

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL (*HALAL TOURISM*) DI KOTA MAROS

NURFHAYZA ISTIYANTI

A031191195



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL (*HALAL TOURISM*) DI KOTA MAROS

Sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

NURFHAYZA ISTIYANTI

A031191195



Kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL (*HALAL TOURISM*) DI KOTA MAROS

Disusun dan diajukan oleh

NURFHAYZA ISTIYANTI

A031191195

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 22 Februari 2024

Pembimbing Utama



Prof. Dr. H. Abdul Hamid Habbe, S.E., M.Si.
NIP. 19630515 199203 1 003

Pembimbing Pendamping



Dr. Darmawati, S.E., M.Si, Ak., CA., AseanCPA
NIP. 19670518 199802 2 001

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP. 19650307 199403 1 003

SKRIPSI

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL (*HALAL TOURISM*) DI KOTA MAROS




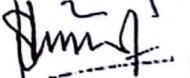
Disusun dan diajukan oleh

NURFHAYZA ISTIYANTI

A031191195

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji skripsi
Pada Tanggal 21 Maret 2024 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Abdul Hamid Habbe, S.E.,M.Si.	Ketua	1. 
2.	Dr. Darmawati, S.E.,M.Si,Ak.,CA.,Asean CPA	Sekretaris	2. 
3.	Prof. Dr. Hj. Nirwana, S.E., M.Si., Ak., CA.,CRA., CRP	Anggota	3. 
4.	Dr. Rahmawati HS, S.E., Ak., M.Si., CA	Anggota	4. 



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP. 19650307 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Nurfhayza Istiyanti

NIM : A031191195

Departemen/Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL (*HALAL TOURISM*) DI KOTA MAROS

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 22 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,


Nurfhayza Istiyanti

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, serta karunianya yang tiada henti diberikan kepada peneliti. Shalawat serta salam tak lupa peneliti kirimkan kepada junjungan tercinta baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabat dan pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (*Halal Tourism*) Di Kota Maros”. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Yunus dan Ibu Zalaria; Saudara peneliti yaitu Surya, Aqsal dan Fandy; dan juga sepupu terdekat peneliti Ayu Tarisa Putri: Beserta keluarga besar peneliti yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, serta doa kepada peneliti.
2. Kedua dosen pembimbing peneliti, Bapak Prof.Dr.H.Abdul Hamid Habbe, SE.,M.Si dan Ibu Dr.Darmawati, SE., Ak.,M.Si,CA, AseanCPA yang telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Kedua dosen penguji peneliti, Ibu Dr. Hj. Nirwana, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP dan Ibu Rahmawati HS., S.E., M.Si., CA

4. Penasehat akademik Ibu Dr. Hj. Nirwana, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP yang dengan penuh ketulusan serta kesabaran membimbing peneliti selama proses perkuliahan, sejak awal hingga selesainya masa studi peneliti.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas ilmu pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin.
6. Bapak dan ibu pegawai juga staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin terutama Departemen Akuntansi yang banyak membantu serta memberikan pelayanan terbaik selama masa perkuliahan peneliti
7. Sahabat-sahabat terdekat peneliti yaitu Reski, Zulfa serta teman-teman Konsentrasi SAKI 2019, Muliati, Noer, Qolbi, Lutfia, dan teman-teman yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih atas pertemanan dan bantuannya kepada peneliti selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 "19Nite", dan teman-teman lain yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih atas pertemanan dan bantuannya kepada peneliti selama masa perkuliahan.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan serta dukungan secara langsung maupun tidak langsung selama, proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti berharap akan saran dan kritik dari berbagai pihak sebagai masukan dalam pengembangan serta penyempurnaan peneliti dimasa yang akan datang.

Makassar, 22 Februari 2024

Nurfhayza Istiyanti

ABSTRAK

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL (*HALAL TOURISM*) DI KOTA MAROS

ANALYSIS OF THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF HALAL TOURISM IN MAROS CITY

Nurfhayza Istiyanti

Abdul Hamid Habbe

Darmawati

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi pengembangan pariwisata halal di Kota Maros. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, dan Threat*) serta standarisasi GMTI (*Global Muslim Travel Index*). Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Maros. Hasil penelitian menunjukkan adanya potensi besar untuk pengembangan pariwisata halal, dengan destinasi wisata yang memenuhi standar konsep pengembangan wisata halal. Namun, terdapat beberapa kendala seperti kurangnya dukungan regulasi, kurangnya label halal pada produk lokal, dan kurangnya pengetahuan masyarakat. Oleh karena itu, strategi yang melibatkan pelaku pariwisata dan Pemerintah Daerah diperlukan untuk mendukung pengembangan wisata halal di Kabupaten Maros.

Kata Kunci: Potensi, Wisata Halal, Analisis SWOT, Standarisasi GMTI, Kota Maros

The purpose of this study is to determine the potential for halal tourism development in Maros City. The research method used is descriptive qualitative research, utilizing SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis and GMTI (Global Muslim Travel Index) standardization. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. This research was conducted at the Maros City Department of Tourism, Youth, and Sports. The research results indicate a significant potential for halal tourism development, with tourist destinations that meet the standards of the halal tourism development concept. However, there are several obstacles such as lack of regulatory support, lack of halal labels on local products, and lack of public knowledge. Therefore, a strategy involving tourism stakeholders and the Regional Government is needed to support the development of halal tourism in Maros Regency.

Keywords: Potential, Halal Tourism, SWOT Analysis, GMTI Standardization, Maros City

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep.....	18
2.1.1 Pariwisata	18
2.1.2 Pengembangan Pariwisata	23
2.1.3 Pariwisata Halal.....	25
2.1.4 Pariwisata Menurut Konsep Konvensional, Religi dan Wisata Halal.....	26
2.1.5 Pariwisata Berdasarkan Perspektif Islam	30
2.1.6 Kriteria atau Standar Umum Pariwisata Halal	33
2.1.7 Standarisasi Pariwisata Halal Menurut GMTI	33
2.1.8 Analisis SWOT	38
2.1.9 Matriks SWOT	41
2.1.10 Definisi Operasional	42
2.2 Penelitian Terdahulu	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.1 Indikator Penelitian	47

BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Rancangan Penelitian.....	49
3.2 Kehadiran Peneliti.....	50
3.3 Lokasi Penelitian.....	50
3.4 Sumber Data.....	51
3.5 Informan Penelitian.....	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.7 Analisis Data.....	54
3.8 Pengecekan Validitas Temuan.....	55
3.9 Tahap-tahap Penelitian.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Profil Kota Maros.....	59
4.1.2 Penduduk.....	60
4.1.3 Wilayah Geografis.....	60
4.1.4 Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Maros.....	61
4.2 Paparan Data.....	63
4.2.1 Potensi Pengembangan Pariwisata Halal di Kabupaten Maros	63
4.2.2 Hambatan Pengembangan Pariwisata Halal di Kabupaten Maros.....	75
4.2.3 Pengembangan Pariwisata Halal Berdasarkan Standarisasi GMTI Di Kabupaten Maros.....	77
4.2.4 Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Pariwisata Halal (<i>Halal Tourism</i>) di Kabupaten Maros.....	91
4.3 Analisis Data.....	102
4.3.1 Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Halal di Kabupaten Maros.....	102
4.3.2 Analisis Hambatan Pengembangan Pariwisata Halal di Kabupaten Maros.....	105
4.3.3 Analisis Pengembangan Pariwisata Halal Berdasarkan Standarisasi GMTI Di Kabupaten Maros.....	107
4.3.4 Perumusan Strategi Pengembangan Pariwisata Halal (<i>Halal Tourism</i>) di Kabupaten Maros.....	115
BAB V Penutup.....	124
5.1. Kesimpulan.....	124
5.2. Saran.....	125

5.3. Keterbatasan Masalah.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	10 Negara Destinasi Wisata Halal Teratas – Peringkat GMTI 2022 ...	5
Tabel 1. 2	Objek Wisata Kota Maros.....	10
Tabel 2. 1	Komparasi Antara Konsep Wisata Konvensional, Religi, dan Halal .	27
Tabel 2. 2	Matriks SWOT	41
Tabel 2. 3	Indikator Penelitian	48
Tabel 3. 1	Identitas Informan.....	53
Tabel 3. 2	Tahap-Tahap Penelitian	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Analisis SWOT.....	40
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	47
Gambar 3. 1 Bagan Pelaksanaan Penelitian	58
Gambar 4. 1 Masjid di luar lokasi wisata Leang-leang	93
Gambar 4. 2 Salah Satu Toilet di Lokasi Wisata Rammang-rammang.....	94
Gambar 4. 3 Salah Satu Petunjuk Arah Menuju Taman Wisata Alam Bantimurung dan Taman Arkeologi Leang-Leang	98
Gambar 4. 4 Matriks SWOT Pengembangan Pariwisata Halal Di Kabupaten Maros	115

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman seperti suku, ras, agama dan berbagai macam sumber daya serta keindahan alam yang dapat dijumpai. Indonesia juga memiliki keanekaragaman budaya dan bahasa yang menakjubkan, dengan populasi lebih dari 270 juta jiwa dan lebih dari 300 suku bangsa yang berbeda. Hal ini berpotensi untuk mempromosikan negara dan menyemarakkan budaya, yang juga merupakan kekayaan bagi Indonesia. Semua itu merupakan elemen penting dalam pembangunan ekonomi dan bangsa. Potensi dan peluang untuk pengembangan di berbagai bidang sangat besar di Indonesia. Pariwisata, pertanian, energi terbarukan, teknologi informasi dan komunikasi, industri kreatif, dan pendidikan adalah beberapa industri yang dapat dikembangkan di Indonesia. Posisi teratas dipegang oleh pariwisata sebagai industri yang diunggulkan.

Menurut Hamzah dan Hermawan, cara lain untuk menjaga agar perekonomian Indonesia tetap berjalan adalah melalui pariwisata. Telah terbukti bahwa sektor pariwisata dapat secara signifikan meningkatkan pembangunan ekonomi di sejumlah daerah, termasuk kemampuan untuk meningkatkan pendapatan daerah, menciptakan lapangan kerja, dan membuka peluang bisnis baru (Hamzah dan Hermawan, 2018). Secara etimologis, istilah "pariwisata" berasal dari bahasa Sanskerta "pari" dan "wisata", yang masing-masing terdiri dari dua suku kata. Bepergian atau berkeliling berarti pari. Sedangkan wisata adalah

perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain. Wisata bermakna eksplorasi dan petualangan (Pattikawa dan Zai, 2021). Sehingga secara umum definisi Pariwisata merupakan kegiatan bepergian dari satu lokasi ke lokasi lain untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau pendidikan dimana transportasi, penginapan, makan, pengalaman budaya, dan berbagai bentuk hiburan dan kenikmatan lainnya termasuk bagian dari pariwisata.

Wisata halal merupakan bentuk pariwisata yang mempertimbangkan aspek-aspek syariah Islam dalam penyediaan layanan dan fasilitas kepada wisatawan Muslim. Ini mencakup aspek-aspek seperti penyediaan makanan dan minuman yang halal, pengaturan tempat ibadah, dan lingkungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Dalam beberapa tahun terakhir, wisata halal telah menjadi tren yang signifikan di tingkat global, sejalan dengan peningkatan jumlah wisatawan Muslim yang mencari pengalaman liburan yang sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai mereka. Indonesia, negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, memiliki banyak potensi untuk pertumbuhan wisata halal. Potensi sendiri adalah kemampuan atau kapasitas yang dimiliki oleh seseorang, kelompok, atau entitas untuk menghasilkan hasil atau pencapaian yang signifikan dalam bidang tertentu. Potensi mencerminkan kemungkinan atau daya yang dapat dikembangkan untuk mencapai hasil yang diinginkan atau mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi (Jones, 2022). Potensi pariwisata halal merujuk pada kemampuan atau peluang yang ada dalam industri pariwisata untuk mengembangkan dan memanfaatkan segmen pasar wisatawan Muslim yang mencari pengalaman perjalanan sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Pariwisata halal menjadi potensi yang signifikan dalam industri pariwisata karena permintaan yang terus meningkat dari wisatawan Muslim di seluruh dunia (Khan, 2023) .

Dalam *The Muslim 500* edisi 2022, sebuah laporan yang dibuat oleh *The Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC)* atau MABDA, Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia dengan 231,06 juta pemeluk agama Islam atau setara dengan 86,7% dari total populasi Indonesia (Kusnandar, 2021). Sehingga jenis wisata ini semakin populer di kalangan wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam dan kekayaan budaya lokal tanpa mengkhawatirkan keyakinan agama mereka.

Menurut Henky Manurung, Deputi Bidang Industri dan Investasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor wisata halal saat ini menjadi salah satu topik yang paling banyak dibicarakan di komunitas bisnis global. Hal ini mempertimbangkan prediksi konsumsi umat Islam di seluruh dunia yang diproyeksikan mencapai 2,4 triliun dolar AS pada tahun 2024 dan memiliki tingkat pertumbuhan sebesar 5,2 persen (tahun ke tahun) (Alatas, 2022). Organisasi Pariwisata Dunia PBB memprediksi 69 juta wisatawan Halal untuk tahun 2020, mewakili tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 6,7% antara tahun 1995 dan 2020. Pariwisata halal telah mengalami pertumbuhan dalam jumlah total wisatawan, volume penerimaan, dan pertumbuhan pasar, seperti wanita dan beberapa generasi, yang mendorong minat khusus pada Organisasi Pengelola Destinasi (Liberato, Liberato, Sousa, & Malheiro, 2020).

Dengan demikian berdasarkan data tersebut Indonesia memiliki peluang besar untuk lebih mengembangkan lagi industri halal, sehingga dalam rangka meningkatkan pariwisata halal di Indonesia pemerintah telah menerapkan tiga strategi utama: 1) pengembangan pemasaran; 2) pengembangan destinasi; dan 3) pengembangan industri dan kelembagaan. Strategi-strategi ini telah membantu Indonesia mencapai sejumlah tujuan, termasuk dinobatkan sebagai destinasi halal

terbaik dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) pada 2019 dan pelbagai prestasi lainnya. GMTI (*Global Muslim Travel Index*) sendiri merupakan hasil Penelitian oleh CrescentRating, yang digunakan sebagai tolok ukur standar pariwisata halal yang digunakan untuk menilai negara-negara di seluruh dunia (Mastercard-CrescentRating, 2022). Sebuah survei yang dilakukan oleh CrescentRating antara bulan September dan November 2021 mengungkapkan bahwa faktor penting yang dipertimbangkan oleh umat Islam ketika merencanakan perjalanan adalah ketersediaan layanan ramah Muslim.

Untuk memanfaatkan peluang dan mencapai keberhasilan lainnya diperlukan pengembangan dalam industri pariwisata halal di Indonesia. Pengembangan sendiri adalah proses atau tindakan untuk meningkatkan, memperluas, atau mengembangkan sesuatu agar menjadi lebih baik, lebih maju, atau lebih lengkap. Istilah ini dapat diterapkan pada berbagai konteks, termasuk pengembangan produk, pengembangan organisasi, pengembangan pribadi, atau pengembangan proyek. Tujuannya adalah untuk mencapai hasil yang lebih baik atau menciptakan sesuatu yang baru dengan memperluas atau memperbaiki yang sudah ada (Johnson, 2022).

Pengembangan industri pariwisata halal di Indonesia dimulai pada tahun 2015, dan sejak saat itu, industri ini telah berkembang menjadi salah satu prioritas utama kementerian (Alam, 2022). Dapat dilihat dengan pariwisata halal Indonesia menduduki peringkat kedua dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2022. Berikut adalah statistik GMTI untuk tahun 2022 berdasarkan lokasi destinasi pariwisata halal teratas di seluruh dunia.

Tabel 1. 1 10 Negara Destinasi Wisata Halal Teratas – Peringkat GMTI 2022

Peringkat	Destinasi Negara OIC	Skor	Peringkat	Destinasi Negara Non-OIC	Skor
1	Malaysia	74	1	Singapura	62
2	Indonesia	70	2	Taiwan	52
2	Arab Saudi	70	3	Thailand	51
2	Turki	70	3	Inggris	51
5	Uni Emirat Arab	66	5	Hong Kong	59
6	Qatar	64	6	Jepang	45
7	Iran	63	6	Afrika Selatan	45
7	Yordania	63	8	Filipina	43
9	Bahrain	62	8	Amerika	43
9	Singapura	62	10	Australia	42

Sumber : Mastercard-Crescentrating, 2022

Berdasarkan tabel tersebut destinasi teratas untuk wisata halal pada negara yang tergabung dalam *Organisation of Islamic Cooperation (OIC)* yaitu setelah Malaysia di posisi pertama, Indonesia menempati posisi kedua bersamaan dengan Arab Saudi dan Turki dengan perolehan skor yang sama yaitu 70, dan disusul oleh Uni Emirat Arab, Qatar, lalu Iran dan Yordania yang juga memperoleh skor yang sama, kemudian Bahrain serta Singapura menempati posisi ke-9 dengan nilai yang sama.

Sangat penting bagi destinasi yang berencana untuk menyambut wisatawan Muslim untuk terus mengakomodasi kebutuhan berbasis agama Muslim dalam pengembangan produk. Meningkatkan kesadaran di antara para pemangku kepentingan di destinasi wisata akan membuat restoran bersertifikat halal, area khusus sholat, dan masjid tersedia di tempat-tempat wisata utama dan tempat usaha. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk mendorong inovasi dan

menjalin kemitraan untuk memenuhi permintaan yang baru dan berbeda (Mastercard-Crescentrating, 2022).

Dengan 2,8 juta wisatawan Muslim mancanegara yang mengunjungi lokasi-lokasi wisata halal terbaik di Indonesia dan lebih dari 40 triliun rupiah dalam bentuk devisa, bisnis pariwisata halal mengalami pertumbuhan sebesar 18% pada tahun 2018. Target hingga 25% dari 20 juta total kedatangan wisatawan internasional pada tahun 2019 telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Ini setara dengan 5 juta wisatawan Muslim dari luar negeri (Alam, 2022).

Menurut penelitian Nidya Waras Sayekti pada tahun 2019 tentang Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia, yang mencakup analisis SWOT, ada empat strategi yang dapat dilakukan pemerintah untuk mempromosikan pariwisata halal di Indonesia. Keempat strategi tersebut adalah: berinteraksi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan; mengintegrasikan pembangunan infrastruktur dengan peningkatan konektivitas ke destinasi wisata; menyusun undang-undang dan peraturan; dan memberikan panduan kepada para pemangku kepentingan (Sayekti, 2019).

Dalam *Global Islamic Economy Report 2017-2018*, yang diterbitkan oleh Thomson Reuters, konsumsi Muslim dibagi menjadi enam kategori: makanan (makanan halal), keuangan (keuangan syariah), perjalanan (perjalanan halal), pakaian (pakaian sopan), media (media dan rekreasi halal), dan obat-obatan dan kosmetik halal) (Harashta, 2020).

Wisatawan non-Muslim yang mencari tempat berlibur dengan standar sanitasi, kenyamanan, dan keamanan yang tinggi di lingkungan yang hangat dan mengundang mungkin tertarik dan mempertimbangkan sektor pariwisata halal.

Definisi pariwisata halal yang lebih luas mencakup elemen-elemen seperti ketertiban, keamanan, layanan yang layak, makanan halal, dan akomodasi yang ramah Muslim, yang menarik wisatawan dari berbagai latar belakang agama dan budaya. Hasilnya, industri pariwisata halal dapat menjadi alternatif yang menarik bagi wisatawan non-Muslim yang mencari pengalaman perjalanan yang unik dan unggul.

Indonesia telah mendapatkan popularitas sebagai tujuan wisata halal di Asia Tenggara berkat ketersediaan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan hukum syariah Islam di tempat-tempat seperti Aceh, Lombok, dan Bali. Bagi pengunjung Muslim, beberapa hotel dan restoran di Indonesia juga menawarkan hidangan halal dan tempat untuk beribadah.

Di Indonesia, gaya hidup halal menjadi semakin populer selain pariwisata halal. Gaya hidup halal adalah gaya hidup yang mengikuti ajaran Islam, seperti menggunakan barang-barang halal, tidak membayar bunga pada transaksi keuangan, dan menjaga kebersihan tubuh dan lingkungan sekitar (Kemenparekraf.go.id, 2021).

Sebagai bagian dari inisiatif untuk memperkuat industri pariwisata dan memasarkan Indonesia sebagai tujuan wisata yang ramah dan sesuai dengan nilai-nilai agama, pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk mengembangkan pariwisata halal dan gaya hidup halal di Indonesia.

Provinsi Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan jumlah penduduk yang sebagian besar beragama Islam sebanyak 7,2 juta jiwa dari total populasi 8 juta jiwa, menjadikan Provinsi Sulawesi Selatan sebagai salah satu dari 10 provinsi tujuan wisata halal di Indonesia (Muslim Travel News, 2021). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan berkomitmen untuk

mendorong percepatan pertumbuhan pariwisata halal. Pemerintah telah menaruh kepercayaan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan untuk memberi edukasi dan pemahaman akan pariwisata halal, yang merupakan program prioritas provinsi Sulawesi Selatan. Menyadari potensi hal tersebut, diharapkan dapat menjadi daya tarik yang efektif dalam menarik minat wisatawan ke Provinsi Sulawesi Selatan (Hamid, 2020).

Salah satu kabupaten di provinsi Sulsel adalah Kota Maros, yang terletak di bagian barat provinsi ini dan berbatasan dengan Pangkep di sebelah utara, Gowa dan Makassar di sebelah selatan, Bone di sebelah timur, dan Selat Makassar di sebelah barat. Kabupaten Maros memiliki luas wilayah 1.619,12 km², dan dibagi menjadi 103 desa dan 14 kecamatan. Makassar, ibu kota Sulawesi Selatan, dan Kabupaten Maros dipisahkan oleh jarak sekitar 30 kilometer. Dengan keberadaan Bandara Sultan Hasanuddin yang terletak di Kota Maros, akses menjadi lebih mudah dan praktis (Kabupaten Maros, 2018).

Maros memberikan peluang untuk pariwisata berbasis alam yang unik. Wilayah Kabupaten Maros merupakan tujuan wisata nasional dan internasional yang terkenal, dikagumi karena daya tarik alamnya. Dianugerahi dengan pegunungan yang menakjubkan, pantai yang masih asli, hamparan karst yang mengesankan, dan situs arkeologi yang signifikan, Kabupaten Maros memiliki banyak sekali atraksi alam yang pasti akan memukau para pengunjung, menjadikan pengalaman wisata alam mereka tak terlupakan (WisataLengkap.com, 2023).

Dalam berita yang dimuat oleh Walai.id disampaikan bahwa Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Indonesia, mendukung rencana Pengembangan destinasi pariwisata halal di Kabupaten Maros. Sandiaga

mengklaim bahwa pariwisata halal dapat menawarkan layanan khusus yang ramah bagi wisatawan Muslim di lokasi wisata, ini diungkapkan dalam sebuah bimbingan teknis pertumbuhan pariwisata halal menggunakan Zoom Meeting. Dia mengklaim bahwa pengunjung Muslim yang sedang berwisata juga menginginkan fasilitas tambahan seperti makanan halal, tempat ibadah, dan toilet yang ramah bagi perempuan Muslim (Walai.id, 2022).

Ide untuk mengembangkan wisata halal di Maros disambut baik oleh Bupati Maros, AS Chaidir Syam, yang juga berniat menjadikan wilayah Pattene sebagai pusat wisata halal. Menurutnya, dengan mempromosikan wisata halal, Kabupaten Maros dapat menunjukkan tingkat religiusitas yang tinggi dan memantapkan diri sebagai pusat wisata halal di Indonesia Timur. Direktur *Global Halal Management*, Safril Haliding, menambahkan bahwa wisata halal dapat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung, seperti akses ke layanan kesehatan dan kebersihan (Limonu, 2022).

Namun, melestarikan keunikan daerah juga sama pentingnya bagi pertumbuhan pariwisata halal. Safril Haliding menekankan pentingnya meningkatkan reputasi Maros sebagai "Pintu Gerbang Pariwisata Halal di Indonesia Timur" dengan meningkatkan pemasaran kuliner, sejarah Islam, budaya lokal, bahasa lokal, rumah adat, tarian, dan masyarakat yang ramah dan bersahabat. Selain itu, penting untuk fokus pada sertifikasi halal, pemisahan produk halal dan non-halal di dapur, dan akses yang terpisah sambil mempromosikan pariwisata halal. Diharapkan Maros dapat menarik lebih banyak pengunjung Muslim dan mengembangkan bisnis pariwisata lokal dengan menawarkan wisata halal (Ronalyw, 2022).

Kabupaten Maros memiliki berbagai macam atraksi wisata terkait, termasuk pantai yang menakjubkan, pegunungan, perbukitan, kolam, air terjun, taman nasional hingga pusat perbelanjaan. Disamping itu, Kabupaten Maros juga memiliki sejumlah destinasi wisata yang memiliki nilai edukasi, seperti taman bersejarah dan pemukiman agrowisata. Selain belajar hal baru saat berlibur, beberapa destinasi wisata juga menawarkan fasilitas yang cukup membantu, meski faktanya masih banyak yang kualitasnya di bawah standar. Berikut ini adalah beberapa daftar tempat wisata di kabupaten Maros serta lokasinya.

Tabel 1. 2 Objek Wisata Kota Maros

No	Objek Wisata	Lokasi
1	Grand Mall	Jl. Poros Makassar-Maros, Bontoa, Kec. Mandai
2	Masjid Al Markaz Al Islami	Jl. Jend. Sudirman, Maros
3	Kawasan <i>Smart</i> Kuliner Pantai Tak Berombak Maros	Jl. Crisant, Pettuadae, Kec. Turikale
4	Taman Nasional Bantimurung-Bulusaraung	Jl. Poros Maros-Bone KM 12, Kalabbirang, Kec. Bantimurung
5	Komplek Taman wisata Bantimurung	Kalabbirang, Kec. Bantimurung
6	Wisata Rammang-Rammang	Salenrang, Kec. Bontoa
7	Kawasan Karst Maros	Salenrang, Kec. Bontoa
8	Bulu Tombolo	Labuaja, Kec. Cenrana
9	Helena Sky Bridge Bantimurung	Kalabbirang, Kec. Bantimurung
10	Maros Highland	Dusun Salu, Pattontongan, Kec. Mandai,
11	Wisata Tana Tenggara	Desa Cenrana, Kec. Camba
12	Permandian Air Panas Reatoa	Desa Realolo, Kel. Samaenre, Kec. Mallawa
13	Pantai Kuri Caddi	Jl. Kuri Lompo, Nisombalia, Kec. Marusu

No	Objek Wisata	Lokasi
14	Bulu Saukang	Benteng Gajah, Kec. Tompobulu
15	Bukit Kanari Cenrana	Rompegading, Kec. Cenrana
16	Air Terjun Lacolla	Malaka, Cenrana Baru, Kec. Cenrana
17	Telaga Wae Merrungge	Desa Tompobalang, Kec. Bantimurung
18	Puncak Makkarowa	Labuaja, Kec. Cenrana, Kab. Maros
19	Taman Arkeologi Leang-Leang	Leang-leang, Kec. Bantimurung
20	Maros Waterpark	Jl. Poros Maros-Soppeng, Samangki, Kec. Simbang
21	Bantimurung Waterpark	Kalabbirang, Kec. Bantimurung
22	Air Terjun Taipa	Desa Taipa, Kec. TompoBulu
23	Air Terjun Jami	Bonto Manurung, Kec. Tompobulu
24	Kompleks Makam Kassi Kebo	Baju Bodoa, Kec. Maros Baru
25	Cagar Budaya Bulu Sipong	Bontolempangan, Kec. Bontoa
26	Sungai Pute	Salenrang, Kec. Bontoa
27	Air Terjun Pung Bunga Bonto Somba	Bonto Manurung, Kec. Tompobulu, Bonto Somba
28	Desa Tompobalang	Desa Tompobalang, Kec. Bantimurung
29	Danau Kassi Kebo (Toakala)	Komplek Taman Wisata Bantimurung, Kalabbirang, Kec. Bantimurung
30	Bukit Tamangura	Baruga, Bantimurung
31	Air Terjun Lengang Laiya	Desa Laiya, kec. Cenrana
32	Taman Makam Pahlawan Maros	Jl. Poros Makassar – Maros, Adatongeng, Turikale

Sumber : (Rahayu, 2022) dan (Muththalib, 2022)

Pada tabel 1.2 Dapat dilihat daftar objek wisata yang berlokasi di kabupaten Maros dan semua itu berpotensi sebagai wisata halal. Bahkan menurut kabar terbaru yang dikutip dari *Republika.id*, salah satu lokasi wisata di Maros telah diklasifikasikan sebagai destinasi wisata halal, khususnya di bidang makanan (kuliner) yaitu *Grand Mall* Maros. Dengan populasi Muslim yang besar dan sejumlah objek wisata alam yang menakjubkan seperti Taman Wisata Alam Bantimurung, Taman Arkeologi Leang-Leang, dan Rammang-Rammang, Kawasan *Smart Kuliner* Pantai Tak Berombak Maros serta Masjid Al-Markaz Al-Islami Maros, Kota Maros memiliki potensi yang cukup besar untuk menarik wisatawan Muslim baik dari dalam maupun luar negeri. Sehingga hal ini dapat dianggap sebagai peluang dan langkah awal dalam mengembangkan pariwisata halal di Maros.

Direktur Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) Sutan Emir Hidayat telah menyertifikasi kawasan *Grand Mall* Maros, Sulawesi Selatan, sebagai destinasi wisata kuliner yang halal, aman dan sehat (KHAS). Hal ini berfungsi sebagai jaminan kehalalan produk, terutama bagi wisatawan Muslim, serta jaminan keamanan dan kesehatan wisatawan. Selain itu, KHAS tidak memiliki tempat untuk bersenang-senang, seperti bar atau diskotik. Manajemen *Grand Mall* menyambut baik kebutuhan ini dan menyatakan bahwa mereka sejauh ini telah bergerak ke arah area kuliner yang halal, aman, dan sehat (Pratiwi, 2022).

HM Chaidir Syam, Bupati Maros, mengarahkan kepada pemerintah untuk menjunjung tinggi penetapan sebagai destinasi wisata KHAS. Hal ini dapat membantu sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk memenuhi target PAD Kabupaten Maros selain mendorong peningkatan jumlah wisatawan. Sertifikasi *Grand Mall* Maros sebagai kawasan KHAS dianggap sangat penting untuk

menjamin kehalalan produk dan keamanan pengunjung serta meningkatkan sektor pariwisata setempat (Pratiwi, 2022).

Menurut siaran pers yang dilakukan oleh Menparekraf Sandiaga Salahuddin Uno disampaikan bahwa Menparekraf akan meluncurkan skema fasilitasi akses pembiayaan bagi desa wisata di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan. Dengan penekanan pada pendanaan berbasis komunitas untuk memaksimalkan potensi komunitas wisata, ini berupaya memperkuat sektor parekraf di desa-desa wisata Sulawesi Selatan. Program ini merupakan kemitraan antara Kemenparekraf dan PT Sarana Multigriya Finansial (SMF), dan menawarkan pinjaman tanpa agunan antara Rp 80 juta dan Rp100 juta dengan jangka waktu cicilan hingga 10 tahun dan bunga cicilan hanya 3%. Untuk mendukung masyarakat yang akan menerima bantuan dari program ini, program ini akan berkolaborasi dengan BUMDes dalam pelaksanaannya (Hendriyani, 2023).

Program pembiayaan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan pilihan bisnis dan pekerjaan baru bagi penduduk di desa-desa wisata di Sulawesi Selatan. Karena masyarakat akan mendapatkan keuntungan dan mendukung lebih banyak pengunjung, komunitas sebagai basis dari pariwisata dianggap sebagai pilihan terbaik untuk pertumbuhan pariwisata di desa-desa wisata. Direktur Akses Permodalan Kemenparekraf, Anggara Hayun Anujprana, dan Direktur Poltekpar Makassar, M. Arifin, turut hadir dalam kegiatan ini (Hendriyani, 2023).

Melihat semua dukungan dan peluang tersebut Kabupaten Maros di Sulawesi Selatan memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu tujuan wisata halal di Indonesia, dukungan tersebut dapat dilihat mulai dari potensi Indonesia

yang kaya akan keindahan alam dan budaya, pengembangan pariwisata yang akan membantu pembangunan ekonomi, adanya tren pariwisata halal di dunia, Indonesia sebagai negara mayoritas muslim, kebutuhan akomodasi turis muslim, prestasi Indonesia yang menempati peringkat kedua dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2022, prediksi kunjungan wisatawan muslim yang tinggi, Indonesia yang populer sebagai tujuan wisata halal, serta Dinas Prov. Sulsel mendorong percepatan pertumbuhan pariwisata halal, Keindahan Alam Maros, Menparekraf Indonesia yang mendukung rencana pengembangan destinasi Pariwisata halal di Maros, serta Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) yang sudah menetapkan Grand Mall Maros sebagai destinasi wisata halal (Kuliner) menjadikan pengembangan pariwisata halal di Maros sebagai peluang strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

Kabupaten Maros memiliki keindahan alam yang masih alami, keragaman kuliner halal, serta berbagai objek wisata yang menarik. Namun, saat ini potensi wisata halal di Maros belum sepenuhnya tergarap dengan baik. Terdapat beberapa permasalahan seperti kurangnya infrastruktur dan aksesibilitas menuju objek wisata, kurangnya pengetahuan mengenai wisata halal, dan masih kurangnya dukungan dari pemerintah daerah terkait pengembangan wisata halal. Seperti yang diketahui Kemenparekraf menyatakan dukungan kepada pariwisata halal atau wisata ramah Muslim tetapi sampai sekarang belum ada dukungan regulasi. Kebijakan atau peraturan wisata halal di tingkat pusat sangat penting dalam mendorong pengembangan wisata halal di Indonesia (Republika.id, 2022). Serta hambatan lain terhadap pertumbuhan pariwisata halal di daerah termasuk masalah sertifikasi makanan atau minuman (produk) halal.

Berdasarkan latar belakang diatas diperlukan studi atau penelitian lebih lanjut untuk menilai potensi lokasi wisata halal di Kabupaten Maros. Dengan demikian topik penelitian "**Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (*Halal Tourism*) di Kota Maros**" menarik minat penulis untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dikembangkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi pengembangan wisata halal (*Halal Tourism*) di Kota Maros?
2. Apa hambatan pengembangan wisata halal (*Halal Tourism*) di Kota Maros?
3. Bagaimana pengembangan wisata halal (*Halal Tourism*) dengan menggunakan Analisis SWOT dan standarisasi GMTI pada destinasi wisata di Kota Maros?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan oleh penulis di atas:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis potensi pengembangan wisata halal (*Halal Tourism*) di Kota Maros
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan pengembangan wisata halal (*Halal Tourism*) di Kota Maros
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengembangan wisata halal (*Halal Tourism*) dengan menggunakan Analisis SWOT dan standarisasi GMTI pada destinasi wisata di Kota Maros

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, berikut ini adalah kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

- a. Meningkatkan pemahaman, khususnya terkait wisata halal.
- b. Berkontribusi pada pengembangan penelitian ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Hasanuddin.
- c. Sebagai sumber informasi untuk penelitian yang akan datang mengenai potensi pertumbuhan pariwisata halal (*halal tourism*).

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti:

Manfaat bagi peneliti yaitu dalam hal pengembangan dan peningkatan keterampilan penelitian. Selain itu, peneliti dapat memperoleh pengalaman dan pemahaman yang lebih luas tentang industri pariwisata halal, sehingga dapat diaplikasikan dalam penelitian berikutnya.

b. Bagi Masyarakat:

Dengan adanya penelitian ini, masyarakat dapat memperoleh informasi yang lebih akurat dan lengkap tentang potensi wisata halal di Maros, sehingga dapat memudahkan mereka dalam memilih destinasi wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

c. Bagi Pengelola:

Dengan informasi yang diperoleh dari penelitian ini, pengelola dapat merumuskan strategi dan program yang lebih tepat sasaran dalam mengembangkan destinasi wisata halal di Maros. Selain itu, pengelola

juga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan preferensi wisatawan halal.

d. Bagi Pemerintah:

Dengan informasi yang diperoleh dari penelitian ini, pemerintah daerah dapat mengoptimalkan potensi pariwisata halal di Maros, meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan dari proses hingga penyajian pada hasil penelitian akan disusun dengan gambaran sistematika berikut ini.

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori yang diperlukan dalam menunjang penelitian dan konsep yang relevan untuk membahas permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Terdiri dari tinjauan teori dan konsep, referensi baik dari buku serta jurnal publikasi yang relevan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan indikator penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan validitas temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Pariwisata

2.1.1.1 Pengertian

Secara etimologis, istilah "pariwisata" berasal dari bahasa Sanskerta "pari" dan "wisata", yang masing-masing terdiri dari dua suku kata. Bepergian atau berkeliling berarti pari. Sedangkan wisata adalah perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain. Wisata bermakna eksplorasi dan petualangan (Pattikawa dan Zai, 2021). "Tourism" adalah kata dalam bahasa Inggris yang digunakan untuk pariwisata. Pariwisata didefinisikan sebagai "kegiatan manusia yang melibatkan perjalanan ke dan menginap di lokasi di luar lingkungan tempat tinggalnya untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau tujuan lain," oleh Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO). Konsep ini juga mencakup semua kegiatan yang terkait, seperti perjalanan, penginapan, dan kegiatan wisata (United Nations World Tourism Organization, 2021). Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), pariwisata adalah "kegiatan wisatawan dalam berkunjung ke suatu tempat tujuan wisata, menginap pada akomodasi yang tersedia, serta melakukan konsumsi makanan dan minuman selama perjalanan" (Badan Pusat Statistik, 2021)

2.1.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Penting untuk mengetahui perbedaan antara jenis-jenis pariwisata yang ada untuk tujuan perencanaan dan pengembangan agar jenis pariwisata yang dikembangkan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dari pariwisata itu

sendiri. Pariwisata muncul dalam berbagai bentuk, antara lain (Suwena & Widyatmaja, 2017):

Berdasarkan Wilayah geografis,

- 1) Pariwisata lokal adalah bagian dari pariwisata yang lebih terfokus dan terbatas pada sejumlah kecil lokasi. Seperti Pariwisata di kota Denpasar dan Bandung.
- 2) Pariwisata regional, atau pariwisata daerah, mengacu pada kegiatan pariwisata yang telah dikembangkan di wilayah tertentu. Pariwisata regional dapat memiliki ruang lingkup nasional dan internasional. Contohnya pariwisata di tempat-tempat seperti Yogyakarta, Bali, dan lain-lain.
- 3) Pariwisata nasional, adalah bentuk pariwisata yang telah berkembang di tanah suatu negara dan mencakup penduduk negara tersebut dan pengunjung dari negara lain. Sebagai ilustrasi, kita ambil pariwisata di berbagai daerah di Indonesia.
- 4) Pariwisata regional-internasional, atau perjalanan yang terjadi di dalam wilayah internasional yang kecil namun melintasi lebih dari dua atau tiga perbatasan negara regional. Ambil contoh pariwisata ASEAN.
- 5) Pariwisata internasional (*International tourism*), atau pengembangan industri pariwisata di berbagai negara di seluruh dunia.

Berdasarkan pengaruh pariwisata pada neraca pembayaran:

- 1) Pariwisata aktif, sering dikenal sebagai pariwisata inbound, mengacu pada kegiatan pariwisata yang menunjukkan tanda-tanda turis internasional memasuki negara tertentu. Hal ini tentu saja akan menghasilkan uang asing, yang akan meningkatkan kondisi neraca pembayaran negara dan menarik lebih banyak wisatawan.

- 2) Pariwisata pasif, mengacu pada kegiatan pariwisata yang menunjukkan bahwa penduduk meninggalkan negara mereka untuk melakukan perjalanan sebagai pengunjung. Karena uang yang dibelanjakan di luar negeri, kegiatan ini berdampak buruk bagi negara asal turis dalam hal perolehan devisa.

Berdasarkan alasan perjalanan atau tujuan, yaitu :

- 1) Pariwisata bisnis adalah kategori pariwisata di mana wisatawan datang untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan bisnis, perdagangan, atau pekerjaan, seperti menghadiri konferensi atau seminar.
- 2) Pariwisata liburan adalah kategori pariwisata di mana wisatawan termasuk mereka yang sedang berlibur, cuti, dan lain-lain.
- 3) Wisata pendidikan adalah bagian dari pariwisata di mana wisatawan melakukan perjalanan untuk mempelajari atau meneliti subjek ilmiah tertentu. Contohnya, darmawisata (*study tour*).
- 4) Wisata pengenalan adalah perjalanan yang dimaksudkan untuk mempelajari lebih lanjut tentang suatu subjek atau tempat yang berkaitan dengan bidang pekerjaan wisatawan.
- 5) Wisata ilmiah didefinisikan sebagai perjalanan wisata dengan tujuan utama untuk mempelajari atau meneliti suatu bidang keilmuan.
- 6) Misi Khusus Perjalanan yang dilakukan untuk pariwisata adalah perjalanan yang memiliki tujuan khusus, seperti misi artistik, atletik, atau misi lainnya.
- 7) Wisata berburu adalah penyelenggaraan perjalanan wisata dengan tujuan utama untuk melakukan perburuan hewan yang telah disahkan oleh otoritas setempat.

Berdasarkan waktu kunjungan

- 1) Wisata Musiman (*Seasonal tourism*), Mereka yang melakukan wisata musiman melakukannya selama waktu-waktu tertentu dalam setahun. Contohnya adalah wisata musim panas dan musim dingin.
- 2) Pariwisata sesekali (*Occasional tourism*) adalah bagian dari pariwisata yang liburannya terkait dengan acara atau peristiwa khusus. Sekaten di Yogyakarta, Nyepi di Bali, dan masih banyak lagi.

Berdasarkan objek wisatanya

- 1) Wisata budaya adalah bagian dari pariwisata di mana wisatawan tertarik pada suatu destinasi atau daerah karena seni dan budayanya yang menarik.
- 2) Wisata penyembuhan adalah jenis wisata di mana wisatawan terinspirasi untuk pergi untuk mengobati penyakit, seperti dengan mandi lumpur atau spa air panas.
- 3) Pariwisata komersial adalah bagian dari pariwisata di mana kegiatan yang berhubungan dengan perdagangan dalam skala nasional dan internasional menjadi kekuatan pendorong di balik perjalanan.
- 4) Pariwisata olahraga adalah jenis pariwisata di mana wisatawan terinspirasi untuk mengunjungi suatu destinasi untuk menghadiri atau melihat acara olahraga.
- 5) Pariwisata politik adalah bagian dari pariwisata di mana pengunjung terinspirasi untuk melakukan perjalanan karena keinginan untuk melihat atau berpartisipasi dalam suatu peristiwa politik;
- 6) Pariwisata sosial, yang meliputi piknik, kunjungan studi, dan kegiatan lainnya, yang tidak mengutamakan keuntungan dalam pelaksanaannya.

- 7) Wisata religi adalah bagian dari pariwisata ketika pengunjung pergi untuk mengamati atau berpartisipasi dalam ritual keagamaan, seperti ibadah umroh bagi umat Islam atau upacara Krama Bali di Besakih;
- 8) Wisata Bahari, Sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga lainnya, serta sarana dan prasarana untuk penginapan, makanan, dan minuman, mendukung wisata bahari sebagai kegiatan wisata.

2.1.1.3 Elemen Produk Wisata

Elemen yang membentuk produk wisata dibedakan menjadi tiga yaitu daya Tarik (*Attractions*), Fasilitas dan Pelayanan (*Amenities*), dan Kemudahan akses (*Accessibilities*) (Napriilia, 2022). Untuk lebih melengkapi unsur produk pariwisata bagi wisatawan, yang tidak terlepas dari keramahmatan dan peran sumber daya manusia yang ramah terhadap pengunjung, maka komponen produk pariwisata dipisahkan menjadi 3A plus H, yaitu terdiri dari (Febriana, 2021):

- 1) *Attractions* (Daya tarik wisata), Bergantung pada potensinya, setiap lokasi wisata perlu menawarkan berbagai macam atraksi. Atraksi wisata dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu 1) Atraksi wisata alam, yang meliputi semua jenis atraksi yang berasal dari alam, antara lain gunung, air terjun, pantai, dan sebagainya. 2) Atraksi wisata yang dibuat oleh manusia, seperti wahana permainan, taman rekreasi, bangunan yang dirancang oleh arsitek yang unik, dan sebagainya.
- 2) *Amenities* (Pelayanan dan Fasilitas), dalam hal ini akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, dan fasilitas pendukung lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan merupakan bagian besar fasilitas dan layanan perjalanan yang perlu diperhatikan.

- 3) *Accessibilities* (Kemudahan mengunjungi lokasi wisata), Aksesibilitas, atau seberapa mudah untuk mencapai lokasi wisata, berdampak pada kepuasan. Contoh faktor aksesibilitas antara lain kondisi jalan, ketersediaan pilihan angkutan umum, dan lainnya.
- 4) *Hospitality* (keramahan yang diberikan), Kemampuan sebuah destinasi wisata untuk menerima pengunjung dan memberikan rasa aman dan nyaman tergantung pada ketersediaan sumber daya manusianya.

2.1.2 Pengembangan Pariwisata

Teori Pengembangan pariwisata, seperti yang didefinisikan oleh Muzaffer Uysal dalam bukunya "*The Routledge Handbook of Tourism Destination Marketing*" pada tahun 2018, adalah konsep yang memandang pariwisata sebagai proses yang mencakup banyak kegiatan yang ditargetkan untuk meningkatkan potensi pariwisata di suatu wilayah. Penciptaan produk pariwisata, manajemen destinasi, pemasaran pariwisata, peningkatan sumber daya manusia, dan isu-isu yang berkaitan dengan keamanan dan sanitasi adalah beberapa area yang tercakup dalam proses ini. Tujuan utama dari pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mempromosikan dan melindungi aset alam dan budaya suatu daerah. Dalam konteks pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, menekankan pentingnya mengembangkan pariwisata secara bertanggung jawab terhadap lingkungan, sosial, dan budaya, serta mengoptimalkan manfaat pariwisata bagi masyarakat lokal (Uysal, 2018).

Konsep teori pengembangan pariwisata menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata dapat melalui berbagai tahapan pengembangan. Tahapan-tahapan ini terdiri dari (Uysal, 2018):

- a. Fase Eksplorasi: Pada tahap ini, pariwisata di suatu lokasi masih dalam tahap penemuan karena berusaha untuk memastikan potensinya.
- b. Fase Keterlibatan: Pada tahap ini, pengunjung mulai berduyun-duyun datang ke wilayah tersebut, namun belum ada upaya yang dilakukan untuk mengatur atau mengembangkan pariwisata dengan cara yang disengaja.
- c. Fase Pengembangan: Selama fase ini, baik sektor publik maupun swasta bekerja untuk menciptakan dan meningkatkan fasilitas, promosi, dan pemasaran yang berhubungan dengan pariwisata.
- d. Fase Konsolidasi: Pada tahap ini, objek wisata telah mengalami peningkatan pengunjung yang signifikan dan stabil, oleh karena itu penting untuk menggabungkan hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata dan promosi agar tetap menarik.
- e. Fase Pemantapan (*Stabilization Phase*): Pada tahap ini, tujuan wisata telah mencapai puncak perkembangannya dan harus mempertahankan posisi dan daya pikatnya melalui administrasi yang efektif dan taktik pemasaran yang cerdas.
- f. Fase Stagnasi atau Penurunan: Selama fase ini, lokasi wisata mengalami stagnasi atau penurunan jumlah wisatawan sebagai akibat dari berbagai keadaan, termasuk persaingan, pergeseran mode, atau reputasi negatif.

Tahapan pengembangan pariwisata dijelaskan sebagai kerangka acuan penting untuk merencanakan dan mengelola destinasi wisata dengan cara yang efektif, efisien, dan berkelanjutan.

Secara umum, pengembangan pariwisata mengacu pada tindakan yang diambil untuk meningkatkan dan memaksimalkan potensi pariwisata suatu daerah dengan tujuan meningkatkan mata pencaharian dan kesejahteraan penduduk setempat. Peningkatan jumlah pengunjung, layanan dan fasilitas pariwisata yang lebih berkualitas, serta pengenalan produk wisata baru yang sesuai dengan potensi dan keunikan wilayah tersebut, semuanya termasuk dalam pengembangan pariwisata (Wahyudi, 2020).

2.1.3 Pariwisata Halal

Asri dan Rohman (2019) menyatakan bahwa Wisata halal adalah konsep yang menekankan unsur halal dalam semua aspek perjalanan wisata, termasuk penginapan, makanan dan minuman, transportasi, serta aktivitas yang dilakukan peserta saat berlibur. Gagasan ini muncul sebagai hasil dari meningkatnya permintaan di pasar pariwisata dunia akan layanan yang menghormati budaya dan agama Islam. Tujuan utama pariwisata halal adalah untuk mempromosikan budaya Islam melalui kegiatan pariwisata dan menawarkan pengalaman perjalanan yang sesuai dengan prinsip dan hukum Islam (Asri & Rohman , 2019).

Menurut Alwaishi dan Sumarjana (2020) pariwisata halal adalah pariwisata yang memenuhi prinsip-prinsip halal, yaitu sesuai dengan ajaran Islam dan tidak mengandung elemen yang dilarang dalam Islam, seperti alkohol, makanan haram, atau kegiatan yang tidak etis. Tujuan dari pariwisata halal adalah untuk memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan dan bermanfaat bagi wisatawan Muslim, sambil tetap memperhatikan aspek kehalalan (Alwahaishi & Sumarjan, 2020).

Menurut Kemenpar, di berbagai belahan dunia, wisata Islami atau wisata halal disebut sebagai *Islamic tourism* (wisata syariah), *halal tourism* (wisata halal), *halal lifestyle*, *halal travel* atau *as moslem friendly destination* (tempat ramah muslim). Tujuan wisata syariah adalah untuk menawarkan kegiatan yang selaras dengan aturan syariah, dengan dukungan dari masyarakat, pemilik bisnis, pemerintah daerah, dan otoritas. Banyak orang memilih wisata syariah karena sifat universal dari produk dan layanan yang disediakan. Destinasi wisata, objek, dan pelayanan dalam wisata syariah dapat disamakan dengan wisata pada umumnya, asalkan sesuai dengan nilai dan etika Islam. Ada dua perspektif yang perlu dipertimbangkan dalam gagasan konsep halal yakni perspektif agama dan perspektif industri. Dari sudut pandang agama, halal mengacu pada makanan yang dapat diterima oleh konsumen Muslim menurut hukum Islam. Prospek yang menarik dari sudut pandang industri adalah potensi produsen makanan untuk memasuki pasar, terutama yang terdiri dari konsumen Muslim. Hal ini dapat dicapai dengan memastikan bahwa produk tersebut halal, daya tarik produk makanan yang menampilkan label halal pada kemasannya sangat kuat di kalangan konsumen Muslim (Febriana, 2021).

2.1.4 Pariwisata Menurut Konsep Konvensional, Religi dan Wisata Halal

Pariwisata merupakan suatu industri yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Dalam konsep konvensional, pariwisata cenderung diarahkan pada pengembangan objek wisata yang mengutamakan aspek keindahan alam dan budaya setempat. Namun, dengan semakin berkembangnya kesadaran akan pentingnya nilai-nilai agama dan kehalalan, pariwisata religi dan wisata halal menjadi semakin populer di kalangan wisatawan. Menurut buku yang ditulis oleh Riyanto Sofyan, perbandingan antara konsep konvensional, religi, dan

wisata halal dalam industri pariwisata dapat dilihat pada tabel berikut (Kusdiana & Salura, 2021) :

Tabel 2. 1 Komparasi Antara Konsep Wisata Konvensional, Religi, dan Halal

No	Aspek Perbandingan	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal
1	Objek	Alam, budaya, kuliner, heritage	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Hiburan	Memperdalam Spiritualitas	Meningkatkan kesadaran Spiritual dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, hanya untuk hiburan	Mencari ketenangan batin melalui aspek spiritual yang dapat menenangkan jiwa	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	Pemandu Wisata	Memiliki pemahaman dan penguasaan informasi yang baik sehingga dapat menarik minat wisatawan	Memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang sejarah lokasi dan tokoh terkait dengan objek wisata.	Membangkitkan minat wisatawan dengan memadukan objek wisata dan spiritualitas, serta menjelaskan

No	Aspek Perbandingan	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal
		pada objek wisata		peran kebahagiaan dan kepuasan batin menurut konteks Islam.
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar fasilitas Pelengkap	Hanya sebagai perlengkapan	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, menjadi bagian paket hiburan
6	Kuliner	Umum	umum	Spesifik yang Halal
7	Relasi dengan masyarakat dilingkungan Objek Wisata	Komplementer	Komplementer hanya untuk memperoleh keuntungan materi	Integral, interaksi berdasarkan pada prinsip syariah
8	Jadwal Perjalanan	Setiap Waktu	Waktu-waktu Tertentu	Memperhatikan Waktu

Sumber: Febriana, 2021

Wisata konvensional atau *mainstream tourism* adalah jenis wisata yang menitikberatkan pada destinasi atau objek wisata yang telah lazim dikunjungi oleh wisatawan dalam skala besar. Wisata konvensional cenderung menawarkan pengalaman yang terdapat pada kebanyakan panduan wisata, dan mungkin termasuk atraksi seperti pantai, taman hiburan, museum, dan monumen sejarah. Wisata konvensional adalah bentuk wisata yang sudah ada sejak dahulu dan selalu menawarkan pengalaman yang sama di setiap kunjungan wisatawan

(Kusdiana & Salura, 2021). Selain itu Wisata konvensional merujuk pada jenis wisata yang mengikuti standar internasional dan trend terkini, dengan fasilitas yang telah standarisasi. Wisata konvensional menawarkan pengalaman santai dan mudah dijangkau, karena objek wisata yang ditawarkan biasanya mudah diakses dengan transportasi umum, dan dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dan sesuai dengan tren dan standar internasional (Lestari & Arthawijaya, 2022). Jenis wisata konvensional didasarkan pada kegiatan-kegiatan umum yang dilakukan oleh para wisatawan, seperti melihat-lihat objek wisata, berbelanja, atau mencicipi makanan khas daerah setempat (Aziz, 2018).

Wisata religi adalah jenis wisata yang mengarah pada kegiatan wisata yang berkaitan dengan agama atau kepercayaan tertentu. Wisata ini umumnya meliputi kegiatan seperti ziarah, kunjungan ke tempat ibadah, dan partisipasi dalam ritual keagamaan (Priyanto & Wibawa, 2019). Wisata religi memadukan aspek spiritual dan wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang ingin mengembangkan hubungan dengan Tuhan atau mencari kedamaian dan ketenangan dalam perjalanan mereka. Wisata religi dapat mencakup kunjungan ke tempat-tempat ibadah atau makam para tokoh agama yang dianggap suci oleh suatu agama tertentu. Hal ini juga dapat meliputi aktivitas yang terkait dengan spiritual, seperti meditasi dan perenungan. Wisata religi juga dapat mencakup wisata ke tempat-tempat bersejarah dan keagamaan yang memiliki nilai historis dan keagamaan yang tinggi (Djajadisastra, 2019). Wisata religi juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal seperti peningkatan ekonomi melalui bisnis dan perdagangan, serta peningkatan pemahaman agama dan toleransi antar umat beragama (Setiawan & Fauziah, 2020).

Sedangkan Wisata halal adalah bentuk wisata yang memperhatikan aspek kehalalan dalam segala aspek perjalanannya, seperti makanan, akomodasi,

hiburan, dan lain sebagainya. Wisata halal ini sangat penting bagi para wisatawan muslim yang ingin menjalankan ibadah dan melaksanakan perjalanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Arifin & Dewi, 2020). Wisata halal juga dapat diartikan sebagai jenis wisata yang memenuhi standar kehalalan dalam semua aspek perjalanan wisata, seperti makanan, minuman, penginapan, dan aktivitas yang dilakukan selama perjalanan. Tujuan utama dari wisata halal adalah untuk menyediakan pengalaman wisata yang sesuai dengan aturan dan nilai-nilai agama Islam. Selain itu, wisata halal juga bertujuan untuk mempromosikan toleransi dan pengertian antar budaya dalam industri pariwisata global (Huda, 2020).

2.1.5 Pariwisata Berdasarkan Perspektif Islam

Ada banyak ayat tentang perjalanan dan pariwisata dalam Al Qur'an, termasuk:

وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَاعًا كَثِيرًا وَسَعَةً ۗ وَمَنْ يَخْرُجْ

مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكُهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ

وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Surah An-Nisa : 100 yang artinya "Barang siapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka akan mendapatkan di bumi ini tempat hijrah yang luas dan (rezeki) yang banyak. Barangsiapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), maka sungguh telah tetap pahalanya di sisi Allah. Dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang". Ayat ini mengajarkan tentang keutamaan berhijrah dan mencari rezeki yang banyak di bumi Allah. Dalam

konteks pariwisata, hal ini dapat dikaitkan dengan pengembangan industri pariwisata halal yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat dan membuka lapangan kerja.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Surah Al-An'am ayat 11 yang artinya "Katakanlah: "Berjalanlah kamu di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan". Ayat ini mengajarkan tentang pentingnya menelusuri keindahan dan keajaiban ciptaan Allah SWT yang tersebar di muka bumi. Dalam konteks pariwisata, ayat ini dapat diartikan sebagai ajakan untuk menjelajahi keindahan alam dan budaya yang ada di berbagai tempat di dunia dan mengambil pelajaran darinya.

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

Surah Al-Mulk ayat 15 yang artinya "Dan Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan". Ayat ini mengajarkan tentang keajaiban ciptaan Allah SWT yang menjadikan bumi ini mudah dilalui dan dijelajahi oleh manusia. Dalam konteks pariwisata, ayat ini dapat diartikan sebagai ajakan untuk mengeksplorasi keindahan alam dan budaya yang ada di berbagai penjuru dunia.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۚ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ
إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Dalam Surah Al-Ankabut ayat 20 yang artinya “Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. Ayat ini dapat dikaitkan dengan pariwisata karena melalui perjalanan wisata, seseorang dapat melihat dan memperhatikan keindahan ciptaan Allah di muka bumi. Selain itu, perjalanan wisata juga dapat memberikan kesempatan kepada seseorang untuk belajar menghargai dan meresapi kebesaran Allah dalam menciptakan alam semesta dan segala isinya. Dalam konteks ini, perjalanan wisata dapat menjadi sarana untuk memperkuat rasa syukur dan kagum kepada Allah serta meningkatkan pemahaman tentang keagungan ciptaan-Nya.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ لِعِيَاهُ تَعْبُدُونَ

Surah An-Nahl ayat 114: " Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah”. Ayat ini mengajarkan pentingnya makanan yang halal dan baik untuk tubuh. Dalam konteks pariwisata halal, ayat ini dapat dihubungkan dengan pentingnya menyediakan makanan halal dan baik bagi para wisatawan. Hal ini mencakup seluruh proses dari produksi, pengolahan, penyajian, dan distribusi makanan yang harus memenuhi standar halal dan baik. Selain itu, ayat ini juga mengajarkan pentingnya bersyukur atas nikmat Allah dan hanya menyembah-Nya, yang dapat diartikan sebagai pentingnya menjalankan pariwisata dengan prinsip-prinsip Islam yang benar dan bertanggung jawab.

2.1.6 Kriteria atau Standar Umum Pariwisata Halal

Mengacu pada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menyatakan bahwa penyediaan fasilitas dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dasar wisatawan Muslim, seperti, makanan dan minuman halal, ketersediaan air untuk bersuci, fasilitas ibadah yang memadai, paket wisata, dan pemandu wisata, dapat menjadi titik awal pengembangan destinasi wisata halal. Dari sana, standar tersebut dapat diperluas untuk mencakup pengembangan yang lebih luas dan kemampuan untuk membangun merek sebagai tujuan wisata halal (Sutono, 2019).

Pariwisata syariah memenuhi karakteristik umum berikut ini, menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan DSN-MUI (Febriana, 2021):

- a. Berfokus pada kemaslahatan bersama.
- b. Berfokus pada ketenangan, penyegaran, dan pencerahan.
- c. Menjauhkan diri dari khurafat dan kemusyrikan.
- d. Menjauhkan diri dari perbuatan maksiat termasuk perzinahan, pornografi, pornoaksi, minum-minuman keras, dan perjudian.
- e. Menjunjung tinggi perilaku moral yang sesuai dengan cita-cita kemanusiaan, seperti menjauhkan diri dari perilaku hedonis dan asusila.
- f. Menjunjung tinggi tujuan keamanan dan kenyamanan.
- g. Bersifat inklusif dan universal.
- h. Terus menjaga kelestarian lingkungan.

2.1.7 Standarisasi Pariwisata Halal Menurut GMTI

GMTI (*Global Muslim Travel Index*), yang mengevaluasi standar pariwisata halal, akan menjadi panduan bagi standarisasi sektor pariwisata halal di Indonesia. CrescentRating, sebuah perusahaan yang memanfaatkan wawasan, gaya hidup,

intelijen industri, perilaku, dan penelitian tentang kebutuhan wisatawan Muslim, menerbitkan GMTI. CrescentRating juga menawarkan saran mengenai semua hal yang berkaitan dengan wisata halal kepada organisasi-organisasi di seluruh dunia. Setiap level sektor pariwisata, termasuk pemerintah dan perusahaan perjalanan, menggunakan CrescentRating, layanan yang berdiri pada tahun 2008, untuk memenuhi permintaan wisatawan Muslim. Penilaian & akreditasi, penilaian & konsultasi, pelatihan & sertifikasi, studi industri, konferensi Halal in Travel, serta produk dan layanan lainnya ditawarkan oleh CrescentRating.

Global Muslim Travel Index (GMTI) adalah hasil penelitian CrescentRating yang bertindak sebagai tolok ukur standar pariwisata halal yang menghasilkan peringkat negara global. Menurut standar GMTI, indikator pengembangan destinasi halal didasarkan pada "*CrescentRating ACES Model*," yang mempertimbangkan empat variabel utama saat menilai destinasi wisata halal: *Acces, Communication, Environment* dan *Services* yang lebih lengkap dijelaskan sebagai berikut :

1) Kemudahan Akses ke tujuan (*Accessibilities*)

Akses adalah kemampuan atau kesempatan untuk memperoleh atau menggunakan sesuatu, seperti sumber daya, informasi, jasa, atau fasilitas tertentu. Akses dapat merujuk pada kemampuan seseorang atau kelompok untuk mengakses suatu lokasi atau tempat tertentu, seperti akses ke transportasi, akses ke tempat wisata, atau akses ke sumber daya alam. Akses juga dapat merujuk pada kemampuan seseorang atau kelompok untuk memperoleh informasi atau jasa tertentu, seperti akses ke informasi pariwisata atau akses ke jasa akomodasi halal (Alfian, 2019).

Ada tiga faktor yang membentuk indikator aksesibilitas: kebutuhan akan visa, koneksi, dan infrastruktur transportasi. Ketiga indikator tersebut secara spesifik dijelaskan sebagai berikut (Mastercard-Crescentrating, 2022):

- a. Persyaratan Visa (*Visa Requirements*), diperlukan visa untuk memasuki negara tertentu.
- b. Konektivitas (*Connectivity*) mengacu pada kapasitas dan kemudahan untuk mengakses suatu lokasi. Rute dan pilihan transportasi sudah tersedia.
- c. *Transport Infrastructure*, Akses ke infrastruktur transportasi yang sesuai, yang diperlukan untuk mencapai lokasi wisata.

2) Komunikasi Internal dan Eksternal berdasarkan tujuan (*Communication*)

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak ke pihak lain melalui berbagai media atau simbol, baik verbal maupun non-verbal. Membangun pemahaman bersama di antara pihak-pihak yang berpartisipasi dalam proses komunikasi adalah tujuan utama komunikasi. Komunikasi sangat penting dalam konteks pariwisata halal untuk memastikan bahwa pengunjung memahami sepenuhnya fasilitas, layanan, dan barang yang ditawarkan oleh lokasi wisata halal. Selain itu, komunikasi juga penting untuk mempromosikan destinasi wisata halal dan menarik wisatawan halal ke sana. Untuk menciptakan persepsi yang baik tentang lokasi wisata halal di mata wisatawan dan masyarakat umum, komunikasi juga sama pentingnya (Littlejohn & Foss, 2022). Faktor penting yang harus diperhatikan saat bepergian adalah komunikasi. Ada tiga hal yang menjadi indikator komunikasi, yaitu sebagai berikut (Mastercard-Crescentrating, 2022):

- a. Penjangkauan (*Outreach*), sebuah teknik yang dikembangkan untuk menjangkau populasi ketika akses terhadap informasi sulit.

- b. Kemudahan komunikasi (*Ease of communication*), yang mengacu pada seberapa sederhana dan mudahnya proses penyampaian informasi.
- c. Kehadiran digital (*Digital presence*), dipahami sebagai sarana yang dapat digunakan oleh setiap destinasi wisata untuk menginformasikan bisnis atau usaha dengan menggunakan media digital

3) Lingkungan di tempat tujuan (*Environment*)

Lingkungan yang efektif bagi wisatawan Muslim bergantung pada jumlah perdagangan yang dikontribusikan oleh wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi. Pengunjung Muslim juga harus merasa aman dan memiliki akses ke tempat ibadah saat berkunjung. Selain itu, lingkungan yang mendukung di destinasi, yang meliputi institusi, kegiatan penelitian dan pengembangan, serta penggunaan teknologi informasi, sangat penting untuk inovasi dan keberlanjutan lingkungan.

Tiga faktor pembentuk indikator lingkungan (*environment*): kedatangan pengunjung, iklim yang mendukung, dan keamanan & budaya. Ketiga indikasi tersebut dijelaskan sebagai berikut (Mastercard-Crescentrating, 2022):

- a. Budaya dan Keamanan (*safety & culture*). Budaya dan keselamatan digunakan dalam pariwisata sebagai saran perjalanan berupa peringatan perjalanan yang disediakan oleh suatu lokasi dan sebagai faktor penting dalam menentukan keamanan umum dari kondisi negara tertentu, terutama untuk pariwisata. Anjuran perjalanan tidak hanya mencakup kondisi keselamatan dan keamanan negara secara keseluruhan, tetapi juga elemen-elemen lain seperti bencana alam dan wabah penyakit.
- b. Kedatangan pengunjung (*Visitor arrivals*). Kedatangan wisatawan untuk mengetahui jumlah wisatawan Muslim dan seberapa disukai atraksi wisata yang disajikan bagi Muslim.

- c. Iklim Lingkungan (*Enabling climate*). Penggunaan teknologi informasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem peraturan, semuanya berkontribusi pada iklim lingkungan dalam industri pariwisata.

4) Layanan yang disediakan (*Service*)

Setiap tindakan atau kinerja yang dapat diberikan oleh seseorang kepada orang lain dianggap sebagai layanan, dan pada dasarnya tidak menghasilkan kepemilikan. Wisatawan Muslim dapat memperoleh pengalaman yang memuaskan berkat pelayanan yang baik, yang dapat menginspirasi mereka untuk kembali atau mereferensikan orang lain ke destinasi halal tersebut (Sutikno, 2019).

CrescentRating mengidentifikasi enam kebutuhan berikut ini sebagai pendorong utama keputusan konsumsi wisatawan Muslim:

- a. Masakan halal, Fasilitas paling penting yang dicari oleh wisatawan Muslim ketika mereka bepergian adalah makanan dan minuman halal. Wisatawan akan merasa lebih aman jika mereka dapat dengan mudah mengenali gerai makanan dan minuman yang bersertifikat halal.
- b. Fasilitas Ibadah, Menawarkan ruang sholat dengan arah kiblat dan fasilitas wudhu adalah sesuatu yang harus dipikirkan oleh destinasi.
- c. Layanan untuk Ramadhan, Penyediaan layanan selama bulan puasa, seperti sahur dan berbuka puasa.
- d. Kamar Mandi, Ketersediaan air bersih dan fasilitas kamar mandi dan toilet yang bersih harus dijaga.
- e. Tidak ada kegiatan yang tidak halal, Wisatawan membutuhkan lingkungan yang ramah keluarga saat mengunjungi sebuah destinasi, jadi hindari tempat yang menyajikan alkohol, memiliki diskotik, atau dekat dengan tempat perjudian, dan pastikan tidak ada kegiatan ilegal di objek wisata.

- f. Fasilitas layanan rekreasi pribadi, Fasilitas yang menawarkan privasi bagi pria dan wanita.

2.1.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah kerangka kerja untuk menilai elemen internal dan eksternal yang berdampak pada kinerja dan strategi perusahaan, proyek, atau individu. SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). SWOT menganalisis kemungkinan dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan internal (Smith, 2021).

- a. Kekuatan adalah sumber daya internal yang memberikan organisasi keunggulan kompetitif atau karakteristik yang menguntungkan yang membedakannya dari pesaing.
- b. Kelemahan adalah indikator masalah internal yang dapat menghambat pencapaian tujuan atau membatasi kinerja.
- c. Peluang adalah peristiwa atau keadaan eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan, keuntungan, atau kemajuan.
- d. Ancaman adalah elemen luar yang dapat mencegah keberhasilan atau menimbulkan masalah.

Analisis SWOT membantu dalam menemukan elemen-elemen yang sangat penting untuk membuat keputusan strategis. Mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki entitas.

Analisis lingkungan internal dan eksternal adalah dua komponen penting dalam analisis SWOT. Dalam analisis SWOT, lingkungan internal merujuk pada faktor-faktor yang terkait dengan organisasi itu sendiri, sedangkan lingkungan

eksternal melibatkan faktor-faktor yang berasal dari luar organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja dan strategi (Brown, 2022).

1. Analisis lingkungan internal melibatkan identifikasi dan evaluasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) internal organisasi. Kekuatan merujuk pada aspek-aspek positif yang memberikan keunggulan kompetitif, seperti sumber daya yang kuat, keterampilan khusus, atau citra merek yang baik. Kelemahan mencakup aspek-aspek negatif yang dapat membatasi kinerja, seperti keterbatasan sumber daya, kekurangan keterampilan, atau sistem internal yang kurang efisien.
2. Di sisi lain, analisis lingkungan eksternal melibatkan identifikasi dan evaluasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) eksternal yang dapat mempengaruhi organisasi. Peluang mencakup faktor-faktor positif yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan atau keuntungan, seperti perubahan tren pasar, perkembangan teknologi, atau kebijakan pemerintah yang mendukung. Ancaman mencakup faktor-faktor negatif yang dapat menjadi hambatan atau risiko, seperti persaingan yang meningkat, perubahan regulasi, atau pergeseran preferensi konsumen.

Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam analisis SWOT membantu organisasi untuk memahami kekuatan dan kelemahan internal mereka serta peluang dan ancaman yang ada di luar organisasi. Dengan pemahaman ini, organisasi dapat mengembangkan strategi yang berfokus pada memaksimalkan kekuatan mereka, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengatasi ancaman.

Gambar 2. 1 Analisis SWOT



Sumber : (Hunger & Wheleen, 2018)

Kuadran I adalah keadaan yang sangat baik. Perusahaan berada dalam posisi yang baik untuk meraih peluang karena kekuatan dan peluang yang dimilikinya. Dalam situasi ini, tindakan terbaik adalah mendorong pertumbuhan yang cepat (*growth oriented strategy*).

Kuadran II, Bisnis masih memiliki kekuatan internal meskipun menghadapi berbagai ancaman. Menggunakan kekuatan untuk meraih peluang jangka panjang melalui keragaman produk/pasar adalah tindakan yang diperlukan.

Kuadran III: Perusahaan memiliki banyak sekali peluang pasar, tetapi juga memiliki banyak keterbatasan dan masalah internal. Di kuadran ini, masalah internal perusahaan diminimalkan untuk memaksimalkan prospek pasar.

Kuadran IV merupakan posisi yang sangat tidak menguntungkan, di mana pada situasi ini terdapat beberapa ancaman dan kelemahan internal.

2.1.9 Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan dalam penelitian ini sebagai alat untuk mengumpulkan aspek-aspek strategis dalam pengembangan Pariwisata Halal di Kota Maros. Menurut Hunger dan Wheleen, matriks SWOT menjelaskan bagaimana manajemen dapat mengkombinasikan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh organisasi tertentu untuk mengembangkan empat rangkaian Tindakan.

Tabel 2. 2 Matriks SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal
EFAS		
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : (Hunger & Wheleen, 2018)

a. Strategi SO

Dengan menggunakan seluruh kekuatan atau aset yang dimiliki, strategi SO memanfaatkan peluang dan memaksimalkannya.

b. Strategi ST

Merupakan strategi yang berencana untuk memanfaatkan keunggulan perusahaan untuk menghadapi segala ancaman.

c. Strategi WO

Strategi yang diaplikasikan dengan memaksimalkan keberadaan suatu peluang yang ditindaklanjuti dengan meminimalkan kelemahan yang ditemukan.

d. Strategi WT

Strategi ini dibangun di atas operasi defensif dan mencoba mengurangi risiko kelemahan dan ancaman saat ini dengan menggunakan strategi pertahanan.

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Hunger dan Wheelen bahwa Pengamatan lingkungan, pembuatan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi pengendalian strategi adalah empat komponen fundamental dari proses manajemen strategis.

2.1.10 Definisi Operasional

Berdasarkan uraian konsep di atas, dapat dirumuskan definisi konsep dalam karya ilmiah ini sebagai berikut:

1. Potensi secara umum merujuk pada kapasitas atau kemungkinan seseorang atau sesuatu untuk mengembangkan kualitas atau kemampuan tertentu di masa depan menjadi lebih optimal.
2. Pengembangan merupakan serangkaian kegiatan yang terkait dengan perumusan kebijakan pelaksanaan, penetapan tujuan yang ingin dicapai, dan penentuan metode atau cara penggunaan sarana prasarana.

3. Pariwisata Halal adalah bentuk perjalanan wisata yang fokus pada destinasi dan industri pariwisata yang menyediakan fasilitas, produk, dan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
4. Analisis SWOT merupakan suatu proses identifikasi faktor-faktor krusial secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada logika untuk memaksimalkan pemanfaatan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), sekaligus dengan upaya meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) serta menghadapi ancaman (*Threats*).
5. *Global Muslim Travel Index* (GMTI) adalah indeks yang menilai dan merangking destinasi pariwisata berdasarkan kelayakan dan kemudahan bagi wisatawan Muslim dengan Indikator pengembangan destinasi halal menurut kriteria GMTI didasarkan pada “Model CrescentRating ACES (*Acces, Communication, Environment, Services*)”.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini digunakan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya untuk memperoleh gambaran umum dengan membangun kerangka pemikiran penelitian berdasarkan temuan terdahulu. Selain itu, untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan di antara banyak penelitian sebelumnya, serta mengetahui penelitian lainnya yang dapat menginspirasi dan dikembangkan di masa depan.

1. Skripsi yang ditulis Oleh Afifah Harashta pada tahun 2020 dengan Judul “Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (*Halal Tourism*) Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Kampung Bandar Senapelan)” dengan tujuan penelitian untuk melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) terhadap Pariwisata Halal di Kota Pekanbaru dengan mengambil studi kasus

pada Kampung Bandar Senapelan, serta untuk mengetahui bagaimana potensi pengembangan Pariwisata Halal di kota tersebut menggunakan metode Balanced Scorecard. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kampung Bandar Senapelan memiliki potensi besar sebagai destinasi pariwisata halal di Kota Pekanbaru karena terdapat destinasi wisata religi, wisata konvensional, wisata bisnis, dan wisata heritage dalam satu daerah yang mudah diakses. Meskipun demikian, pengembangan potensi Kampung Bandar Senapelan sebagai destinasi pariwisata halal memerlukan peningkatan atraksi, aksesibilitas, dan amenities serta pengelolaan yang serius oleh pemerintah dan melalui kerjasama dengan semua pihak terkait untuk mewujudkan Pariwisata Halal di Kota Pekanbaru dan meningkatkan perekonomian sekitar serta Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Pekanbaru.

2. Skripsi yang ditulis Oleh Tania Purbawati Naprilia pada tahun 2021 dengan Judul "Analisis Potensi Wisata Halal Desa Wisata Panda Kec. Palibelo, Kabupaten Bima" yang memiliki tujuan penelitian yaitu untuk mengevaluasi potensi wisata halal di Desa Wisata Panda Kec. Palibelo, Kabupaten Bima, serta mengidentifikasi kendala-kendala yang dapat memengaruhi penerapan wisata halal di daerah tersebut. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan etnografi. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa Desa Wisata Panda memiliki potensi yang layak untuk dijadikan wisata halal, dengan memenuhi syarat Peraturan Provinsi Nusa Tenggara Barat serta unsur 3A pariwisata (Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas). Namun, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal toilet dan logo halal.

3. Jurnal yang ditulis oleh Heni Noviarita , Muhammad Kurniawan, dan Gustika Nurmalia pada tahun 2021 dengan judul “Analisis Halal Tourism Dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Lampung”. Tujuan penelitian yang ingin dicapai yakni untuk mengevaluasi potensi destinasi wisata di Provinsi Lampung sebagai wisata syariah dengan menilai empat aspek penting, yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan tambahan lainnya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, dan observasi langsung pada enam destinasi wisata utama di Provinsi Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa destinasi wisata di Provinsi Lampung berpotensi untuk menjadi wisata syariah, dengan keunggulan pada atraksi, prasarana yang memadai, informasi yang mudah diakses, serta konsep syariah yang unik. Namun, masih terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki seperti kurangnya jaminan kehalalan produk makanan, transportasi umum yang tidak memadai, dan kurangnya kerjasama antara pemerintah dan pengelola wisata. Peluang pengembangan halal tourism di Provinsi Lampung masih terbuka karena belum adanya wisata syariah di daerah tersebut dan masyarakat muslim membutuhkan pilihan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah di Lampung.
4. Jurnal yang ditulis oleh Taufiq Hidayat dan Taufik Hidayat pada tahun 2018 dengan judul “Analisis Potensi Pengembangan Destinasi Wisata Halal Di Kota Batam” dengan tujuan penelitian dimaksudkan untuk mengevaluasi dan meneliti potensi pengembangan wisata halal di Kota Batam dengan memperhatikan standar wisata halal yang telah dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata. Dalam penelitian ini, metode kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT digunakan. Berdasarkan hasil penelitian, destinasi

wisata halal di Kota Batam memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat dari aspek atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan kelembagaan pariwisata yang semuanya sudah memenuhi kriteria yang baik dan siap untuk mendukung pengembangan destinasi wisata halal di Kota Batam.

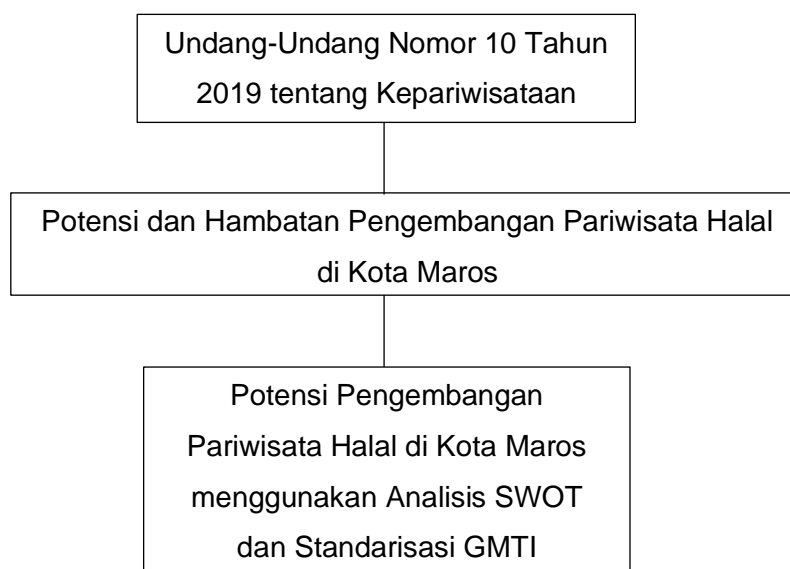
5. Jurnal yang ditulis oleh Yulfan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal”. Penelitian memiliki tujuan untuk mengembangkan strategi agar Desa Wisata Menggoro menjadi lebih menarik bagi wisatawan dengan memenuhi standar wisata halal. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT. Dari hasil penelitian ini, dirumuskanlah beberapa strategi pengembangan desa wisata menjadi wisata halal dengan mempertimbangkan unsur-unsur wisata halal. Strategi utama yang direkomendasikan meliputi memasukkan Desa Menggoro ke dalam peta wisata halal, mengembangkan penginapan syariah, sertifikasi halal untuk makanan khas, serta membangun galeri yang menampilkan keunggulan desa.
6. Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Satriya Mukti Fauzan , Farid Ardyansyah dan Luluk Hanifah pada tahun 2022 dengan judul “Analisis Potensi Dan Tantangan Wisata Halal Pantai Biru Di Kabupaten Bangkalan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi potensi Pantai Biru di Desa Telaga Biru sebagai wisata halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Pantai Biru memiliki potensi sebagai objek wisata halal dengan faktor internal yang meliputi lokasi di kawasan industri batik, daya tarik yang tinggi, serta faktor eksternal yang meliputi akses yang mudah dan tersedianya angkutan umum serta kerja sama dengan BPBD.

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2018:41), Kerangka pemikiran merupakan kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel penelitian yang didasarkan pada teori atau konsep yang relevan. Kerangka pemikiran dapat digunakan untuk mengarahkan penelitian dan menjawab rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2018).

Tujuan dari kerangka pemikiran adalah untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai variabel-variabel penelitian dan indikator-indikator yang mempengaruhinya. Kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti,2023

2.1 Indikator Penelitian

Indikator penelitian adalah variabel yang digunakan sebagai acuan atau ukuran dalam mengukur atau mengevaluasi suatu fenomena yang sedang diteliti.

Dalam penelitian, indikator penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang bersifat abstrak atau sulit diukur secara langsung. Indikator penelitian ini sangat penting karena dapat membantu peneliti dalam menyusun instrumen penelitian yang valid dan dapat diandalkan (Arifin H. , 2019). Dalam penelitian ini menggunakan indikator analisis SWOT serta kriteria standarisasi GMTI yang didasarkan pada model ACES (*Accessibilities, Communication, Environment, Service*).

Tabel 2. 3 Indikator Penelitian

Referensi	Indikator	Sub Indikator
Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (<i>Halal Tourism</i>) di Kota Maros <u>Sumber :</u> <i>Strategic Management</i> (Wheelen and Hunger)	1. Pengamatan Lingkungan	a. Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan pada Pariwisata Halal) b. Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman yang ada)
	2. Perumusan Strategi	a. Misi Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Maros b. Tujuan c. Kebijakan
	3. Implementasi Strategi	a. Menjelaskan dan mengedukasi Konsep Pariwisata Halal b. Melakukan Pengembangan Objek Pariwisata Halal
	4. Evaluasi Strategi	a. Melakukan penilaian terhadap kemajuan pengembangan yang telah dicapai.

Sumber : Peneliti,2023