

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi.²⁹ Tokoh yang memperkenalkan analisis SWOT adalah Albert Humphrey pada tahun 1960-1970. Pada dasarnya analisis SWOT merupakan akronim dari 4 kata yaitu *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT diartikan sebagai analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).³⁰ Sementara itu, Pearce and Robinson berpendapat bahwa analisis SWOT adalah bagian dari proses manajemen strategi perusahaan yang bertujuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.³¹

²⁹ I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, Igusti Ayu Ari Agung, and I Made Tamba, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*, 2018.

³⁰ Freddy Rangkuti, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis" (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).

³¹ H Adrah, "Analisis Swot Dalam Pengembangan Pariwisata Di Taman Wisata Alam Batu Angus Kecamatan Aertembaga Kota Bitung," *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 2024, 139–45.

Analisis SWOT bersifat deskriptif dan subjektif, bisa saja beberapa orang dalam sebuah organisasi memberikan analisis yang berbeda pada keempat bagian dalam analisis SWOT. Hal ini sangat wajar karena output dari analisis SWOT merupakan sebuah arahan bukan solusi. Meskipun arahan tersebut dapat dijadikan solusi, namun pada dasarnya arahan atau rekomendasi yang dihasilkan bertujuan mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.³² Dengan dilakukan analisis SWOT, maka dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).³³

b. Kegunaan Analisis SWOT

Analisis SWOT memiliki banyak keunggulan karena cukup simpel namun ternyata dapat membantu penyusunan strategi baik organisasi maupun perusahaan. Secara umum menurut pendapat Fajar Nuraini DF, analisis SWOT memiliki kegunaan sebagai berikut:³⁴

- 1) Digunakan untuk menganalisis kondisi internal lembaga dan lingkungan eksternal lembaga.

Dengan melakukan analisis SWOT maka organisasi atau perusahaan dapat mengetahui kondisi internal dan eksternal. Kondisi internal ini berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi,

³² Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 7.

³³ *Ibid.*, hlm. 8.

³⁴ *Ibid.*

sedangkan kondisi eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan tersebut.

- 2) Digunakan untuk mengetahui posisi sebuah perusahaan atau organisasi diantara perusahaan atau organisasi yang lain

Pengidentifikasian empat faktor yang ada dalam analisis SWOT membantu perusahaan untuk melihat posisi mereka dibandingkan perusahaan yang memiliki pelayanan atau produk serupa. Hasil dari analisis yang ditemukan memudahkan untuk melihat kompetitor mana yang berada di atas perusahaan dan kompetitor mana yang berada di bawah perusahaan.

- 3) Digunakan untuk mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dihadapkan dengan para pesaingnya.

Dalam sebuah organisasi, analisis SWOT membantu untuk mengetahui apakah produk atau jasa yang ditawarkan dapat berkompetisi dengan para kompetitor yang memberikan pelayanan atau produk serupa.

c. Manfaat Analisis SWOT

Berikut merupakan penjabaran beberapa manfaat menggunakan metode analisis SWOT:³⁵

1. Analisis SWOT dapat membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus yang menjadi dasar sebuah analisis persoalan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

³⁵ Dian Wijayanto, Pengantar Manajemen, (Jakarta: Gremadia Pustaka Utama, 2012), hlm. 109.

2. Analisis SWOT mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.
3. Analisis SWOT dapat membantu kita membedah organisasi dari empat sisi yang ada menjadi dasar dalam proses identifikasinya dengan analisis ini kita dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.
4. Analisis SWOT dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi pada saat itu.
5. Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasi kelemahan yang ada serta menekan munculnya dampak ancaman yang mungkin akan timbul.

d. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), sedangkan faktor eksternal terdiri dari *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Faktor tersebut kemudian akan diidentifikasi dalam sebuah matriks SWOT yang dikembangkan oleh Wheelen dan Hunger yang mengidentifikasi faktor internal yaitu IFAS

(*Internal Factor Analysis Summary*) dan faktor eksternal yaitu EFAS (*External Factor Analysis Summary*).³⁶

Menurut Freddy Rangkuti secara umum aspek yang terdapat dalam *Internal Factor Analysis Summary* atau IFAS terdiri dari Sumber Daya Manusia (SDM), pemasaran, manajemen, operasional, keuangan dan teknologi perusahaan. Sedangkan *External Factor Analysis Summary* atau EFAS terdiri dari politik dan hukum, sosial dan budaya, teknologi, konsumen, persaingan, demografi, lingkungan ekonomi, serta pemasok dan distributor.³⁷ Namun aspek tersebut dapat disesuaikan dengan konteks penelitian.

Adapun penjelasan dari keempat faktor analisis SWOT sebagai berikut:

1) *Strengths* (Kekuatan)

Strengths merupakan situasi atau kondisi kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang.³⁸ Dengan mengenali aspek kekuatan dalam sebuah organisasi, maka hal ini dapat mempertahankan dan memperkuat kelebihan yang menjadi kekuatan organisasi tersebut.

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam

³⁶ Selamat Riyanto, Muh Nur Luthfi Azis, and Andi Rahman Putera, *Analisis Swot Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi, Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*, 2021.

³⁷ Rangkuti, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.", hlm. 19.

³⁸ *Ibid.*

organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada.³⁹ Kelemahan merupakan hal yang wajar, yang terpenting adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat meminimalisir kelemahan-kelemahan tersebut menjadi sebuah kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan.

3) *Opportunities* (Peluang)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan luar organisasi yang bersifat menguntungkan dan dapat menjadi senjata dalam memajukan sebuah perusahaan atau organisasi.⁴⁰ Perusahaan dapat mengetahui hal eksternal mana yang dapat dijadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal (*strengths* dan *weaknesses*).

4) *Threats* (Ancaman)

Threats atau ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang atau *opportunities*. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan.⁴¹ Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Jika tidak ditanggulangi maka akan berakibat dampak yang berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghambat untuk mencapai sebuah tujuan organisasi.

³⁹ Dewi Indrayani Hamin and Yuyu Isyana Pongoliu, “Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Taulaa” 6, no. 2 (2023): 418–28.

⁴⁰ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 16.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 18.

2. Pariwisata Halal

a. Pengertian Pariwisata Halal

Pariwisata halal merupakan gabungan dari dua kata yaitu pariwisata dan halal. Menurut Oka A Yoeti, istilah pariwisata merupakan kata yang berasal dari dua suku kata yaitu “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan “wisata” yang diartikan perjalanan, bepergian. Oleh karena itu pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain, maka istilah ini serupa dengan kata “*tour*” atau “*travel*” dalam Bahasa Inggris. Sedangkan istilah “kepariwisataan” sama maknanya dengan “*tourism*”.⁴²

Menurut Koen Meyers pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Sedangkan menurut Mr. Herman V. Schulard Pariwisata adalah sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan perekonomian secara langsung berhubungan dengan masuknya orang-orang asing melalui lalu lintas di suatu negara tertentu, kota dan daerah.⁴³

Dalam Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.” Sedangkan

⁴² Maisyarah Rahmi, *Pariwisata Halal Muslim Friendly Tourism Prespektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*, ed. Ph.D Munawar Rizki Jailani, Lc., M.Sh., 1st ed. (Palembang: Bening Media Publishing, 2022).

⁴³ Megasari Gusandra Saragih, Sri Rahayu, and Mesra, *Buku Manajemen Pariwisata*, 2023.

kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha.⁴⁴

Adapun pengertian “halal” berasal dari bahasa arab yaitu “*halla*” yang berarti diizinkan, diperbolehkan atau tidak dilarang. Sedangkan “halal” menurut istilah adalah segala sesuatu yang tidak dihukum bagi pelakunya atas perlakuannya, maka halal adalah segala sesuatu yang dibolehkan syariat atas perbuatannya.⁴⁵

Menurut kitab al-Tarifat yang berkaitan dengan hukum syara’, halal memiliki dua pengertian.⁴⁶

كُلُّ شَيْءٍ لَا يُعَاقَبُ عَلَيْهِ بِاسْتِعْمَالِهِ

Dan

مَا أَطْلَقَ الشَّرْعُ فَعَلَهُ مَاخُودٌ مِنَ الْحَلِّ

Pengertian pertama menunjukkan bahwa kata halal menyangkut kebolehan menggunakan benda-benda atau apa saja untuk memenuhi kebutuhan fisik, termasuk di dalamnya makanan, minuman, dan obat-obatan. Pengertian kedua berkaitan dengan kebolehan memanfaatkan, memakan, meminum, dan mengerjakan segala sesuatu ditentukan

⁴⁴ Ismayanti, “Dasar-Dasar Pariwisata (Sebuah Pengantar),” 2020, 1–184.

⁴⁵ Rahmi, *Pariwisata Halal Muslim Friendly Tourism Prespektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*.

⁴⁶ Al-Jurjani, ‘Ali bin Muhammad, *Kitabal-Ta’rifat*, Cet. III, (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1988), hlm. 92.

berdasarkan nash.⁴⁷ Dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata halal adalah kegiatan wisata yang fasilitasnya memenuhi kebutuhan wisatawan muslim.⁴⁸ Artinya pariwisata halal bukanlah tempat wisata yang disyariahkan, melainkan wisata yang menunjang kebutuhan muslim. Wisata halal merupakan layanan-layanan ramah muslim disediakan di tempat wisata.⁴⁹

b. Konsep Pariwisata Halal

Berbicara tentang halal, maka tidak dapat dilepaskan dari konsep halal dan haram dalam Islam, begitu pula dengan konsep pariwisata halal. Halal diartikan sebagai sesuatu yang dibenarkan, diperbolehkan, sedangkan haram merupakan perbuatan atau sesuatu yang dilarang. Halal dalam perspektif agama adalah hukum makanan apa saja yang boleh dikonsumsi oleh konsumen muslim, sedangkan menurut perspektif industri konsep halal merupakan peluang bisnis yang dapat meningkatkan nilai *intangible value* seperti adanya label halal dalam kemasan.⁵⁰

Istilah pariwisata halal dikembangkan sejak 2015 setelah digelar *World Halal Tourism Summit* (WHTS) yang dilaksanakn di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Sebelum dikenal dengan konsep pariwisata halal, masyarakat di dunia mengenalnya dengan *moslem tour*. Istilah wisata halal diberbagai

⁴⁷ Nurul Huda, *Pariwisata Syariah Sebuah Pendekatan Teoritis dan Riset* (Jakarta: Kencana, 2021), hlm. 2.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Mutmainah, Ahyani, and Putra, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Tentang Pengembangan Kawasan Industri Pariwisata Halal Di Jawa Barat.”

⁵⁰ Rahmi, *Pariwisata Halal Muslim Friendly Tourism Prespektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*.

negara menggunakan terminologi yang berbeda-beda antara lain *islamic tourism*, *moslem friendly travel*, *halal lifestyle* atau *halal travel*.⁵¹

Battour & Ismail menyatakan bahwa wisata halal adalah bentuk kegiatan pariwisata yang didesain secara khusus untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan fisik wisatawan Muslim sesuai dengan ajaran Islam. Mereka menjelaskan bahwa prosedur wisata halal mencakup tiga aspek utama yaitu akomodasi halal, transportasi dan paket wisata halal, lingkungan sosial dan budaya yang islami.⁵²

Pariwisata halal banyak dimininati karena karakteristik produk ataupun jasa yang ditawarkan bersifat universal. Wisata halal dan wisata konvensional tidak memiliki perbedaan produk, jasa maupun tujuan selama dalam pengembangannya tidak bertentangan dengan nilai dan etika bisnis syariah. Jika dilihat dari ruang lingkupnya, secara umum wisata halal lebih kompleks dibanding dengan wisata konvensional dan wisata religi. Wisata konvensional hanya berfokus pada alam, budaya, sejarah, kuliner sedangkan pada wisata religi objek utamanya adalah tempat ibadah dan peninggalan sejarah. Wisata halal mampu merangkum semua daya tarik tersebut menjadi objek yang menarik wisatawan. Sehingga pariwisata halal lebih fleksibel dari segi objek daya tarik wisata.⁵³

Berikut tabel perbedaan wisata halal dan wisata lainnya.⁵⁴

⁵¹ Surur Fadhil, *Wisata Halal; Konsep Dan Aplikasi*, Alauddin University Press, 1st ed. (Makasar: UPT Perpustakaan UIN Alauddin, 2020)., hlm. 25.

⁵² Battour, M., & Ismail, M.N. (2016). *Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future*. Tourism Management Perspectives, 19, 150–154.

⁵³ *Ibid.*, hlm. 44.

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 52-66.

Tabel 2. 1 Perbedaan Wisata Halal dan Wisata Lainnya

No.	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal	Wisata Syariah
1	Objek	Alam, budaya, heritage, kuliner	Tempat ibadah & peninggalan sejarah	Semua objek seperti konvensional, disertai fasilitas islami	Semua objek termasuk syiar nilai syariah (makanan, akhlak)
2	Tujuan	Rekreasi & hiburan semata	Meningkatkan spiritualitas, ibadah	Menghibur sekaligus mendekatkan diri pada Allah	Sama seperti halal: spiritual & hiburan tapi lebih komprehensif
3	Target	Kepuasan, kesenangan semata	Pencarian ketenangan batin & kedekatan dengan tuhan	Gabungan kepuasan duniawi & kesadaran religius	Memenuhi keinginan plus peningkatan kesadaran beragama
4	Fasilitas Ibadah	Tidak diprioritaskan	Ada, tapi bukan elemen utama	Menyediakan mushola, petunjuk kiblat, jadwal sholat	Menjadi integral dari perjalanan
5	Kuliner	Umum, tanpa jaminan halal	Umum, tidak fokus halal	Makanan halal tersedia tapi tidak selalu atas dasar syariat yang ketat	Spesifik halal & toyyib, sesuai standar syariah
6	Panduan/ <i>Guide</i>	Informasi umum, atraktif	Fokus pada sejarah dan tokoh agama	Ramah muslim, meningkatkan waktu & etika ibadah	Mampu membangkitkan kesadaran religius & menjelaskan peran syariah
7	Interaksi Sosial	Transaksional, komersial	Bisa bersifat komplementer	Relasi tetap transaksional dengan sentuhan religius	Interaksi berdasarkan prinsip syariah (etika islam)
8	Waktu dan agenda	Fleksibel	Mengikuti waktu ibadah tertentu	Mengakomodasi jadwal sholat dalam <i>itinerary</i>	Agenda disusun ketat berdasarkan waktu ibadah & etika syariah

Menurut Story wisata halal adalah manajemen wisata yang mematuhi aturan agama untuk menanggapi kebutuhan umat Islam yang mencakup layanan yang ditawarkan dari negara asal ke tujuan misal hotel, transportasi, restoran, rekreasi, dan hiburan yang sesuai prinsip Islam. Bogan & Sarisik menyebutkan bahwa wisata halal muncul sebagai hasil dari preferensi individu untuk berwisata dengan tujuan mendekatkan diri kepada Tuhan.⁵⁵

⁵⁵ *Ibid.*

Dalam hal ini maka wisata halal diartikan sebagai wisata yang berdasarkan kepada nilai-nilai syariah Islam. *World Tourism Organization* (WTO) juga menganjurkan bahwa wisata halal bukan hanya disediakan untuk konsumen muslim saja tetapi untuk seluruh masyarakat termasuk konsumen non muslim. Dengan begitu semua wisatawan dapat merasakan wisata halal yang identik dengan penjaminan kualitas dan kehalalan dari berbagai fasilitas yang ada di dalamnya.⁵⁶

c. Indikator Pariwisata Halal

Kriteria atau indikator umum pariwisata halal adalah memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, menghindari kemusyrikan dan khurafat, bebas dari maksiat, menjaga keamanan dan kenyamanan, menjaga kelestarian alam dan lingkungan, dan namun harus menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.⁵⁷

Terdapat empat indikator dalam mewujudkan wisata halal, indikator ini digunakan oleh *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Adapun 4 indikator tersebut adalah:⁵⁸

- 1) *Accessibility* (aksesibilitas) merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. Adapun sub indikator dari *accessibility* sebagai berikut:

⁵⁶ Rahmi, *Pariwisata Halal Muslim Friendly Tourism Prespektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*.

⁵⁷ Furri Nahrishah, "Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Wisata Halal Di Kawasan Lampuuk Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar," *Nucl. Phys.* (2023).

⁵⁸ *Ibid.*

a. Visa

Persyaratan visa akan menilai kemudahan mendapatkan visa, jenis visa yang tersedia, dan ketentuan spesifiknya bagi para wisatawan.

b. Konektivitas

Terdapat dua hal yang termuat, yaitu konektivitas udara dan konektivitas darat. Konektivitas udara menilai pada ketersediaan dan frekuensi penerbangan langsung antara tujuan dan asal pasar muslim utama dimana kedekatan geografis tujuan dinilai dapat memberikan akses yang lebih mudah. Konektivitas darat menilai bagaimana kualitas terhubungnya jalan dan penyebrangan yang menghubungkan destinasi dengan daerah mayoritas muslim.

c. Infrastruktur Transportasi

Aksesibilitas destinasi bagi wisatawan muslim yang mencakup kenyamanan dan kemudahan akses.

2) *Communication* (komunikasi) dalam wisata halal yaitu memperhatikan kemampuan komunikasi dan upaya mempromosikan sebuah destinasi kepada wisatawan muslim.

Adapun sub indikator dari *communication* sebagai berikut:

a. *Destination Marketing*

Menilai promosi destinasi melalui ketersediaan informasi pada situs web, panduan wisatawan halal, penyebutan dalam media, dan kampanye promosi pada sebuah destinasi.

b. *Communication Proficiency*

Hal ini mengacu pada kemampuan atau keterampilan berkomunikasi dengan baik dan fektif. Selain itu aspek ini dapat mengevaluasi kemahiran bahasa Inggris, Arab, Bahasa, Melayu, Urdu, Turki, Rusia, Persia, Jerman dan Prancis untuk setiap destinasi yang dihitung berdasarkan bahasa yang digunakan oleh wisatawan dari 30 pasar *outbound* wisata Muslim teratas.

c. *Stakeholder Awareness*

Mencerminkan kemampuan destinasi dalam memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan muslim melalui faktor kehadiran konferensi atau kegiatan Halal, persentase populasi Muslim di destinasi, pencarian online terkait layanan Halal dan ramah Muslim, dan kesadaran masyarakat lokal tentang persyaratan Halal.

3) *Environment* (lingkungan) menurut Otto Sumarwoto adalah jumlah seluruh benda dan keadaan yang terdapat didalam ruang yang mempengaruhi kehidupan kita. Adapun sub indikator dari *environment* sebagai berikut:

a. Keamanan

Keamanan diperlukan karena wisatawan Muslim dianggap perlu merasa aman dari kejahatan rasial dan keamanan secara umum dalam menikmati perjalanan maupun dalam menjalankan keyakinan mereka di destinasi tujuan.

b. Kunjungan Wisatawan

Jumlah kunjungan wisatawan Muslim menjadi salah satu indikator terbesar popularitas suatu destinasi adalah volume kunjungan pengunjung Muslim. Penilaian kriteria kunjungan pengunjung Muslim didasarkan pada a) Total kunjungan pengunjung muslim, dan b) Persentase pengunjung Muslim sebagai persentase dari total pengunjung.

c. *Enabling Climate*

Iklim lingkungan dalam pariwisata ini mencakup penggunaan teknologi informasi penelitian dan pengembangan, dan seperangkat aturan.

d. Keberlanjutan

Usaha destinasi menciptakan lingkungan berkelanjutan melalui emisi karbon dioksida, energi terbarukan, kualitas udara, pelestarian warisan budaya, dan pembangunan manusia.

- 4) *Service* (layanan) merupakan kegiatan atau tindakan yang ditawarkan atau diberikan oleh satu pihak ke pihak lain yang bentuknya tidak berwujud dan tidak mencerminkan kepemilikan oleh pihak lain akan tetapi penilaiannya dengan kepuasan atau ketidakpuasan. Adapun sub indikator dari *service* sebagai berikut:

a. Restoran Halal

Kenyamanan dan pilihan restoran yang dapat menyediakan makanan halal serta jaminan halal karena bagi wisatawan

Muslim makanan halal menjadi perhatian utama mereka saat berwisata.

b. Tempat Ibadah

Hal ini karena kewajiban Muslim terhadap sholat lima waktu dan kebutuhan air untuk berwudhu. Oleh karena itu, kemudahan akses fasilitas salat di destinasi wisata tersebut akan membuat wisatawan muslim semakin nyaman

c. Bandara

Fasilitas di bandara utama destinasi yang menyediakan musala, fasilitas wudhu yang memadai, dan makanan/restoran halal baik di area umum maupun transit karena bandara menampung banyak penumpang sepanjang tahun dan perlu untuk memenuhi jumlah wisatawan Muslim yang meningkat maka bandara harus mampu memenuhi kebutuhan spesifik mereka.

d. Akomodasi

Pilihan akomodasi atau penginapan yang ramah keluarga, tersedia makanan halal, penanda arah kiblat, dan toilet ramah air agar masa menginap para wisatawan dapat nyaman di hotel atau akomodasi lainnya,

e. *Unique Experience*

Berupa tersedianya situs warisan dunia dan situs warisan Islam di setiap destinasi sehingga para wisatawan mendapatkan pengalaman dan kesan yang menyenangkan.

d. Landasan Hukum Pariwisata Halal

Adapun landasan hukum pariwisata halal dari al-qur'an, hadits, dan kaidah fiqih sebagai berikut:

Allah Swt. Berfirman:⁵⁹

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ

"Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahi lah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan." (QS. Al-Mulk [67]: 15)

Dalam ayat ini, Allah SWT menunjukkan bahwa bumi diciptakan untuk diperiksa dan untuk memberikan rezeki kepada hamba-Nya. Ini sangat terkait dengan perjalanan, di mana ayat yang berarti "Maka Jelajhilah" berfungsi sebagai bentuk perintah. Menurut kaidah Ushul, "dasar suatu perintah adalah wajib", pada dasarnya sebuah kata perintah memiliki arti wajib. Sampai ada bukti atau bukti tambahan yang menunjukkan bahwa perintah tersebut bukanlah wajib, tetapi hanyalah sunnah atau mubah.

Dalam konteks wisata dalam Islam, berwisata adalah hal yang diperbolehkan, seperti yang dikatakan oleh Rasulullah SAW:⁶⁰

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ سَافِرُوا تَصِحُّوا وَاغْزُوا تَسْتَعْنُوا

⁵⁹ Al-Quran dan Terjemahnya, (Jakarta: Kemenag Agama RI)

⁶⁰ Ath-Thabarani, *Mu'jam al-Kabir*, no. 10098.

“Dari Abi Hurairah, bahwasanya Nabi saw, bersabda: Bepergianlah kalian niscaya kalian menjadi sehat dan berperanglah niscaya kalian akan tercukupi.” (HR. Ahmad)

Hadits di atas menunjukkan bahwa perjalanan dalam Islam diperbolehkan dengan berwisata ke suatu tempat. Diharapkan bahwa hal ini akan meningkatkan iman dan ketakwaan manusia kepada Allah Swt., yang telah menciptakan banyak tempat rekreasi untuk manusia agar mereka dapat mempertimbangkan kebesaran dan keagungan Allah Swt.

Dari keterangan ayat dan hadits di atas berkaitan dengan perintah untuk menjelajahi bumi, dan perintah untuk mencari pelajaran atas semua yang dilihat. Hal ini menjadi bukti bahwa berwisata adalah perbuatan yang diperbolehkan, bahkan dapat bernilai sunah apabila disertakan dengan niatan khusus seperti menjalankan ibadah umrah, dan akan bernilai wajib seperti melaksanakan ibadah haji bagi yang mampu. Oleh karena itu hukum yang dapat dikaitkan dengan berwisata disesuaikan dengan tempat tujuan dan maksud tujuan berwisata ke tempat tersebut. Jika hanya berniat jalan-jalan, melancong, atau keliling-keliling maka hal tersebut bernilai mubah, namun bisa juga bernilai makruh dan haram apabila memiliki niatan yang tidak baik.

Kemudian terdapat kaidah fiqh yang menunjukan kebolehan berwisata, sebagai berikut:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى التَّحْرِيمِ

“Pada dasarnya, segala bentuk muamalat diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”⁶¹

Kaidah tersebut menjelaskan bahwa pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah diperbolehkan sampai ada dalil yang melarangnya. Begitu pula dengan aturan yang berkaitan dengan hal-hal mudharat diperbolehkan demi tercapai suatu kemaslahatan.

DSN MUI juga telah menetapkan pedoman penyelenggaraan pariwisata halal yang berdasarkan prinsip syariah melalui fatwa nomor 108/DSN-MUI/X/2016. Dalam fatwa tersebut menetapkan tentang ketentuan umum, ketentuan hukum, prinsip umum penyelenggaraan pariwisata syariah, ketentuan-ketentuan terkait para pihak dan akad, hotel syariah, wisatawan, destinasi wisata, spa, sauna dan massage, biro perjalanan wisata syariah, serta pemandu wisata syariah.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penting untuk memahami bagaimana penelitian sebelumnya membuka pintu bagi pemahaman lebih baik dalam kaitannya dengan strategi implementasi konsep pariwisata halal di Kota Tasikmalaya. Berikut beberapa pembahasan penelitian terdahulu:

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mariska Ardilla Faza (2019)	Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat	Hasil menunjukkan, kuatnya dorongan pemerintah daerah, ketersediaan banyak destinasi wisata dan fasilitas ibadah, serta eratnya orientasi masyarakat NTB dengan

⁶¹ Ibn Taimiyyah, *Majmu' al-Fatawa*, tahqiq: Abd al-Rahman bin Muhammad bin Qasim, jil. 29, hal. 514, Dar al-Wafa, Mesir.

			Islam menjadi dasar kekuatannya. Kelemahannya yaitu kurangnya jumlah kegiatan usaha yang bersertifikasi halal dan masih belum optimalnya penyediaan layanan bagi wisatawan. Sedangkan peluangnya adalah akses yang relatif mudah bagi turis untuk berkunjung ke NTB dan adanya dukungan dari pemerintah pusat. Lalu ancamannya adalah negara-negara “pesaing” yang juga mengembangkan Pariwisata Halal, adanya kemungkinan masuknya budaya yang tak sejalan dan sikap negatif terkait kelestarian lingkungan dari wisatawan, dan bencana alam. ⁶²
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT.	
	Perbedaan	Perbedaannya terletak pada objek penelitian.	
2	Irwansyah dan Muchamad Zaenuri (2021)	Wisata Halal: Strategi dan Implementasinya di Kota Banda Aceh	Terapat beberapa strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dengan melakukan sosialisas, sertifikasi produk dengan kerjasama dengan lembaga sertifikasi, melakukan promosi ke dalam dan luar negeri, serta pembenahan sarana dan prasarana. Pemerintah Kota Banda Aceh harus lebih serius memperhatikan sektor wisata halal jika ingin meningkatkan kunjungan wisata. ⁶³
	Persamaan	Topik yang diteliti terkait strategi dan implementasi pariwisata halal.	
	Perbedaan	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan tidak menggunakan teknik analisis SWOT.	
3	Dedi Harianto (2021)	Implementasi Pariwisata Halal di Pantai Tanjung Bias Lombok Barat	Kesimpulan dari penelitian ini yakni implementasi pariwisata halal di Pantai Tanjung Bias Lombok Barat dari delapan faktor standar pengukuran pariwisata halal, ada lima faktor yang di implementasikan, diantaranya; Pelayanan kepada wisatawan dengan prinsip Islam, Pemandu dan staf

⁶² Faza, “Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat.”

⁶³ Irwansyah Irwansyah and Muchamad Zaenuri, “Wisata Halal: Strategi Dan Implementasinya Di Kota Banda Aceh,” *Journal of Governance and Social Policy* 2, no. 1 (2021): 41–55, <https://doi.org/10.24815/gaspol.v2i1.21107>.

			memiliki disiplin dan menghormati prinsip Islam, Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam, menyediakan fasilitas ramah tamah wisatawan muslim dan tidak menyediakan tempat-tempat yang bertentangan dengan prinsip Islam. ⁶⁴
	Persamaan	Topik yang diteliti terkait implementasi pariwisata halal.	
	Perbedaan	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan tidak menggunakan teknik analisis SWOT.	
4	Mario Ardiansyah, Disfa Lidian Handayani, Fatimatuz Zuhro (2022)	Analisis SWOT Wisata Halal Al-Qur'an Akbar Palembang (<i>The Swot Analysis of Halal Tourism of Al Qur'an Akbar Palembang</i>)	Hasil dari kuadran SWOT diperoleh nilai X positif yaitu 1,94 dan Y positif 1,88. Dari hasil perhitungan SWOT menunjukkan bahwa Wisata Halal Al-Qur'an Akbar berada pada posisi kuadran satu. Posisi kuadran I merupakan posisi yang sangat menguntungkan bagi organisasi dalam hal ini Al-Qur'an Akbar. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Strategi Pengembangan Wisata Halal Al-Qur'an Akbar yaitu dengan cara melakukan promosi melalui media sosial agar Al-Qur'an Akbar lebih dikenal oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara, Memasang kamera CCTV, menambah personel keamanan, menerapkan protokol kesehatan dan berkoordinasi dengan aparat setempat seperti kepolisian. Serta melakukan kerja sama dengan Pemerintah untuk memperbaiki jalan yang rusak dan membangun jalan tol agar wisatawan dapat dengan mudah berkunjung ke Al Qur'an Al Akbar. ⁶⁵
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis SWOT, topik yang diteliti yaitu wisata halal.	
	Perbedaan	Perbedaan terletak pada objek penelitian.	
5	Ilham Zitri, Artim Gushadi,	Pariwisata Halal di Nusa Tenggara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar wisata halal masih ambigu, sehingga masih

⁶⁴ Dedi Harianto, "Implementasi Pariwisata Halal Di Pantai Tanjung Bias Lombok Barat" (Universitas Islam Negeri Mataram, 2021).

⁶⁵ Mario Ardiansyah, Disfa Lidian Handayani, and Fatimatuz Zuhro, "The Swot Analysis of Halal Tourism of Al Qur'an Akbar Palembang."

	Amil, Darmansyah, Azwar Subandi (2023)	Barat; Implementasi dalam Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika	banyak masyarakat yang belum memahami standar itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh minimnya sosialisasi dari instansi atau organisasi terkait sehingga menimbulkan persepsi yang keliru terhadap konsep wisata halal itu sendiri. Kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Provinsi belum terlaksana secara optimal. Hal ini terlihat dari belum terbentuknya tim halal dari Dinas Pariwisata Provinsi. Kondisi penduduk di Nusa Tenggara Barat, khususnya Kabupaten Lombok Tengah, sangat mendukung terlaksananya konsep wisata halal. Kawasan Kuta Mandalika menawarkan lingkungan yang kondusif bagi wisatawan muslim untuk berlibur dengan nyaman dan aman. ⁶⁶
	Persamaan	Topik yang diteliti terkait implementasi pariwisata halal.	
	Perbedaan	Perbedaan terletak pada objek penelitian.	
6	Muhammad Iqbal Awaludin (2024)	Analisis Potensi Penerapan Pariwisata Halal di Kota Tasikmalaya	Melihat hasil analisis penerapan pariwisata halal yang mengacu pada kriteria wisata halal Master Card Crescent Rating Global Muslim Travel Index dapat disimpulkan bahwa Kota Tasikmalaya mempunyai potensi dalam penerapan pariwisata halal. Penerapan kriteria pariwisata halal di Kota Tasikmalaya sesuai dengan kriteria perjalanan ramah muslim dimana dalam setiap komponen seperti kriteria akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan ramah muslim. Untuk upaya dalam penerapan pariwisata halal ini, melihat dari hasil analisis dengan konsep POAC (Planning, Organizing, Actuating dan Controlling) dapat diketahui bahwa dalam perencanaannya kedepan Bidang Pariwisata Disporabudpar Kota Tasikmalaya akan membuat regulasi pariwisata halal yang tertuang dalam Rencana Induk Pengembangan

⁶⁶ Ilham Zitri et al., "Pariwisata Halal Di Nusa Tenggara Barat: Implementasi Dalam Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika," *Journal of Social and Policy Issues* 3 (2023): 113–20, <https://doi.org/10.58835/jspi.v3i3.107>.

			Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Tasikmalaya 2025. ⁶⁷
	Persamaan	Topik yang diteliti terkait pariwisata halal	
	Perbedaan	Data dianalisis menggunakan konsep POAC, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis SWOT	
7	Desi Fitriyani Suryana, Yesti Yuliyanti Fatimah, Elga Achmad Firdaus (2024)	Analisis Literasi Tentang Konsep Wisata Halal (Studi Kasus Pengelola di Objek Wisata Situ Gede Tasikmalaya)	Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Objek Wisata Situ Gede yang terdapat di Tasikmalaya belum sepenuhnya menerapkan konsep wisata halal. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya literasi tentang wisata halal khususnya bagi pengelola wisatanya. Adapun hal-hal yang belum sesuai dengan konsep wisata halal yaitu makanan yang sudah tersertifikasi halal. Pengelola objek wisata memiliki persepsi bahwa makanan yang sudah tersertifikasi halal tidak terlalu penting bagi pedagang yang berada di wilayah Situ Gede karena jarang pengunjung yang menanyakan tentang kepemilikan sertifikasi halal makanan yang dijual. ⁶⁸
	Persamaan	Topik yang diteliti terkait pariwisata halal.	
	Perbedaan	Yang dianalisis adalah literasi pariwisata halal, sedangkan dalam penelitian ini adalah implementasi pariwisata halal	

Novelty atau kebaruan dalam penelitian ini terletak pada lokasi yang dipilih, yaitu Kota Tasikmalaya. Kota ini menarik berbagai objek penelitian mengenai pariwisata halal, mengingat penduduknya yakni 747.123 jiwa pada tahun 2024 adalah Muslim serta memiliki banyak potensi dan daya tarik wisata.⁶⁹ Dengan situasi tersebut, Kota Tasikmalaya seharusnya menjadi tujuan destinasi pariwisata halal. Namun pada kenyataannya implementasi pariwisata halal di Kota

⁶⁷ Awaludin, "Analisis Potensi Penerapan Pariwisata Halal Di Kota Tasikmalaya."

⁶⁸ Desi Fitriyani Suryana, Yuliyanti Fatimah Fatimah, and Elga Achmad Firdaus Firdaus, "Analisis Literasi Tentang Konsep Wisata Halal (Studi Kasus Pengelola Di Objek Wisata Situ Gede Tasikmalaya)," *Jammiah (Jurnal ...* 4 (2024): 18–28.

⁶⁹ Badan Pusat Statistik Povinsi Jawa Barat

Tasikmalaya belum sepenuhnya diterapkan. Sebelumnya belum ada penelitian yang serupa di Kota Tasikmalaya terkait strategi implementasi konsep pariwisata halal di Kota Tasikmalaya menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini juga berfokus pada 3 perspektif utama, yaitu regulator, praktisi dan akademisi.

C. Kerangka Pemikiran

Pariwisata halal memiliki dua aspek yaitu aspek agama dan industri. Aspek agama mengatur apa yang boleh dan dilarang, sedangkan aspek industri memungkinkan pengusaha pariwisata memanfaatkan konsep ini untuk menghasilkan pendapatan dengan konsumen yang beragama Muslim. Di mana harus ada jaminan bahwa produk itu halal sehingga meningkatkan nilai yang tidak dapat diukur. Misalnya, label halal pada produk makanan menunjukkan bahwa itu halal dan dapat dimakan oleh wisatawan muslim.⁷⁰

Implementasi pariwisata halal dilakukan dengan langkah-langkah strategis yang mencakup penyediaan fasilitas yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti makanan bersertifikat halal, tempat ibadah yang memadai, serta pengaturan akomodasi yang mendukung privasi wisatawan Muslim. Selain itu, destinasi wisata perlu mengadopsi standar layanan halal melalui pelatihan tenaga kerja, pengembangan infrastruktur, dan pengawasan kepatuhan terhadap regulasi halal. Dukungan pemerintah dan pelaku usaha sangat diperlukan untuk bisa menerapkan konsep wisata halal, hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing destinasi dalam pasar pariwisata global tetapi juga menciptakan ekosistem wisata berkelanjutan.

Kerangka berpikir pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi implementasi konsep pariwisata halal di Kota Tasikmalaya

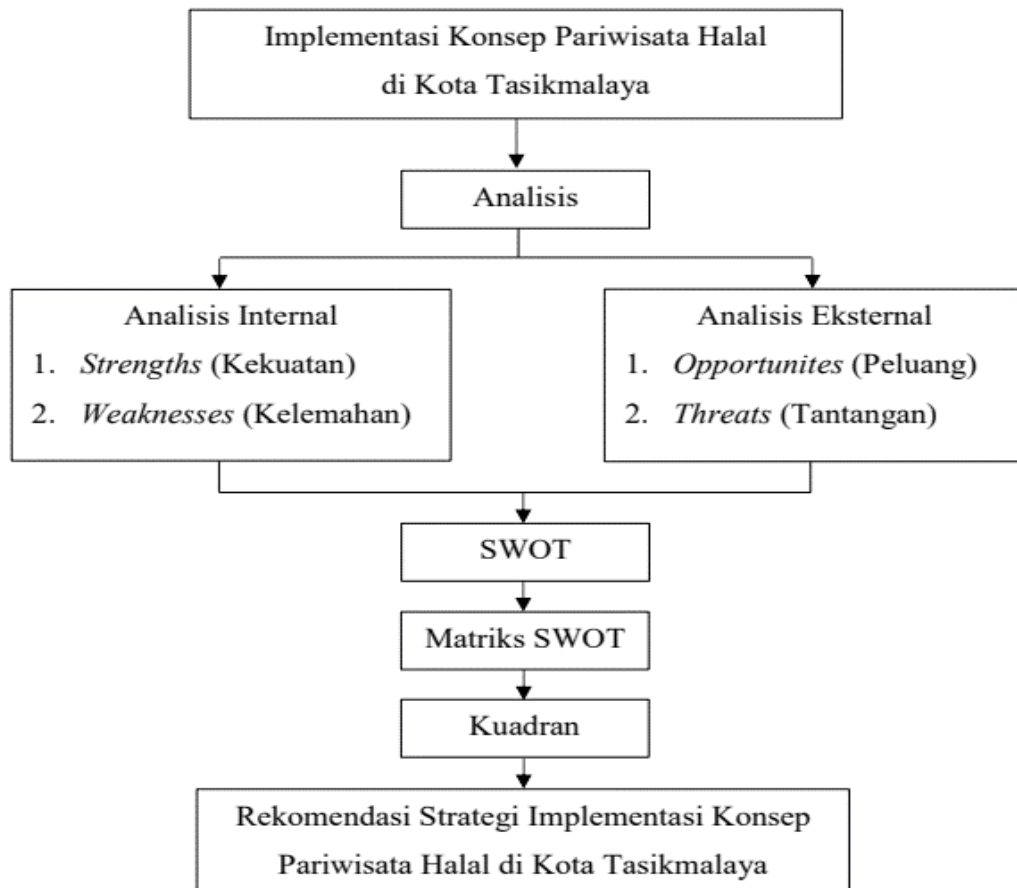
⁷⁰ Kementrian Pariwisata, “*Kajian Pengembangan Wisata Syariah*” (Jakarta: Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata, 2015), hlm. 12.

dengan menggunakan teknik analisis SWOT melalui observasi, wawancara kuesioner dan dokumentasi kepada Disporabudpar Kota Tasikmalaya sebagai pihak regulator, KTLT, PHRI, MES Kota Tasikmalaya serta wisatawan sebagai pihak praktisi, dosen bidang pariwisata sebagai pihak akademisi dan Disparpora Kabupaten Tasikmalaya sebagai pesaing. Penulis juga melakukan observasi langsung ke objek wisata Situ Gede dan Pasir Pataya. Dengan hasil observasi, wawancara, dokumentasi tersebut penulis akan melakukan uji kredibilitas dengan menggunakan triangulasi teknik.

Penulis menggunakan pendekatan Analisis SWOT agar dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) pariwisata halal yang ada di Kota Tasikmalaya, namun secara bersamaan dapat memaksimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*threats*). Dengan menggunakan analisis ini maka dapat melihat sisi internal yaitu dengan fokus pada kekuatan dan meminimalkan kelemahan dan juga dapat melihat dari sisi eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dengan tujuan agar tidak menimbulkan hal-hal buruk.

Selanjutnya penulis menyusun matriks SWOT, yaitu tabel empat kuadran yang memetakan kekuatan dan peluang untuk menciptakan strategi SO (*Strength-Opportunity*), kelemahan dan peluang untuk strategi WO (*Weakness-Opportunity*), kekuatan dan ancaman untuk strategi ST (*Strength-Threat*), serta kelemahan dan ancaman untuk strategi WT (*Weakness-Threat*). Dari matriks ini, dilakukan penentuan kuadran strategi berdasarkan analisis dominasi faktor internal dan eksternal, apakah implementasi konsep pariwisata halal di Kota Tasikmalaya berada pada kuadran I (agresif), II (diversifikasi), III (*turn-around*), atau IV

(defensif). Kuadran ini menjadi panduan atau rekomendasi dalam merumuskan langkah strategis yang tepat untuk implementasi konsep pariwisata halal di Kota Tasikmalaya.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran