bisnis pariwisata halal di NTB pada saat ini. Masing masing strategi terdiri dari dua alternatif strategi, adapun yang menjadi prioritas utama untuk diterapkan adalah strategi SO, lalu strategi ST pada prioritas kedua, strategi WO diprioritas ketiga, dan WT diprioritas terakhir. Namun untuk hasil yang lebih konkret dapat disimpulkan bahwa strategi memperkuat kolaborasi bersama rekan industri dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan promosi pariwisata halal di pasar global menjadi dari strategi SO menjadi strategi yang paling diprioritaskan dalam rangka mengoptimalkan penyelenggaraan bisnis pariwisata halal di NTB.

Dalam implementasinya dengan beragam kultur budaya yang dimiliki, strategi ini dapat diterapkan di seluruh wilayah termasuk daerah dengan minoritas muslim. Karena strategi yang telah dianalisis oleh peneliti terkait pengembangan pariwisata halal dapat diterapkan pada daerahnya masing-masing tanpa menghilangkan kultur budaya dan adat yang berbeda. Sebagai salah satu contoh solusi penerapan yang dapat dilakukan oleh seluruh daerah di Indonesia adalah, dengan mengadakan sentra makanan halal di kawasan pariwisata. Pengadaan sentra makanan halal bukan menjadi hambatan sekalipun pada daerah minoritas muslim, karena sifat dari makanan dan minuman yang halal adalah aman untuk dikonsumsi serta berlaku secara umum.

Daftar Pustaka

- Andriyani, D. d. (2022). Pengaruh Destinasi Wisata Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Ekonomi dan Keuangan Syariah*.
- Firdaus, R. F. (2023, Juni 12). Strategi Optimalisasi Bisnis Pariwisata Halal di NTB. (M. H. Al-Fatih, Interviewer)
- Firstantin, T. &. (2021). Perkembangan Wisata Halal di Korea Selatan (Studi Kasus Perspektif Masyarakat Indonesia di Korea Selatan). *Master Pariwisata*, 286-289.
- Gusia, I. N. (2023, Juni 13). Strategi Optimalisasi Bisnis Pariwisata Halal di NTB. (M. H. Al-Fatih, Interviewer)
- Haerini Ayatina, F. T. (2021). Tren Bisnis & Penerapan Prinsip Syariah Pada Industri Perhotelan Pariwisata Halal di Indonesia . *At-Thullab*, 535.
- Hendry Ferdiansyah, C. E. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Development Of Halal Tourism In Indonesia Through Smart Tourism Concept. *Sustainable Tourism Research* , 30-32.
- Jaelani, E. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Wisatawan Dalam Rangka Pemanfaatan Produk dan Jasa Pariwisata Syariah. *Ekonomi Syariah*, 188.
- Mujib, A. (2016). Analisis terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia. *Ilmu Syariah dan Hukum*, 446.
- Rahmawati, Y. (2023, Juni 19). Strategi Optimalisasi Bisnis Pariwisata Halal di NTB. (M. H. Al-Fatih, Interviewer)
- Ramadhani, M. (2021). Dilema Regulasi Pariwisata Halal di Indonesia. *Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 103.
- Saufi, A. (2023, Juni 30). Prioritas Strategi Bisnis Pariwisata Halal di NTB. (M. H. Al-Fatih, Interviewer)