

## Strategi Pengembangan Wisata Halal di Pulau Lombok

**Taqy Muhammad Hirsalam\*, Asnita Frida Sebayang**

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\* taqy.hirsalam97@gmail.com, fridaasnita@gmail.com

**Abstract.** One Thesis Title : Development of Halal Tourism Strategy on Lombok Island Lombok Island is one of the islands in West Nusa Tenggara Province which has a variety of superior tourism potential, such as cultural tourism, nature, to traditional arts. However, even though it has a lot of potential, Lombok Island still has several problems which are still homework for the local government in making Lombok Island a competitive halal tourism towards world- class tourism. This study aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats in developing halal tourism on Lombok Island and to find out how to develop halal tourism strategies on Lombok Island. The analytical method with a quantitative approach used in this study is SWOT analysis. The data used in this study were primary data obtained through questionnaires and interviews with halal tourism visitors and key informants. The results of this study indicate that there are 5 aspects of strengths and 2 aspects of weaknesses. 2 aspects of opportunities and 3 aspects of threats. The strengths and weaknesses are aspects of attractions, amenities, workforce/HR skills, accessibility, and supporting institutions. The strategy that can be carried out in developing halal tourism on Lombok Island is the S-O (Strenght- Opportunity) strategy or a strategy that uses strength to take advantage of opportunities. The alternative S-O formulated is to optimize all internal and external aspects in repairing and building facilities and maintenance of halal tourism on Lombok Island as well as utilizing and improving various policies that have been issued by the government to support the development of halal tourism on Lombok Island.

**Keywords:** *SWOT, Halal Tourism, Strategy Development.*

**Abstrak.** Strategi Pengembangan Wisata Halal di Pulau Lombok Pulau Lombok merupakan salah satu pulau di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki potensi wisata unggulan yang beragam, seperti wisata kebudayaan, alam, hingga kesenian tradisional. Namun meskipun banyak potensi yang dimiliki, Pulau Lombok tetap memiliki beberapa permasalahan yang masih menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah daerah dalam menjadikan Pulau Lombok menjadi wisata halal yang berkompetitif menuju wisata berkelas dunia. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan wisata halal di Pulau Lombok serta untuk mengetahui bagaimana pengembangan strategi wisata halal di Pulau Lombok. Metode analisis dengan pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer yang di dapat melalui penyebaran kuesioner maupun wawancara terhadap pengunjung wisata halal dan informan kunci. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat 5 aspek kekuatan dan 2 aspek kelemahan. 2 aspek peluang dan 3 aspek ancaman. Adapun yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan yakni aspek atraksi, amenitas, keterampilan tenaga kerja/SDM, aksesibilitas, dan lembaga pendukung. Strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata halal di Pulau Lombok adalah strategi S-O (Strenght- Opportunity) atau strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Alternative S-O yang dirumuskan adalah mengoptimalkan seluruh aspek internal dan eksternal dalam memperbaiki dan membangun sarana dan pemeliharaan wisata halal di Pulau Lombok serta memanfaatkan dan meningkatkan berbagai kebijakan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah untuk mendukung perkembangan wisata halal di Pulau Lombok.

**Kata Kunci:** *SWOT, Wisata Halal, Pengembangan Strategi.*

## A. Pendahuluan

Fenomena industri pariwisata akhir-akhir ini menjadi sektor potensial dan mengalami peningkatan. Salah satu varian dalam pariwisata yang saat ini sedang dikembangkan oleh banyak negara adalah wisata yang ramah terhadap wisatawan muslim. Konsep pariwisata halal ini telah menjadi sebuah trend dalam perkembangan ekonomi dunia. Dalam World Tourism Organization (2014) dikutip bahwa pariwisata menjadi salah satu sektor terbesar dan tercepat pertumbuhannya dibandingkan sektor lain. Industri pariwisata halal saat ini lebih dikembangkan, tidak hanya berhubungan dengan produk halal seperti makanan ataupun minuman non-alkohol dan no pork (tidak mengandung babi), tetapi juga pelayanan yang halal seperti tidak ada unsur pembohongan atau penipuan maupun ada informasi yang ditutup-tutupi kepada pengunjung. Terhitung sejak tahun 2015 industri wisata halal tumbuh pesat dibandingkan dengan jenis wisata lainnya. Dengan pertumbuhan yang pesat ini tentunya pangsa pasar semakin luas dan perlu untuk diadakan perkembangan atau inovasi supaya kualitas wisata lebih baik lagi.

Pulau Lombok di Nusa Tenggara Barat menawarkan beragam wisata unik dengan kekayaan alam yang menakjubkan. Pulau ini memiliki berbagai jenis wisata, mulai dari ekstrem seperti Gunung Rinjani hingga wisata religi seperti wisata masjid Islamic Center. Pulau Lombok memiliki pesona yang tak kalah menarik dengan Pulau Bali, dengan pantai-pantai indah seperti Pantai Pink, Pantai Senggigi, dan lainnya. Lombok telah ditetapkan sebagai pintu gerbang pariwisata nasional dalam Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) koridor V. Visi pariwisata berkelanjutan di Lombok adalah menjadikan pulau ini sebagai destinasi wisata berbasis alam dan budaya yang berdaya saing dan berkelanjutan. Untuk mewujudkan visi tersebut, ditetapkan tujuan-tujuan yang mencakup empat pilar utama kepariwisataan, yaitu destinasi, promosi, industri, dan kelembagaan, sesuai dengan Perda NTB 7/13 Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Nusa Tenggara Barat (RIPPARDA NTB) 2013 - 2028. Sebagai destinasi wisatawan, Pulau Lombok memiliki potensi besar yang terus dikembangkan. Potensi ini termasuk wisata budaya dan alam yang sangat mendukung pembangunan pariwisata di Pulau Lombok. Wisata halal tergolong wisata minat khusus. Standar wisata disesuaikan dengan kebutuhan muslim sebagai konsumen terbesar. Saat ini standar pariwisata halal Indonesia mengacu pada Global Muslim Travel Index (GMTI). GMTI merupakan penelitian komprehensif yang dilakukan pada pasar perjalanan, pariwisata, dan perhotelan halal yang menganalisis 130 tujuan di seluruh dunia untuk membuat indeks di pasar perjalanan muslim.

Pariwisata halal adalah bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat Islam. Kementerian Pariwisata (Kemenpar) bekerja sama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) untuk mengembangkan pariwisata halal di Indonesia. Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah telah disusun oleh Kemenpar melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 2 Tahun 2014, yang mengatur kriteria hotel syariah dengan kategori Hilal 1 dan Hilal 2 berdasarkan produk, pelayanan, dan pengelolaan. Pulau Lombok di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu dari sembilan destinasi wisata syariafah di Indonesia yang direkomendasikan pada Global Halal Forum. Industri pariwisata di Lombok berkembang pesat, ditandai dengan peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara setiap tahunnya. Pemerintah Indonesia menetapkan kawasan Mandalika di Lombok Tengah sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Kepariwisata, yang merupakan salah satu dari 10 destinasi unggulan pariwisata di Indonesia.

Menurut United Nation World Tourism Organization (UNWTO), wisatawan adalah seseorang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, dengan motivasi tertentu, tanpa maksud untuk memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi, dan durasi kunjungan tersebut tidak melebihi 12 bulan.

Menurut (M. Quraish Shihab, 2007), kata halal dari segi hukum Islam diartikan sebagai sesuatu yang bukan haram; sedangkan haram merupakan perbuatan yang mengakibatkan dosa dan ancaman siksa. Oleh karenanya, Shihab mengaitkan pembahasan makna kata halal dengan lima hukum yang terdapat dalam Islam, yaitu wajib, sunnah, mubah, makruh dan haram. Empat

yang pertama termasuk kelompok halal (termasuk di dalamnya yang makruh, dalam arti, yang dianjurkan untuk ditinggalkan).

Menurut (Kemenparekraf, 2021) mendefinisikan pariwisata halal merupakan sebuah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata halal adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman wisata halal di Pulau Lombok ?” dan “Bagaimana pengembangan strategi yang di dapat dari analisis SWOT ?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Mengetahui Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman wisata halal di Pulau Lombok.
2. Mengetahui pengembangan strategi yang tepat yang harus dilakukan oleh wisata halal di Pulau Lombok.

## **B. Metodologi Penelitian**

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian sistematis dengan pengumpulan data menggunakan instrumen dan analisis kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2009).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah pengambilan data dengan instrumen pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek wisata halal yang akan diteliti pada penelitian ini. Data sekunder menurut (Sugiyono, 2009) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Responden dalam penelitian ini yaitu 14 responden yang terdiri dari 7 responden yang merupakan lembaga kebijakan pariwisata, yaitu Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata, Pengawas Kepariwisata, Pengelola home stay, Pengelola Rumah Makan, Pengelola Objek Wisata, Pengelola Travel dan Pegawai Pemerintahan dan 7 informan kunci yang berasal dari komunitas traveller yaitu Communitas Explore Indonesia, Traveller Influencer, Business Developer, Communitas Explore Lombok, Communitas Inside Lombok.

Penelitian ini menggunakan Skala Likert untuk menganalisis data. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden tentang suatu kejadian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, kemudian dimensi tersebut dijabarkan menjadi sub variabel, dan selanjutnya menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Skala Likert digunakan untuk mengukur penilaian responden terhadap indikator SWOT. Indikator pada SWOT digunakan sebagai dasar untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner. Kuesioner dibedakan menjadi dua bagian, yaitu kuesioner untuk mengukur kekuatan dan kelemahan, serta kuesioner untuk mengukur peluang dan ancaman. Indikator-indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner.

Adapun alternatif yang digunakan dalam analisis Skala Likert ini adalah:

1. = Sangat tidak kuat
2. = Tidak kuat
3. = Kurang kuat
4. = Kuat
5. = Sangat kuat

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari estimasi output pengolahan data mengenai Strategi Pengembangan Wisata Halal di pulau Lombok. Data diolah dengan menggunakan Skala Likert responden yang meliputi 14 responden yang terdiri dari 7 responden yang merupakan lembaga kebijakan pariwisata, yaitu Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata, Pengawas Kepariwisata, Pengelola home stay, Pengelola Rumah Makan, Pengelola Objek Wisata, Pengelola Travel dan Pegawai Pemerintahan dan 7 informan kunci yang berasal dari komunitas traveller yaitu *Communitas Explore Indonesia*, *Traveller Influencer*, *Business Developer*, *Communitas Explore Lombok*, *Communitas Inside Lombok*. Analisis tersebut akan dilakukan dengan metode analisis SWOT guna mengetahui perencanaan strategi dalam mengimplementasikan pengembangan dalam strategi untuk mencapai tujuan. Adapun hasil pengembangan strategi berikut:

#### Informan Kunci Pengunjung Objek Wisata Pulau Lombok

**Tabel 1.** Data Informan Kunci Pengunjung Objek Wisata Pulau Lombok

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Perkiraan Pengeluaran/ bulan	Asal Daerah
1	Rabil Billy Hairsapa	20-40 tahun	Pria	<i>Communitas Explore Indonesia</i>	Rp. 3.000.000	Lombok
2	Dani	20-40 tahun	Pria	<i>Traveller Influencer</i>	Rp. 3.000.000	Jakarta
3	Zainudin	20-40 tahun	Pria	<i>Traveller Influencer</i>	Rp. 4.000.000	Lombok
4	Ahsya Calisya	20-40 tahun	Wanita	<i>Business Developer</i>	Rp. 15.000.000	Bandung
5	Muhamad Rival Seriawan	20-40 tahun	Pria	<i>Traveller Influencer</i>	Rp. 2.000.000	Lombok
6	Made Agus Budiarta	20-40 tahun	Pria	<i>Communitas Explore Lombok</i>	Rp. 5.000.000	Lombok
7	Armans	20-40 tahun	Pria	<i>Communitas Inside Lombok</i>	Rp. 5.000.000	Lombok

Sumber: Data diolah, 2022

Adapun hasil estimasi model dengan menggunakan aplikasi e-views 12.0 adalah sebagai berikut : Dalam penelitian ini, terdapat 7 informan kunci objek wisata halal di Pulau Lombok. Mayoritas responden berumur antara 20-40 tahun, berasal dari Pulau Lombok sendiri. Mereka mengunjungi objek wisata halal untuk menikmati alam dan mencari spot menarik untuk pengambilan foto sebagai konten media sosial. Responden terdiri dari laki-laki dan wanita, dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, dan wiraswasta, dengan pendapatan rata-rata Rp. 3.000.000 - Rp. 15.000.000.

**Tabel 2.** Data Informan Pemangku Kepentingan Objek Wisata Pulau Lombok

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Status Pekerjaan	Perkiraan Pengeluaran/ bulan	Asal Daerah
1	Ahlul Waktu	Di atas 40 tahun	Pria	Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Wisata	Rp. 7.000.000	Mataram
2	Nursiah	Di atas 40 tahun	Wanita	Pegawai Pemerintahan	Rp. 7.000.000	Sumbawa
3	Farhan Al-Mutahar	20-40 tahun	Pria	Pengelola <i>Home Stay</i>	Rp. 15.000.000	Lombok
4	Mawardi	Di atas 40 tahun	Pria	Pengelola Travel	Rp. 7.000.000	Lombok
5	Muhammad	20-40 tahun	Pria	Pengelola Rumah Makan	Rp. 20.000.000	Lombok
6	I Nengah Gusia	20-40 tahun	Pria	Pengawas Kepariwisata	Rp. 5.000.000	Lombok
7	Reza	20-40 tahun	Pria	Pengelola Objek Wisata	Rp. 15.000.000	Lombok

Sumber: Data diolah, 2022

Pada Tabel 4.2 terdapat 7 informan pemangku kepentingan objek wisata halal di Pulau Lombok. Berdasarkan karakteristik umur responden berumur antara 20-40 tahun. Pada karakteristik asal daerah, menunjukkan bahwa responden yang mendominasi masih berasal dari Pulau Lombok. Selanjutnya berdasarkan status karakteristik status pekerjaan responden yaitu Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata, Pengawas Kepariwisata, Pengelola home stay, Pengelola Rumah Makan, Pengelola Objek Wisata, Pengelola Travel dan Pegawai Pemerintahan.

### **Pengukuran Strategi Pengembangan (Faktor Internal dan Faktor Eksternal)**

**Tabel 3.** Pengukuran Strategi Pengembangan (Faktor Internal dan Faktor Eksternal)

Kategori	Keterangan
SK	5
K	4
N	3
TK	2
STK	1

Sumber: Data diolah, 2022

Pembobotan data dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert karena peneliti ingin menggambarkan secara kasar posisi individu dalam kelompoknya (posisi relatif) dengan

menggunakan skala pengukuran yang sederhana dan mudah dibuat. Dalam pengolahan kuesioner menggunakan Skala Likert yang terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju, dan sangat setuju. Pada setiap pertanyaan diberikan bobot pada jawaban sangat tidak setuju (STK) 1 termasuk dalam kategori indikator kelemahan dan peluang, tidak setuju (TK) 2 termasuk dalam kategori indikator kelemahan dan peluang, netral (N) 3 termasuk dalam kategori indikator kelemahan dan peluang, setuju (K) 4 termasuk dalam kategori indikator kekuatan dan ancaman, sangat setuju (SK) 5 termasuk dalam kategori indikator kekuatan dan ancaman.

**Tabel 4.** Kriteria Skor

Responden	Hasil Perhitungan	Persentase	Kategori	Indikator Internal	Indikator Eksternal
Informan Kunci	0-7	0%-20%	Sangat Tidak Kuat	Kelemahan	Ancaman
	8-15	21%-40%	Tidak Kuat		
	16-23	41%-60%	Netral		
	24-31	61%-80%	Kuat	Kekuatan	Peluang
	32-35	81%-100%	Sangat Kuat	Kekuatan	Peluang

Sumber: Data diolah, 2022

#### **Kekuatan dan Kelemahan (IFAS)**

Perhitungan matrik IFAS merupakan perhitungan untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik IFAS (Fahmi Djafar, 2018).

1. Kekuatan (*Strength*). Hasil skor pada skor traveller dan skor pemangku kebijakan berbeda namun tidak terlalu signifikan. Perolehan nilai pada total skor traveller adalah 3.5 dan untuk skor pemangku kebijakan memperoleh nilai skor 3.8. perbedaan skor pada traveller dan pemangku kebijakan dapat terjadi karena para traveller ini menyetujui pernyataan yang diberikan sehingga dapat menjadi kekuatan bagi wisata halal di Pulau Lombok. Hal yang sama juga pada pemangku kebijakan yang dimana pernyataan yang dipilih dapat menjadi kekuatan yang juga dimana para pemangku kebijakan ini telah ikut berkontribusi dalam membangkitkan wisata halal di Pulau Lombok agar makin diminati.
2. Kelemahan (*Weaknes*)

**Tabel 5.** Faktor-faktor Internal (Kelemahan)

No	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	Bobot	Rating	Skor Traveller	Bobot	Rating	Skor Pemangku Kebijakan
1	Petugas memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan terampil dalam menjelaskan wisata halal di	0.5	2	1	0.4	2	0.16

	Pulau Lombok						
2	Terdapat penunjuk arah menuju tempat ibadah masjid atau musholla.	0.5	1	0.5	0.6	2	1.2
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>1.5</b>	<b>1</b>		<b>1.36</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas, terdapat hasil mengenai kelemahan pada pengemngan wisata halala di Pulau Lombok. Hasil yang didapatkan bahwa pernyataan mengenai petugas memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan terampil dalam menjelaskan wisata halal di Pulau Lombok pada skor traveller yaitu 1 sedangkan pada pemangku kebijakan 0.16. Hasil tersebut menjadi kelemahan karena bagi pendapata traveller dan pemangku kebijakan bahwa masih banyak ditemui petugas yang memiliki komunikasi yang kurang, karena yang kita ketahui bahwa komunikasi merupakan hal yang sangat penting khususnya pada pariwisata. Pada pernyataan mengenai penunjuk arah menuju tempat ibadah masjid atau musholla memilih pernyataan yang sama bahwa masih kurangnya peunujuk arah karena hal tersebut menjadi hal yang penting bagi wisatawan.

### 3. Peluang dan Ancaman

Analisis EFAS yaitu untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman dan setelah itu memberikan bobot pada masing-masing faktor.

**Tabel 6.** Faktor-faktor Eksternal Peluang

No	Peluang ( <i>Opportunity</i> )	Bobot	Rating	Skor <i>Traveller</i>	Bobot	Rating	Skor Pemangku Kebijakan
1	Mendukung perkembangan objek wisata halal di Pulau Lombok	0.185	4	0.741	4	0.741	4
2	Kesadaran wisata halal meningkatkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar lokasi wisata	0.185	4	0.741	4	0.741	4

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa total skor pada traveller dan pemangku

Kebijakan berbeda yang dimana traveller mendapatkan skor 3.52 sedangkan pemangku kebijakan memperoleh 4.0. Hal tersebut terjadi karena pemangku kebijakan lebih cepat tanggap dalam melihat peluang yang ada di sekitar. Maka dari itu hal tersebut menjadi hal yang positif sehingga dapat meningkatkan wisata halal di Pulau Lombok.

#### 4. Ancaman (*Threat*)

**Tabel 7.** Faktor-faktor Eksternal Peluang

No	Peluang ( <i>Opportunity</i> )	Bobot	Rating	Skor <i>Traveller</i>	Bobot	Rating	Skor Pemangku Kebijakan
1	Pandemi berkepanjangan mengancam keberlanjutan wisata halal	0.429	2	0.857	0.25	2	0.5
2	Pusat informasi yang jelas mengenai wisata halal di Pulau Lombok	0.286	1	1	0.375	2	0.75
3	Website mengenai objek wisata halal di Pulau Lombok	0.286	2	0.571	0.375	2	0.75
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2.4</b>	<b>1</b>		<b>2</b>

Sumber: Hasil olah data,2022

Berdasarkan hasil tabel diatas, Berdasarkan dari pertanyaan yang disajikan pada aspek eksternal skor dari traveller mendapatkan skor tertinggi yaitu 0.857 yaitu pandemic berkepanjangan mengancam keberlangsungan wisata halal, lalu pada pernyataan pusat informasi yang jelas mengenai wisata halal di Pulau Lombok dengan skor pemangku kebijakan dengan skor 0.75 serta pada skor traveller dengan skor 0.571.

#### **Strategi Pengembangan Wisata Halal di Pulau Lombok**

Strategi pengembangan wisata merupakan suatu upaya dalam analisis dalam membuat suatu rencana yang sifatnya komprehensif dengan melihat kondisi internal dan eksternal pada obyek wisata sehingga dapat menjadikan destinasi wisata tersebut memiliki daya saing yang tinggi. berikut ini pengembangan strategi dengan menggunakan analisis SWOT pada faktor internal dan eksternal serta matriks SWOT dalam perumusan pengembangan strategi pada wisata halal di Pulau Lombok.

##### 1. Perhitungan Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat disusun dengan 4 strategi, yaitu SO (Strengths Opportunities), WO (Weakness Opportunities), ST (Strengths Threats), WT (Weakness Threats).

**Tabel 8.** Hasil Analisis Matriks SWOT Traveller



<b>Faktor Internal</b>	<b><i>STRENGTH (S)</i></b>	<b><i>WEAKNESS (W)</i></b>
	<p>- Atraksi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Daya tarik wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan.</li> <li>b) Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang sesuai dengan syariat islam.</li> </ul> <p>- Amenitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Fasilitas ibadah yang layak dan suci,</li> <li>b) Fasilitas makanan dan minuman halal,</li> <li>c) Sarana dan prasarana yang aman serta menganutsistem islami</li> <li>a) d.Keterampilan TenagaKerja (SDM)</li> </ul> <p>- Aksesibilitas :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Menyediakan masjid atau mushola yang layak</li> <li>b) Biaya transportasi yang menggunakan sistem syariat islam,</li> <li>c) Lokasi masjid tidak berada di lokasi yang jauh atau tersembunyi.</li> </ul> <p>- Lembaga Pendukung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kebijakan/peraturan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Minimnya kemampuanpetugas berkomunikasi dengan baik dan terampil dalam menjelaskan wisata halal di Pulau Lombok</li> <li>2. Kurangnya penunjuk arah</li> <li>3. menuju tempat ibadah masjid atau mushola</li> </ul>



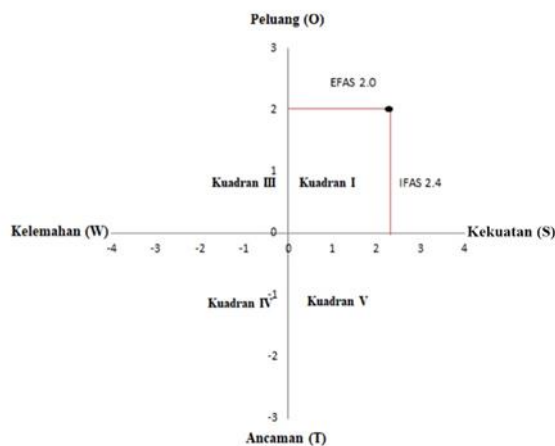
**Tabel 9.** Hasil Analisis Matriks SWOT Pemangku Kebijakan

<p style="text-align: center;"><b>Faktor Internal</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>STRENGTH (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atraksi :             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Daya tarik wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan.</li> <li>b. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang sesuai dengan syariat islam.</li> </ul> </li> <li>- Amenitas :             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Fasilitas ibadah yang layak dan suci,</li> <li>b. Sarana dan prasarana yang aman serta menganut sistem islami,</li> <li>c. Keterampilan Tenaga Kerja (SDM),</li> <li>d. Tidak menyediakan makanan dan minuman yang mengandung alcohol</li> </ul> </li> <li>- Aksesibilitas :             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Biaya transportasi yang menggunakan sistem syariat islam,</li> <li>b. Lokasi masjid tidak berada di lokasi yang jauh atau tersembunyi.</li> </ul> </li> <li>- Lembaga Pendukung:             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kebijakan/ peraturan pemerintah,</li> <li>b. <i>guidelokal</i></li> </ul> </li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESS (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tidak menyediakan makanan dan minuman yang mengandung alcohol</li> <li>○ Musholla pada tempat wisata memiliki tingkat kebersihan yang cukup baik</li> <li>○ Tersedianya perlengkapan ibadah yang lengkap</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Faktor Eksternal</b></p> <p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ekonomi dan Sosial</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mengoptimalkan seluruh aspek internal dan eksternal dalam</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Meningkatkan kualitas petugas dan sarana prasaran</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Infrastruktur dan Informasi</li> </ul>	<p>pemahaman serta memanfaatkan kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah guna mendukung perkembangan wisata halal di Pulau Lombok</p>	<p>sehingga dapat menarik lebih minat para wisatawan untuk datang ke wisata halal di Pulau Lombok</p>
<p><b>THREATS (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pandemi berkepanjangan mengancam keberlanjutan wisata halal</li> <li>○ Pusat informasi mengenai wisata halal di Pulau Lombok</li> <li>○ Website mengenai objek wisata halal di Pulau Lombok</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dengan banyaknya ancaman dalam keberlangsungan wisata halal maka harus ada peningkatan pada seluruh aspek tenaga kerja, pemasaran yang kreatif dan teknologi pada wisata halal di Pulau Lombok</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Meningkatkan inovasi dan kreatifitas dengan maksud memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu menjadi pembeda wisata halal di Pulau Lombok dengan daerah lainnya guna membuat daya tarik lebih</li> </ul>

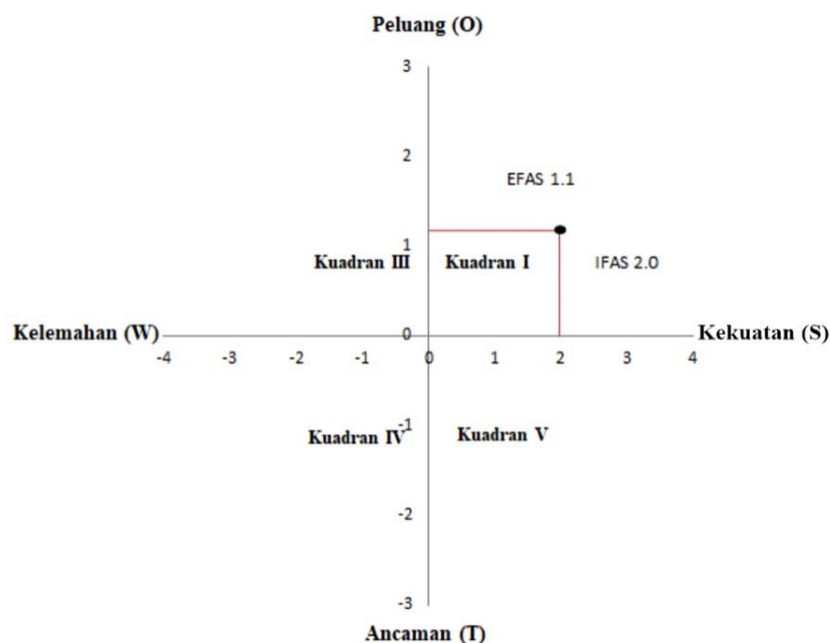
## 2. Matriks SWOT

Dari hasil perhitungan matriks SWOT, maka dapat diketahui bahwa untuk faktor kekuatan (strength) memperoleh nilai skor 3.5 dan skor nilai kelemahan (weakness) pada tabel 4.5 yaitu 1.5 dengan selisih skor 2.0. Faktor peluang (opportunity) pada tabel 4.6 memperoleh skor nilai 3.5 dan skor nilai ancaman (threat) pada tabel 4.7 memperoleh skor nilai 2.4 dengan selisih 1.1. Dari hasil identifikasi faktor IFAS dan EFAS, maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT traveller berikut ini :



**Gambar 1.** Diagram Analisis SWOT Traveller

Berdasarkan gambar diatas hasil diagram SWOT traveller menunjukkan bahwa wisata halal di Pulau Lombok berada pada kuadran I. Menurut (Rangkuti, 2020) berada pada posisi kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Wisata halal di pulau Lombok memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang sebaiknya diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Walaupun objek wisata halal di pulau Lombok memiliki kelemahan dan ancaman, namun wisata halal di pulau Lombok dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk membuat objek wisata tersebut bertahan dan berkembang.



**Gambar 2.** Diagram Analisis SWOT Traveller

Berdasarkan matriks SWOT pemangku kebijakan terlihat bahwa secara internal,

kekuatan yang dimiliki lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Demikian juga pada peluang yang dimiliki lebih besar dibandingkan dengan ancaman. selisih antara nilai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) diperoleh 2.0 yang berada pada sumbu X positif. Sementara pada perhitungan selisih pada faktor eksternal (peluang dan ancaman diperoleh 1.1 yang berada di sumbu Y positif.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal kekuatan traveller dan faktor-faktor internal pemangku kebijakan pada strategi pengembangan wisata halal di Pulau Lombok memperoleh nilai skor yang berbeda namun hasil tersebut tidak terlalu signifikan. Maka dari itu perbedaan pada skor traveller dan pemangku kebijakan yang merupakan aspek-aspek atraksi, amenities, keterampilan tenaga kerja/sumber daya manusia (SDM), aksesibilitas, dan lembaga pendukung dapat menjadi faktor kekuatan bagi pengembangan wisata halal di Pulau Lombok.
2. Variabel Pada faktor internal kelemahan traveller dan pemangku kebijakan pada strategi wisata halal di Pulau Lombok memiliki perbedaan yang dimana pada traveller memperoleh kelemahan pada penunjuk arah menuju tempat Ibadan masjid atau mushola. Berbeda dengan pemangku kebijakan yang memperoleh kelemahayaitu tidak menyediakan makanan dan minuman yang mengandung alcohol, musholla pada tempat wisata memiliki tingkat kebersihan yang cukup baik, tersedianya perlengkapan ibadah yang lengkap. Maka dari itu dari hasil keduanya wisata halal di Pulau Lombok harus lebih memperhatikan hal yang telah disebutkan. Hal tersebut sangat penting untuk terus di evaluasi agar para traveller nyaman dan tidak ragu untuk datang kembali ke wisata halal di Pulau Lombok dan tentu saja dibuthkannya kontribusi oleh pemangku kebijakan.
3. Faktor-faktor eksternal dapat menjadi peluang dan ancaman traveller dan pemangku kebijakan dalam pengembangan wisata halal di Pulau Lombok. Faktor peluang bersumber dari aspek ekonomi dan sosial serta aspek infrastruktur dan informasi. Sedangkan faktor ancaman yaitu pandemic berkepanjangan mengancam keberlanjutan wisata halal di Pulau Lombok, minimnya informasi mengenai wisata halal di Pulau Lombok dan kurangnya pengoptimalan website mengenai objek wisata halal di Pulau Lombok. Hasil yang didapatkan dari masing-masing faktor peluang dan ancaman traveller dan pemangku kebijakan tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Masih terdapatnya ancaman mengenai pusat informasi yang jelas tentang wisata halal di Pulau Lombok dan website mengenai objek wisata halal di Pulau Lombok. Hal tersebut dapat diantisipasi oleh para pemangku kebijakan dengan melihat peluang yang ada.
4. Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal, maka pengembangan strategi yang dapat dilakukan wisata halal di Pulau Lombok adalah Strategi S-O (Strength-Opportunity) adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Alternative S-O yang dirumuskan adalah mengembangkan atraksi wisata halal di Pulau Lombok, meningkatkan dan memanfaatkan kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah guna mendukung perkembangan wisata halal di Pulau Lombok, mengoptimalkan seluruh aspek internal dan eksternal dalam pemahaman wisata halal dalam peningkatan wisatawan di Pulau Lombok, memperbaiki serta membangun sarana dan pemeliharaan prasarana wisata halal di Pulau Lombok.

#### **Acknowledge**

Terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik secara material maupun immaterial; perhatian, semangat, bimbingan, saran serta memberikan doa untuk penulis dengan rasa hormat kepada Kedua orang tua, adikku, dan keluarga besarku. Dr. Asnita Frida Sebayang, S.E, M.Si., selaku dosen pembimbing . Dr. Ima Amaliah, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan dan seluruh dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan; Prof. Dr. Atih Rohaeti Dariah, S.E., M.Si, Dr. Dewi Rahmi, S.E., M.Si, M.Si

Dr. Nurfamiyati, S.E, M.Si, Ria Haryatiningsih, S.E., Dr. Asnita Frida Sebayang, S.E, M.Si., Yuhka Sundaya, S.E.M.Si, Westi Riani, S.E., M.Sy., Ade Yunita Mafruhah, SE., M.Soc., Sc dan Meidy Haviz, S.E., M.Si. Serta seluruh teman-teman peneliti.

#### Daftar Pustaka

- [1] Ayu Julida Yanti, Sundaya, Y., & Haviz, M. (2021). Permintaan Wisata Kelompok Pemuda ke Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 15–23. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v1i1.63>
- [2] Dwiputra, R. (2013). Preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 24(1), 35–48.
- [3] Fahmi Djafar. 2018. “Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Cv. Idola Indonesia.” Thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- [4] Kemenparekraf. 2021. “Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.” *Jdih.Kemenparekraf.Go.Id*. 2021.
- [6] M. Quraish Shihab. 2007. “Wawasan Al Quran.” In *Wawasan Al Quran*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- [7] Rangkuti, Freddy. 2009. “Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus.” In *Integrated Marketing Communication*. JAKARTA: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- [9] UNWTO. 2021. “UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency.”
- [10] Yanti, A. J., Sundaya, Y., & Haviz, M. (2021). Permintaan Wisata Kelompok Pemuda ke Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 15–23. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v1i1.63>
- [11] Latifah, & Meidy Haviz. (2022). Identifikasi Sektor Basis dan Sektor Unggulan Ekonomi Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2018-2020. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 45–50. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.820>
- [12] Nasipah, R. H., Sudana, A., & Rahmi, D. (2023). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Kota Bandung Tahun 2019. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v%vi%i.1794>
- [13] Zulfan Fikriansyah, & Aan Julia. (2023). Faktor Penentu Keputusan Masyarakat Menjadi Pekerja Migran Indonesia (Studi Kasus : di Desa Bongas Kecamatan Bogas Kabupaten Indramayu). *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 25–32. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i1.1889>