

SKRIPSI

KAJIAN POTENSI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh :

**MUH. FAJRUL
A011171308**



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI
KAJIAN POTENSI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN
PARIWISATA HALAL DI KOTA MAKASSAR

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh :

MUH. FAJRUL
A011171308



Kepada

DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021

SKRIPSI

KAJIAN POTENSI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh :

MUH. FAJRUL
A011171308

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

Makassar, 1 Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Madris, DPS., M. Si., CWM®.
NIP. 19601231 19881 1 1006



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM®.
NIP. 19690413 199403 1 003

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM®.
NIP. 19690413 199403 1 003

SKRIPSI

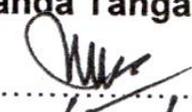
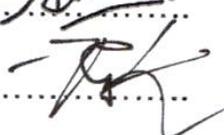
KAJIAN POTENSI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh :

MUH. FAJRUL
A011171308

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **1 Juli 2021**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

| No | Nama Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|--|------------|--|
| 1 | Dr. Madris, DPS., M. Si., CWM®. | Ketua | 1.....  |
| 2 | Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM®. | Sekretaris | 2.....  |
| 3 | Drs. Bakhtiar Mustari, M.Si., CSF. | Anggota | 3.....  |
| 4 | Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF. | Anggota | 4.....  |

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM®.
NIP. 19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : **MUH. FAJRUL**
Nomor Pokok : A011171308
Program Studi : Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis UNHAS
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa skripsi dengan judul **Kajian Potensi dan Prospek Pengembangan Pariwisata Halal di Kota Makassar** adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila dikemudian hari skripsi karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Makassar, 2 Juli 2021

Yang Menyatakan



(Muh. Fajrul)
A011171308

PRAKATA



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, karunia, dan anugerah-NYA sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam tak lupa peneliti kirimkan kepada Rasulullah SAW, beserta segala orang-orang yang tetap setia meniti jalannya sampai akhir zaman.

Skripsi dengan judul **“KAJIAN POTENSI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI KOTA MAKASSAR”** disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti banyak mendapat dukungan, bantuan, dan masukan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Skripsi ini juga tak luput dari kekurangan-kekurangan dan kesalahan-kesalahan karena keterbatasan dari peneliti.

Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat kedua orang tua tersayang dan tercinta, untuk Ayahanda Drs Muh. Husni dan Ibunda Dra. Rusmini yang telah banyak mendoakan, mendidik dan membesarkan peneliti dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang tanpa batas yang begitu besar dan nyata. Semoga Allah SWT senantiasa memberi kesehatan, menjaga dan memberikan kemuliaan atas semua tanggung jawab dan semua hal yang begitu sangat berarti yang telah dilakukan oleh beliau. Kepada seluruh keluarga besar yang tak sempat peneliti sebutkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa dan motivasi kepada peneliti.

Pada kesempatan ini penulis juga hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina, M.A. Selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Prof.Dr. Hj. Mahlia Muis, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Prof. Dr. Hj. Haliah, SE., M.Si., AK., CA. selaku Wakil Dekan II

- Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Bapak Dr. H. Madris, SE, DPS, M.Si., CWM. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dr. Sanusi Fattah, SE, M.Si., CSF., CWM. Selaku Ketua Departemen Ilmu Ekonomi dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E, M.Si. Selaku Sekretaris Departemen Ilmu Ekonomi. Terima Kasih atas segala bantuan yang senantiasa diberikan hingga peneliti dapat menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Ekonomi.
 4. Ucapan terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan kepada Ayahanda Dr. Madris, SE, DPS, M.Si., CWM. selaku dosen pembimbing I dan Ayahanda Dr. Sanusi Fattah, SE, M.Si., CSF., CWM. Selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas arahan, bimbingan, saran dan waktu yang telah diberikan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini serta permohonan maaf yang sebesar-besarnya bilamana selama proses bimbingan skripsi peneliti secara tidak sengaja melakukan kesalahan yang menyinggung perasaan Bapak dosen pembimbing. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kemudahan dalam segala urusan kalian.
 5. Para penguji ujian skripsi Drs. Bakhtiar Mustari, M.Si., CSF. dan Dr. Hamrullah, SE., M.Si., CSF. yang telah memberikan banyak masukan, saran dan kritik yang membangun untuk peneliti. Semoga kita semua selalu diberi kesehatan.
 6. Dr. Anas Iswanto Anwar, SE., MA., CWM. selaku penasihat akademik peneliti yang memberikan bantuan baik berupa arahan maupun motivasi kepada peneliti selama menjalankan studi di Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
 7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan, bimbingan dan nasihat kepada peneliti selama menuntut ilmu di Universitas Hasanuddin.
 8. Segenap Pegawai Akademik, Kemahasiswaan dan Perpustakaan E-Library Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang sangat membantu peneliti hingga akhirnya berada pada titik ini.
 9. Kawan MANUSIA KUAT. Aul, Riska, Olif, Pute, Ichsan, Yuyun, dan Isma. Terimakasih telah memberikan pengaruh positif kepada peneliti selama berproses di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

10. Kepada Zahrah, Ical, Fatir, Ela, Izha, Ildana, Mia, dan Batara kemudian kami menyebutnya *Barbar Family*. Kebersamaan dan tingkah lucu yang penuh drama dengan kalian tidak bisa terlupakan.
11. Segenap Keluarga Besar Etos ID yang telah memberikan dukungan, menjadi *supporting system* dan banyak lagi. Terimakasih pula untuk Holister, Affair, Ayyubi, dan Instinct Selama menjadi penerima manfaat Etos Id, Peneliti banyak belajar dan tumbuh besar dari pembinaan-pembinaan rutin yang dilakukan.
12. Teman-teman Soulmate, Mahabbah, Gemilang, dan seluruh Keluarga besar KSEI FoSEI Unhas dan FoSSEI Regional Sulampua yang tidak sempat disebutkan namanya. Tak Lupa juga untuk Kak Edo, Kak Fatiya, Kak Afda, Kak Rifal, Kak Taufik, Kak Mei, Kak Pite, Kak Ana, Kak Arni, Kak Diva. Terimakasih telah menjadi tempat belajar bagi peneliti utamanya di bidang ekonomi islam. Semangat terus dalam menjalankan dakwah ini. Terus tanamkan ukhuwah, dakwah dan ilmiah dalam diri.
13. Segenap jajaran Kabinet Mengabdikan FoSEI Unhas. Memimpin kalian banyak pengalaman pelajaran menarik yang saya dapatkan. Jangan pernah lupakan kebersamaan kita di satu periode kepengurusan kemarin.
14. Seluruh kawan-kawan Rumah Ilmiah UKM KPI (Keilmuan dan Penalaran Ilmiah) Unhas yang senantiasa memberikan dukungan, bantuan, doa, dan semangat terkhusus untuk Angga, Wildana, Beif, Anugrah, Luthfia, Alfian, Ica, Ryadha, Suci, Fadjarin, Adelvia, Naufal, Kak Ima, Kak Riswan, Kak Sulis, Kak Amri, Kak Nining, Kak Ima, Kak Vietgar dan dan semuanya yang tidak sempat disebutkan namanya. Terima kasih telah menemani saat suka maupun duka dalam berproses sebagai mahasiswa. Tetap semangat dan tetap kompak.
15. Seluruh Keluarga besar LDM Al-Aqsho Unhas yang senantiasa mendukung dan menyamangati peneliti selama menjadi Mahasiswa Universitas Hasanuddin
16. Dinas Pariwisata Kota Makassar yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penelitian. Terukhusus Pak Safaruddin yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan untuk peneliti.
17. Teman-teman ERUDITE yang selalu memberikan semangat, dukungan, bantuan dan doa. Terkhusus untuk Wafiqah, Ila, Akbar, Ferdi, Alwi, Izzah, dan semua yang tidak sempat disebutkan. Terima kasih telah menemani saat suka maupun duka dalam berproses

sebagai mahasiswa. Semoga cita-cita dan impian kita dapat tercapai. Tetap kompak dan tetap semangat, semoga semuanya SE secepatnya tanpa terkecuali, Amiin

18. Kawan-kawan hotel bintang lima perdos. Faizal, Amran, Takbir, Gafur, Atta. Satu atap dengan kalian merupakan momen yang akan selalu diingat.
19. Tante Mulyan dan nom Irfan serta saudara-saudaraku terkasih, Nini Salwa, Adil Ahkam, Rais, dan Zahra, Taufiq, Irly, Hafidz, Aqila, Nak Aira. Semangat terus dan tetap berusaha untuk mengangkat derajat keluarga. Semoga kita selalu diberikan kesehatan dan perlindungan oleh Allah SWT.
20. Dan tentunya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan tulus memberikan motivasi serta doa sehingga atas izin Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik bagi pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti juga mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi kita semua. Amiin

Makassar, 5 Juni 2021

Muh. Fajrul

ABSTRAK

KAJIAN POTENSI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI KOTA MAKASSAR

Muh. Fajrul
Madris
Sanusi Fattah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan prospek pengembangan pariwisata halal di Kota Makassar dan memformulasikan strategi pengembangan pariwisata halal di Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, dan kuesioner. Selain itu penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa studi literature dari buku, jurnal, penelitian serupa dan literature lainnya. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan mengenai kesiapan Kota Makassar sebagai pariwisata halal yaitu dari aspek daya tarik wisata Kota Makassar sebagian besar responden cenderung menyatakan dalam kondisi yang baik dan didapatkan skoring kategori baik. Demikian pula dilihat dari aspek Akomodasi wisata halal di Makassar, Usaha penyedia makanan dan minuman di Makassar, biro perjalanan wisata halal di Makassar, dan Aksesibilitas, bahwa secara keseluruhan, responden cenderung menjawab baik dan skoring pada kategori baik. Namun pemerintah masih perlu membenahi beberapa hal seperti membuat regulasi yang mengatur tentang pariwisata halal di kota Makassar dan memberikan dukungan kepada pelaku usaha penyedia makanan dan penginapan untuk mengadakan sertifikat halal untuk usahanya. Kondisi pariwisata halal Kota Makassar dianalisis menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat*) untuk menghasilkan strategi yang mendukung pengembangan pariwisata halal Kota Makassar.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Kota Makassar, Pariwisata, Pariwisata Halal, Pengembangan.

ABSTRACT

STUDY OF THE POTENTIAL AND PROSPECTS OF HALAL TOURISM DEVELOPMENT IN MAKASSAR CITY

Muh. Fajrul
Madris
Sanusi Fattah

This study aims to analyze the potential and prospects for developing halal tourism in Makassar City and formulate a strategy for developing halal tourism in Makassar City. This research is a qualitative and quantitative research. This study uses primary data obtained through observation and interviews, and questionnaires. In addition, this study also uses secondary data in the form of literature studies from books, journals, similar research and other literature. The findings from this study indicate that the perception of tourists regarding the readiness of Makassar City as halal tourism, namely from the aspect of the tourist attraction of Makassar City, most of the respondents tend to state that they are in good condition and get a good category scoring. Likewise, it is seen from the aspects of halal tourism accommodation in Makassar, food and beverage business providers in Makassar, halal travel agents in Makassar, and accessibility, that overall, respondents tend to answer well and score in the good category. However, the government still needs to fix a number of things, such as making regulations governing halal tourism in the city of Makassar and providing support to business actors providing food and lodging to hold halal certificates for their businesses. The condition of halal tourism in Makassar City is analyzed using a SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) to produce a strategy that supports the development of halal tourism in Makassar City.

Keywords: *Development, Halal Tourism, Makassar City, SWOT Analysis, Tourism,*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN SAMBUTAN..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | v |
| PRAKATA..... | vi |
| ABSTRAK..... | x |
| <i>ABSTRACT</i> | xi |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR DIAGRAM..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Pariwisata..... | 8 |
| 2.2 Pengembangan Pariwisata..... | 9 |
| 2.3 Dampak Pariwisata Dalam Perekonomian..... | 10 |
| 2.4 Pariwisata Halal..... | 12 |
| 2.5 SWOT (<i>Strength-Weakness-Opportunity-Threat</i>)..... | 17 |
| 2.6 Analisis SWOT..... | 18 |
| 2.7 Matrik SWOT..... | 20 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu..... | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 24 |
| 3.1 Rancangan Penelitian..... | 24 |

| | | |
|----------------------------------|---|-----|
| 3.2 | Kehadiran Peneliti..... | 25 |
| 3.3 | Informan Penelitian..... | 26 |
| 3.4 | Waktu dan Lokasi Penelitian..... | 27 |
| 3.5 | Sumber Data..... | 27 |
| 3.6 | Teknik Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.7 | Teknik Pengambilan Sampel | 28 |
| 3.8 | Analisis Data..... | 30 |
| 3.9 | Langkah-langkah Penelitian..... | 32 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 33 |
| 4.1 | Kota Makassar (meliputi: luas wilayah, batas wilayah, serta jumlah kecamatan dan kelurahan) | 33 |
| 4.2 | Penduduk Kota Makassar..... | 34 |
| 4.3 | Keadaan Sosial Keagamaan Kota Makassar..... | 36 |
| 4.4 | Pengembangan Pariwisata Halal Kota Makassar | 41 |
| 4.5 | Persepsi Wisatawan Terhadap Kesiapan Destinasi Wisata Halal di Kota Makassar | 48 |
| 4.6 | Hasil Wawancara dengan informan | 80 |
| 4.7 | Analisis Hasil Penelitian Menggunakan Analisis SWOT | 102 |
| BAB V PENUTUP | | 111 |
| 5.1 | Kesimpulan | 111 |
| 5.2 | Saran | 112 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 113 |
| LAMPIRAN..... | | 117 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabel 1.1 | Kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara di Kota Makassar | 5 |
| Tabel 2.1 | Komparasi wisata konvensional, wisata religi dan wisata halal | 14 |
| Tabel 2.2 | Matriks SWOT | 20 |
| Tabel 4.1 | Jumlah penduduk Kota Makassar berdasarkan kecamatan | 34 |
| Tabel 4.2 | Jumlah penduduk berdasarkan kecamatan dan agama yang dianut di Kota Makassar tahun 2020..... | 38 |
| Tabel 4.3 | Kontribusi PAD sektor pariwisata terhadap PAD Kota Makassar tahun 2015-2020 | 44 |
| Tabel 4.4 | Jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara dari tahun 2014-2020 | 45 |
| Tabel 4.5 | Daftar restoran, warung, rumah makan, dan catering di Daerah Makassar yang tersertifikasi halal | 46 |
| Tabel 4.6 | Daftar dapur hotel di daerah makassar yang tersertifikasi halal | 48 |

DAFTAR DIAGRAM

| | | |
|--------------|---|----|
| Diagram 2. 1 | Analisis SWOT | 20 |
| Diagram 4.1 | Persepsi responden tentang Makassar memiliki daya tarik wisata yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan | 49 |
| Diagram 4.2 | Skoring Persepsi responden tentang Makassar memiliki daya tarik wisata yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan..... | 50 |
| Diagram 4.3 | Persepsi responden tentang Makassar memiliki berbagai produk seperti wisata belanja, kuliner, sightseeing, atraksi budaya, dan lain-lain..... | 50 |
| Diagram 4.4 | Skoring Persepsi responden tentang Makassar memiliki berbagai produk seperti wisata belanja, kuliner, sightseeing, atraksi budaya, dan lain-lain..... | 51 |
| Diagram 4.5 | Persepsi responden tentang Makassar memiliki makanan dan minuman halal di destinasi wisata mudah diperoleh..... | 51 |
| Diagram 4.6 | Skoring persepsi responden tentang Makassar memiliki makanan dan minuman halal di destinasi wisata mudah diperoleh..... | 52 |
| Diagram 4.7 | Persepsi responden tentang Makassar memiliki pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan tidak bertentangan dengan kaidah syariah | 52 |
| Diagram 4.8 | Skoring Persepsi responden tentang Makassar memiliki pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan tidak bertentangan dengan kaidah syariah | 53 |
| Diagram 4.9 | Persepsi responden tentang Makassar menyediakan tempat ibadah layak dan suci dan dilengkapi dengan sarana bersuci memadai di destinasi wisata | 54 |
| Diagram 4.10 | Skoring Persepsi responden tentang Makassar menyediakan tempat ibadah layak dan suci dan dilengkapi dengan sarana bersuci memadai di destinasi wisata | 54 |
| Diagram 4.11 | Persepsi responden tentang Makassar memiliki sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik..... | 55 |
| Diagram 4.12 | Skoring persepsi responden tentang Makassar memiliki sanitasi dan kebersihan lingkungan di destinasi wisata terjaga dengan baik..... | 56 |

| | | |
|--------------|---|----|
| Diagram 4.13 | Persepsi responden tentang daya tarik wisata Kota Makassar..... | 56 |
| Diagram 4.14 | Skoring persepsi responden tentang daya tarik wisata Kota Makassar..... | 57 |
| Diagram 4.15 | Persepsi masyarakat tentang tersedia tempat ibadah yang layak di hotel dan tempat menginap lainnya | 58 |
| Diagram 4.16 | Skoring persepsi masyarakat tentang tersedia tempat ibadah yang layak di hotel dan tempat menginap lainnya | 58 |
| Diagram 4.17 | Persepsi responden tentang tersedia sarana bersuci yang layak di hotel dan tempat menginap lainnya | 59 |
| Diagram 4.18 | Skoring persepsi responden tentang tersedia sarana bersuci yang layak di hotel dan tempat menginap lainnya | 60 |
| Diagram 4.19 | Persepsi responden tentang tersedia makanan dan minuman yang halal di hotel dan tempat menginap lainnya..... | 60 |
| Diagram 4.20 | Skoring persepsi responden tentang tersedia makanan dan minuman yang halal di hotel dan tempat menginap lainnya..... | 61 |
| Diagram 4.21 | Persepsi responden tentang sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik | 61 |
| Diagram 4.22 | Skoring persepsi responden tentang sanitasi dan kebersihan lingkungan hotel terjaga dengan baik | 62 |
| Diagram 4.23 | Persepsi responden tentang akomodasi Wisata halal di Makassar..... | 63 |
| Diagram 4.24 | Skoring persepsi responden tentang akomodasi Wisata halal di Makassar..... | 63 |
| Diagram 4.25 | Persepsi responden tentang terdapat Restoran yang menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya dengan sertifikasi halal dari MUI | 64 |
| Diagram 4.26 | Skoring persepsi responden tentang terdapat Restoran yang menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya dengan sertifikasi halal dari MUI..... | 65 |
| Diagram 4.27 | Persepsi responden tentang sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik | 65 |
| Diagram 4.28 | Skoring persepsi responden tentang sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman terjaga dengan baik..... | 66 |

| | | |
|--------------|--|----|
| Diagram 4.29 | Persepsi responden tentang usaha Penyedia Makanan dan Minuman di Makassar | 67 |
| Diagram 4.30 | Skoring persepsi responden tentang usaha Penyedia Makanan dan Minuman di Makassar..... | 67 |
| Diagram 4.31 | Persepsi responden tentang menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata halal | 68 |
| Diagram 4.32 | Skoring persepsi responden tentang menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata halal | 69 |
| Diagram 4.33 | Persepsi responden tentang memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata halal..... | 69 |
| Diagram 4.34 | Skoring persepsi responden tentang persepsi responden tentang memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata halal..... | 70 |
| Diagram 4.35 | Persepsi rresponden tentang pemiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata halal..... | 71 |
| Diagram 4.36 | Skoring persepsi rresponden tentang pemiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan umum usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata halal | 71 |
| Diagram 4.37 | Persepsi responden tentang biro Perjalanan Wisata Halal di Makassar | 72 |
| Diagram 4.38 | Skoring persepsi responden tentang biro perjalanan Wisata Halal di Makassar | 73 |
| Diagram 4.39 | Persepsi responden tentang kemudahan akses informasi wisata halal..... | 73 |
| Diagram 4.40 | Skoring persepsi responden tentang kemudahan akses informasi wisata halal | 74 |
| Diagram 4.41 | Persepsi responden tentang objek wisata mudah dijangkau | 74 |
| Diagram 4.42 | Skoring persepsi responden tentang objek wisata mudah dijangkau | 75 |
| Diagram 4.43 | Persepsi responden tentang transportasi (darat, Laut, udara) mudah dijangkau..... | 75 |
| Diagram 4.44 | Skoring persepsi responden tentang transportasi (darat, Laut, udara) mudah dijangkau | 76 |
| Diagram 4.45 | Persepsi responden tentang biaya transportasi sesuai standar | 76 |

| | | |
|--------------|--|----|
| Diagram 4.46 | Skoring persepsi responden tentang biaya transportasi sesuai standar | 77 |
| Diagram 4.47 | Persepsi responden tentang aksesibilitas wisata halal di Kota Makassar..... | 77 |
| Diagram 4.48 | Skoring persepsi responden tentang aksesibilitas wisata halal di Kota Makassar | 78 |
| Diagram 4.49 | Responden mengutamakan halal dalam melakukan perjalanan wisata..... | 79 |
| Diagram 4.50 | Alasan responden mengutamakan halal dalam perjalanan wisata..... | 79 |
| Diagram 4.51 | Alasan responden tidak mengutamakan halal dalam perjalanan wisata..... | 80 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 4. 1 | Peta destinasi pariwisata nasional Makassar-Takabonerate dan sekitarnya | 43 |
|-------------|---|----|

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki nilai kearifan lokal yang masih kental dan mengakar kuat dalam kehidupan masyarakatnya. Masyarakat Indonesia terdiri dari berbagai golongan suku, agama, ras, adat istiadat, dan budaya yang berbeda-beda namun tetap hidup saling berdampingan. Hal inilah yang menjadi nilai tersendiri bagi Indonesia baik di mata masyarakat Indonesia itu sendiri atau bahkan di mata mancanegara dan membuat Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata yang begitu diminati.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar bagi perekonomian di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015 mencatat jumlah penerimaan devisa melalui sektor pariwisata menyumbang US\$ 10,761 miliar. Pada tahun 2016, Jumlah penerimaan devisa dari sektor pariwisata adalah sebesar US\$ 11,206 kemudian mengalami peningkatan menjadi US\$ 13,139 pada tahun 2017. Pada tahun 2018 kembali mengalami peningkatan dari US\$ 13,139 menjadi 16,426 miliar (Badan Pusat Statistik, 2018a). Data ini memberikan bukti bahwa penerimaan devisa dari sektor pariwisata mengalami peningkatan setiap tahun yang didapatkan dari para wisatawan mancanegara yang datang di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2018a)

Berbagai perkembangan dan peristiwa dewasa ini membawa pengaruh besar pada perkembangan kepariwisataan, terutama kepariwisataan daerah. Banyak potensi dan sekaligus permasalahan serta isu baru yang muncul ke permukaan yang membutuhkan cara penanganan dengan pendekatan-pendekatan yang spesifik. Dinamika tersebut perlu diakomodasi ke dalam produk-produk rencana yang ada di

daerah agar potensi, permasalahan dan isu-isu baru yang muncul dapat ditampung dan menjadi dasar dalam menyusun kebijakan serta program tindak.

Pariwisata saat ini sudah dianggap sebagai salah satu penggerak dalam keberhasilan ekonomi suatu daerah, karena dalam perkembangan dan kegiatannya pariwisata dianggap mampu memberikan peluang pekerjaan dan mendorong pertumbuhan ekonomi setempat. Pariwisata yang juga merupakan bidang yang bersifat *multiplier effect* tentu hanya mampu berdiri jika adanya suatu kesatuan yang menopang satu sama lain dan saling memberikan pengaruh untuk mensejahterakan masyarakat dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

Saat ini yang cukup pesat perkembangannya dan menjadi tren di dunia internasional adalah pembangunan wisata halal. Segmen wisata yang memberikan pelayanan terhadap wisatawan muslim yang ingin melakukan perjalanan wisata sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga wisatawan muslim menjadi merasa lebih nyaman dan aman dalam menikmati perjalanan wisata, serta dapat melaksanakan kewajibannya sebagai seorang muslim sesuai dengan ajaran Islam seperti wajib mengonsumsi makanan dan minuman halal, melaksanakan solat fardu di tempat yang representatif, dan tempat tinggal yang terhindar dari maksiat.

Dunia pariwisata selalu mengalami peningkatan dan memunculkan sesuatu yang baru dalam perkembangannya. Pariwisata Halal (*Halal Tourism*) merupakan suatu tren baru dalam dunia pariwisata saat ini. Indonesia dikenal luas di dunia sebagai pariwisata halal terbaik di dunia atas kemenangannya dalam event “*World Best Family Hotel, World Best Halal Honeymoon Destination and World Best Halal Tourism Destination*”. Hal ini tentunya menjadi sebuah peluang besar yang memudahkan Negara Indonesia untuk terus melakukan pengembangan pariwisata halal.

Pengembangan pariwisata halal menjadi alternatif bagi industri pariwisata di Indonesia seiring dengan tren Pariwisata Halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi islam global.

Konsep wisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restaurant, hingga aktivitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman (*Tourism Review*, dalam Gilang Widagdyo, 2015). Konsep wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep ke Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata (Chookaew et al., 2015). Konsep wisata halal dapat juga diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah disaat wisatawan muslim dapat berwisata serta mengagungi hasil penciptaan Allah SWT (tafakur alam) dengan tetap menjalankan kewajiban sholat wajib sebanyak lima kali dalam satu hari dan semua ini terfasilitasi dengan baik serta menjauhi segala yang dilarang olehNya (Kamarudin & Nizam, 2013).

Perkembangan industri pariwisata halal di Indonesia sangat pesat. Menurut Indeks Perjalanan Muslim Global (GMTI) 2019, pariwisata halal Indonesia telah memenangkan tempat pertama. Pada tahun 2018 terdapat 140 juta turis Muslim dengan belanja online sebesar US\$ 35 miliar (Mastercard & CrescentRating, 2019). Ini berarti ada segmen pasar yang harus dikerjakan, apalagi, Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Oleh karena itu, industri pariwisata halal telah ditetapkan sebagai sektor utama dalam pendorong pengembangan industri halal

Indonesia terdiri dari 34 provinsi yang mayoritas penduduknya adalah penganut agama islam membuat potensi sebagai pariwisata halal sangat menjanjikan. Kota makassar yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan dan sebagai ibukota provinsi tersebut mayoritas penduduknya seorang muslim. Namun dalam menentukan potensi dan strategi sebagai kota yang menerapkan destinasi pariwisata halal bukan hanya dilihat dari satu sisi saja. Namun menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) yang merupakan salah satu acuan yang saat ini dapat dijadikan indikator utama dalam melihat isu-isu terbaru terkait dengan pariwisata halal, ada tiga kelompok kriteria wisata halal yang dideskripsikan. Pertama, destinasi ramah keluarga dengan indikatornya mencakup destinasi ramah keluarga, keamanan umum dan wisatawan muslim, serta jumlah kedatangan wisatawan muslim. Kedua, layanan dan fasilitas di destinasi yang ramah muslim dengan indikator, adalah pilihan makanan dan jaminan halal, akses ibadah, fasilitas di bandara, serta opsi akomodasi. Ketiga, kesadaran halal dan pemasaran destinasi dengan indikator kemudahan komunikasi, jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisatawan Muslim, konektivitas transportasi udara, serta persyaratan visa (Kementerian Pariwisata, 2018). Dari penjabaran tersebut menjadi pokok permasalahan dalam menentukan potensi dan strategi dalam menerapkan konsep pariwisata halal dalam upaya meningkatkan perekonomian daerah.

Kota Makassar memiliki bermacam-macam tempat pariwisata mulai dari wisata alam, budaya, kuliner, dan lain-lain. Kota Makassar dan sekitarnya merupakan salah satu dari beberapa destinasi prioritas untuk wisata halal di Indonesia, yang mana industri pariwisata Kota Makassar dan sekitarnya terus mengalami kemajuan yang cukup baik. Hal tersebut berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Sulawesi Selatan bahwa pada triwulan IV tahun 2017 ekonomi Sulawesi Selatan tumbuh 7,78% dibandingkan periode yang sama tahun 2016 hanya 7,67% di mana

pertumbuhan ekonomi yang terjadi pada periode tersebut didorong oleh semua lapangan usaha penyediaan akomodasi, makanan dan minuman yang tumbuh 11,66%, pertumbuhan tersebut menjadi yang tertinggi (Badan Pusat Statistik, 2018b). Hal tersebut tidak terlepas dari banyaknya wisatawan yang berkunjung di kota Makassar. Berdasarkan data dari BPS Kota Makassar, sejak tahun 2014 hingga tahun 2019 kunjungan wisata Kota Makassar dan sekitarnya terus mengalami peningkatan seperti yang tergambar pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1 Kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara di Kota Makassar

| Tahun | Mancanegara | Nusantara |
|-------|-------------|-----------|
| 2014 | 52.488 | 3.694.581 |
| 2015 | 53.879 | 3.771.066 |
| 2016 | 85.644 | 4.668.681 |
| 2017 | 102.462 | 5.187.521 |
| 2018 | 105.477 | 5.461.677 |
| 2019 | 111.147 | 4.549.448 |
| 2020 | 29.358 | 1.540.468 |

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Makassar

Topik penelitian ini penting untuk dilakukan karena pariwisata halal dinilai menjadi salah satu mesin utama pendorong pertumbuhan ekonomi di tengah guncangan ekonomi global. Dalam perspektif mikro, sejumlah besar pemuda, populasi produktif dengan kesadaran yang lebih tinggi untuk mengadopsi gaya hidup Muslim telah mendorong industri pariwisata halal ke tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi daripada sebelumnya dalam waktu dekat yang dapat diperkirakan.

Manfaat pariwisata halal dalam meningkatkan perekonomian domestik sangat besar. Namun, Kota Makassar belum dapat memanfaatkan potensi tersebut. Pasar wisatawan muslim dunia yang terbilang besar utamanya dari Timur tengah masih belum bisa dioptimalkan oleh Kota Makassar dalam menarik wisatawan untuk

berkunjung ke kota Makassar. Selain itu, belum optimalnya standar-standar pariwisata halal di Kota Makassar mulai dari fasilitas, sertifikasi halal untuk pelaku usaha penginapan dan rumah makan, tempat ibadah, regulasi dan lain-lain.

Oleh karena itu berdasarkan uraian-uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Kajian Potensi dan Prospek Pengembangan Pariwisata Halal di Kota Makassar untuk mengetahui potensi pariwisata halal di Kota Makassar dan strategi yang tepat yang dapat diterapkan oleh Kota Makassar dalam mengembangkan pariwisata halal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian konteks yang ada diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana potensi pengembangan pariwisata halal di Kota Makassar
2. Bagaimana strategi pengembangan pariwisata halal di Kota Makassar

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis potensi pengembangan pariwisata halal di Kota Makassar
2. Memformulasikan strategi pengembangan pariwisata halal di Kota Makassar

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat atau tambahan pengetahuan antara lain :

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan bagi pemerintah Kota Makassar sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang tepat, khususnya dalam hal peningkatan ekonomi domestik melalui pengembangan potensi pariwisata halal.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang dapat dimanfaatkan masyarakat, khususnya masyarakat untuk meningkatkan produktivitas.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan referensi bagi penelitian pada bidang yang sama.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN**
Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.
2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**
Bab ini berisi teori dan konsep, tinjauan empirik yang berkaitan dengan topik penelitian.
3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**
Bab ini menjelaskan rancangan penelitian, kehadiran peneliti, informan peneliti, waktu dan lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan langkah-langkah penelitian.
4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**
Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai potensi perkembangan pariwisata dalam upaya peningkatan ekonomi domestik kota Makassar.
5. **BAB V KESIMPULAN**
Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Istilah pariwisata baru muncul di masyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya sesudah Revolusi Industri di Inggris. Istilah Pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sehari-hari sementara dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji. Pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan (Sari, 2020). Komisi liga Bangsa-bangsa menyempurkan pengertian tersebut dengan pengelompokkan orang-orang yang dapat disebut wisatawan dan bukan wisatawan. Komisi merumuskan bahwa yang bisa dianggap wisatawan adalah (Mulyadi, 2009):

- a. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karna alasan keluarga, kesehatan, dan lain-lain.
- b. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau tugas-tugas tertentu (ilmu pengetahuan, tugas pemerintah diplomasi, agama, olahraga, dan lain-lain).
- c. Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha.
- d. Mereka yang datang dalam rangka perjalan dengan kapal laut walaupun berada disuatu negara kurang dari 24 jam.

Sedangkan, yang tidak bisa dikategorikan sebagai wisatawan adalah:

- a. Mereka yang datang dengan maupun tanpa kontrak kerja, dengan tujuan mencari pekerjaan atau mengadakan kegiatan usaha disuatu negara.
- b. Mereka yang datang untuk mengusahakan tempat tinggal tetap disuatu negara.

- c. Penduduk disuatu tapal batas negara dan mereka bekerja di negara berdekatan.
- d. Wisatawan-wisatawan yang melewati suatu negara tanpa tinggal, walaupun perjalanan tersebut berlangsung lebih dari dari 24 jam

James dalam Sari (2020) mengemukakan definisi yang luas tentang pariwisata, yakni perjalanan dari satu tempat ke tempat lain. Bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Masih banyak defenisi lain tentang wisatawan yang dikemukakan oleh para ahli. Kebanyakan mencerminkan sudut pandangan atau kepentingan masing-masing. Beberapa instansi di Indonesia bahkan berpendapat, bahwa yang disebut wisatawan hanya orang-orang asing yang datang ke Indonesia.

2.2 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan Pariwisata pada hakekatnya adalah suatu proses dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang telah ada. Perkembangan pariwisata dapat berupa kegiatan pembangunan, pemeliharaan dan pelestarian tanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya. Menurut Chafid Fandeli dalam bukunya Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan pengembangan pariwisata juga merupakan kegiatan pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada: Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas lokal; Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis serta pendistribusian secara merata kepada masyarakat; Berorientasi kepada pengembangan pariwisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi kepada teknologi kooperatif; dan memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai penyumbang tradisi negara (Chafid, 1995).

Pengembangan pariwisata dapat dikembangkan dengan menggunakan strategi khusus, yang mana strategi tersebut menggunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, and Threats*) yang merupakan metode yang sangat lazim dan banyak digunakan dalam segi pengembangan bisnis, termasuk pasriwisata, strategi ini dilakukan dengan mengevaluasi terhadap kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

2.3 Dampak Pariwisata Dalam Perekonomian

Menurut Sari (2020) dampak pariwisata dalam perekonomian ada sebagai berikut :

a. Pertukaran Valuta Asing

Pengeluaran sektor pariwisata akan menyebabkan perekonomian masyarakat lokal menggilat dan stimulus berinvestasi dan menyebabkan sektor keuangan bertumbuh seiring bertumbuhnya sektor ekonomi lainnya.

b. Pendapatan pemerintah

Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni kontribusi langsung dan tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada kawasan wisata yang diterima langsung oleh dinas pendapatan suatu destinasi. Sedangkan kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap pendapatan pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang yang diimpor dan pajak yang diberikan kepada para wisatawan yang berkunjung.

c. Penyerapan tenaga kerja

Pada beberapa negara yang telah mengembangkan sektor pariwisata terbukti bahwa sektor pariwisata secara internasional berkontribusi nyata terhadap penciptaan peluang kerja, penciptaan usaha-usaha dari pariwisata meliputi:

1) Bisnis biro perjalanan

Bisnis biro perjalanan punya potensi besar. Besarnya jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara yang melakukan perjalanan wisata menjadi berkah tersendiri bagi pelaku bisnis biro perjalanan tetap tahun tingkat kunjungan wisatawan di Indonesia terus mengalami peningkatan yang sangat berarti.

2) Bisnis kuliner

Kini telah berkembang wisata kuliner bisa dimaklumi karena kuliner Nusantara memang sangat kaya. Maka tak heran keunikan dari kuliner Indonesia mempunyai potensi besar dalam sektor pariwisata.

3) Bisnis penyewaan kendaraan

Salah satu masalah dan kebutuhan wisatawan yang berlibur adalah transportasi. Sehingga, bisnis ini memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk berpindah dari tempat wisata yang satu ke tempat yang lain.

4) Bisnis penginapan

Setiap wisatawan membutuhkan tempat untuk beristirahat ketika berwisata. Untuk itulah berwisata dengan jangka waktu tertentu yang membutuhkan penginapan menjadi peluang bisnis untuk para pelaku usaha di daerah wisata.

d. Pembangunan infrastuktur

Berkembangnya sektor pariwisata juga dapat mendorong pemerintah lokal untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, penyediaan air bersih listrik telekomunikasi transportasi umum, dan fasilitas pendukung lainnya sebagai konsekuensi logis semuanya itu dapat meningkatkan kualitas hidup baik wisatawan dan juga masyarakat lokal itu sendiri sebagai tuan rumah

e. Peningkatan perekonomian masyarakat

Pendapatan sektor pariwisata acapkali digunakan untuk mengukur ekonomi pada suatu kawasan wisata. World trade organization

memprediksi bahwa pendapatan pariwisata secara tidak langsung disumbangkan 100% secara langsung dari pengeluaran wisatawan pada suatu kawasan. Namun, kenyataannya masyarakat lokal lebih banyak berebut lahan penghidupan dari sektor informal ini, artinya jika sektor informasi tumbuh maka masyarakat lokal akan mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih besar.

2.4 Pariwisata Halal

Wisata halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat Islam sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru di dalam industri pariwisata tentunya wisata halal memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai keislaman yang disematkan di dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan muslim merupakan jumlah wisatawan terbesar di Indonesia yang notabene merupakan negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, konsep wisata halal merupakan jawaban akan besarnya *untapped market* yang belum tersentuh dengan maksimal. Dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia maka Indonesia merupakan pasar industri wisata halal terbesar di dunia dan sudah seharusnya hal ini disadari oleh pelaku bisnis pariwisata di Indonesia. hal ini dikarenakan pengembangan wisata halal yang berkelanjutan akan dapat memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pelaku yang terlibat didalamnya.

Konsep wisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restaurant, hingga aktivitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman (Tourism Review, dalam Gilang Widagdyo, 2015). Konsep wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep

ke Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata (Chookaew et al., 2015). Konsep wisata halal dapat juga diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah disaat wisatawan muslim dapat berwisata serta mengagungi hasil penciptaan Allah SWT (tafakur alam) dengan tetap menjalankan kewajiban sholat wajib sebanyak lima kali dalam satu hari dan semua ini terfasilitasi dengan baik serta menjauhi segala yang dilarang olehNya (Kamarudin & Nizam, 2013). Dalam Al-Qura'an Juga dijelaskan pada surah Quraisy ayat 1-4 sebagai berikut

Artinya: "Karena kebiasaan orang-orang Quraisy (yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas. Maka, hendaklah mereka menyembah Tuhan (pemilik) rumah ini (Ka'bah), yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari rasa ketakutan" (Q.S Quraisy;1-4)

Fundamental dari wisata halal tentunya adalah pemahaman makna halal disegala aspek kegiatan wisata mulai dari hotel, sarana transportasi, sarana makanan dan minuman, sistem keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa wisata itu sendiri. Sebagai contoh hotel syariah tidak akan menerima pasangan tamu yang akan menginap jika tamu tersebut merupakan pasangan yang bukan muhrimnya (tidak dapat menunjukkan surat nikah). Selain itu hotel yang mengusung konsep syariah tentunya tidak akan menjual minuman beralkohol serta makanan yang mengandung daging babi yang diharamkan di dalam Islam. Selain itu pemilihan destinasi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai syariah Islam juga menjadi pertimbangan utama didalam mengaplikasikan konsep wisata syariah, setiap destinasi wisata yang akan dituju haruslah sesuai dengan nilai-nilai keislaman seperti memiliki fasilitas ibadah masjid maupun mushola yang memadai, tidak adanya tempat kegiatan hiburan malam serta prostitusi, dan juga masyarakatnya mendukung implementasi nilai-nilai syariah Islam seperti tidak adanya perjudian, sabung ayam maupun ritual-ritual yang bertentangan dengan ajaran Islam. Satu hal

yang harus dipahami bahwasannya wisata halal ini tidak harus merupakan wisata religi yang umum berlaku saat ini (Kovjanic, 2014)

Pavlove mendefinisikan pariwisata halal atau *halal tourism* sebagai pariwisata dan perhotelan yang turut diciptakan oleh konsumen dan produsen sesuai dengan ajaran Islam. Banyak negara di dunia Islam yang memanfaatkan kenaikan permintaan untuk layanan wisata ramah muslim (Razzaq et al., 2016) keberadaan wisata halal adalah *extend services*. Kalau tidak ada dicari, kalau ada bisa membuat rasa nyaman. Wisata halal bisa bergandengan dengan yang lain. Sifatnya bisa berupa komplementer, bisa berupa produk sendiri. Misalnya ada hotel halal, berarti membuat orang yang mencari hotel yang menjamin kehalalan produknya akan mendapatkan opsi yang lebih luas. Ini justru memperluas pasar, bukan mengurangi. Dari yang tadinya tidak ada, jadi ada. Menurut Hamzah dan Yudiana dalam Andriani et al. (2015), perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah atau wisata halal dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Komparasi wisata konvensional, wisata religi dan wisata halal

| No | Item Perbandingan | Wisata Konvensional | Wisata Religi | Wisata Halal |
|----|-------------------|--|------------------------------------|---|
| | Objek | Alam, budaya, kuliner, <i>heritage</i> | Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah | Semuanya |
| | Tujuan | Menghibur | Meningkatkan Spritualitas | Meningkatkan Spritualitas dengan cara menghibur |
| | Target | Menyentuh kepuasan dan | Aspek spiritual yang bisa | Memenuhi keinginan dan |

| | | | | |
|--|-----------|--|--|---|
| | | kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan | menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin | kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama |
| | Guide | Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap objek wisata | Menguasai sejarah, tokoh dan lokasi obyek wisata | Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia |
| | Fasilitas | Ibadah Sekedar Pelengkap | Sekedar Pelengkap | Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, menjadi bagian paket hiburan |
| | Kuliner | Umum | Umum | Spesifik yang |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | | | | Halal |
| | Relasi dengan masyarakat di lingkungan Obyek Wisata | Komplementer dan hanya untuk keuntungan materi | Komplementer dan hanya untuk keuntungan materi | Integral, interaksi berdasarkan pada prinsip syariah |
| | Agenda Perjalanan | Setiap Waktu | Waktu-waktu Tertentu | Memperhatikan Waktu. |

Sumber: Hamzah dan Yudiana (dalam Andriani et al. 2015)

Wisata Konvensional ialah wisata yang berfokus pada alam, budaya, dan kuliner yang hanya mempunyai tujuan yaitu menghibur wisatawan yang berkunjung dan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan budaya bangsa salah satunya melalui industri pariwisata. Menurut Jaelani (2017) wisata religi ialah wisata yang menunjukkan aktivitas perjalanan dengan motivasi atau tujuan keagamaan yang dilakukan oleh umat beragama (Muslim, Kristen, Hindu, Budha) yang biasanya dengan mengunjungi tempat-tempat suci agama atau tokoh agama. Pengertian ini juga berlaku untuk makna ziarah (pilgrimage). Wisata religi dapat berfungsi sebagai suatu kegiatan yang memiliki motivasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kegiatan tersebut dapat mencakup haji, umrah, dan sebagainya (Din, 1989).

Wisata Religi dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan muslim ketika menuju suatu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat diluar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi agama. Dan kegiatan tersebut harus sesuai dengan prinsip-prinsip islam (Zamani-Farahani & Handerson, 2010).

Sedangkan Pariwisata Halal adalah berbagai macam kegiatan wisata yang lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada

nilai-nilai syariat islam. Seperti yang dianjurkan oleh World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata halal bukan hanya umat muslim, tetapi juga non muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Adapun kriteria umum pariwisata halal ialah: pertama, memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum. Kedua, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran dan ketenangan. Ketiga, menghindari kemusyrikan dan khurafat. Keempat, bebas dari maksiat. Kelima, menjaga keamanan dan kenyamanan. Keenam, menjaga kelestarian lingkungan. Ketujuh, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal. (Jaelani et al., 2017)

2.5 SWOT (*Strenght-Weakness-Opportunity-Threat*)

SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weakneses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats. (Kotler & Keller (2019:63) memberikan kesimpulan mengenai SWOT:

1. Kekuatan (*Strenght*)

- a. Pengalaman dan pandangan industri yang mendalam,
- b. Desainer produk yang kreatif tetapi praktis,
- c. Penggunaan model bisnis yang sangat efisien dan fleksibel dengan memanfaatkan penjualan dan distribusi pelanggan langsung.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Ketergantungan terhadap modal luar yang diperlukan untuk menumbuhkan bisnis,
- b. Kurangnya pengecer yang dapat bekerja tatap muka dengan pelanggan untuk menghasilkan kesadaran merek dan produk,
- c. Kesulitan mengembangkan kesadaran merek (*brand awareness*) sebagai perusahaan yang baru berdiri.

3. Peluang (*Opportunity*)

- a. Partisipasi dalam industri yang sedang tumbuh,
- b. Penurunan biaya produk melalui skala keekonomian,

- c. Kemampuan untuk mendongkrak usaha pemasaran peserta industri lain untuk membantu menumbuhkan pasar umum.

4. Ancaman (*Threat*)

- a. Persaingan masa depan atau potensial dari peserta pasar yang sudah mapan,
- b. Penurunan ekonomi yang bisa memberi dampak negatif pada pengeluaran orang dari pendapatan bebas untuk produk kebugaran/rekreasional,
- c. Peluncuran hasil studi yang mempertanyakan keamanan berseluncur atau ketidakmampuan kita mencegah trauma besar yang diakibatkan berseluncur.

2.6 Analisis SWOT

Rangkuti, (2006) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan Peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi ini adalah analisis SWOT.

a. Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Menurut Kotler & Keller (2009) unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan makro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus mendapatkan system intelijen pemasaran eksternal dan internal. Peluang pemasaran (*marketing*

opportunity) adalah wilayah kebutuhan dan minat pembeli, dimana perusahaan mempunyai probabilitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan tersebut dengan menguntungkan. Ancaman lingkungan (*environmental threats*) adalah tantangan yang ditempatkan oleh tren atau perkembangan yang tidak disukai yang akan menghasilkan penurunan penjualan atau laba akibat tidak adanya tindakan pemasaran defensif.

b. Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*).

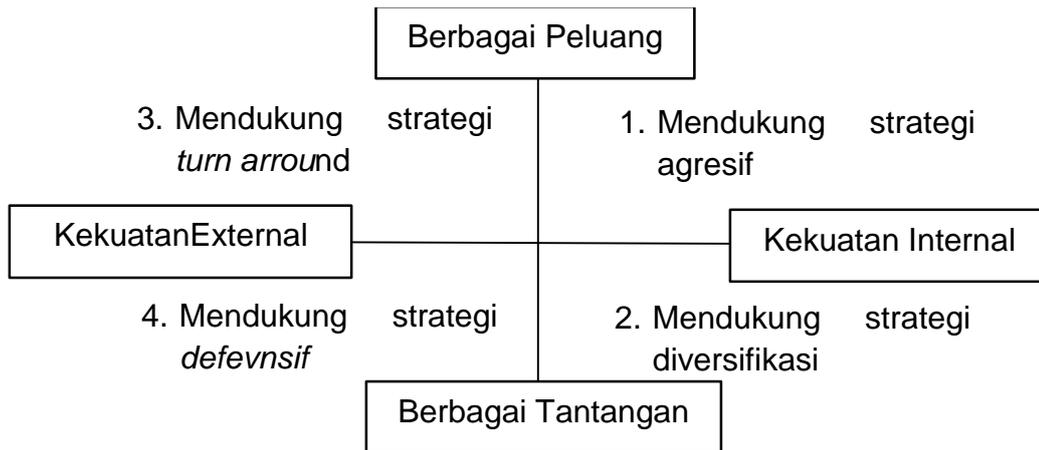
Kuadran I, Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran II, Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III, Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi pada kuadran ini ialah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran IV, Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana pada kuadran ini menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Diagram 2. 1 Analisis SWOT



Sumber: Rangkuti (2000:19)

2.7 Matrik SWOT

Tabel 2. 2 Matriks SWOT

| IFAS | STRENGHS (S) | WEAKNESSES (W) |
|---|--|--|
| EFAS | Tentukan 5-10 faktor faktor kelemahan internal | Tentukan 5-10 kekuatan internal |
| OPPORTUNIES (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 |
| THREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal | STRATEGI ST Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi | STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

| | | |
|--|---------|--|
| | ancaman | |
|--|---------|--|

Sumber: Rangkuti (2000) Dalam penelitian ini, alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis dalam suatu pengembangan Pariwisata Halal adalah matrik SWOT. Menurut Hunger dan Wheelen dalam Harashta (2020) Matrik SWOT menggambarkan bagaimana manajemen dapat mencocokkan peluang-peluang dan ancaman-ancaman eksternal yang dihadapi dalam suatu perusahaan tertentu dengan kekuatan dan kelemahan internalnya, untuk menghasilkan empat rangkaian kegiatan.

a. Strategi SO

Strategi SO memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta ancaman.

Menurut Hunger dan Wheelen dalam Harashta (2020)), dalam menganalisis sebuah manajemen strategi, diperlukan adanya empat elemen dasar proses manajemen strategi yang meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi pengendalian strategi.

2.8 Penelitian Terdahulu

Harashta, pada 2020 dengan judul “Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (Halal Tourism) Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus pada Kampung Bandar Senapelan)” Kampung Bandar Senapelan memiliki potensi yang relatif besar untuk dijadikan destinasi wisata halal di Kota Pekanbaru namun, terdapat beberapa potensi yang perlu dimaksimalkan dan harus di kerjakan dengan serius oleh Pemerintah Kota Pekanbaru bersama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru diantaranya mengoptimalkan preferensi wisatawan terhadap rencana penerapan wisata halal di Kampung Bandar Senapelan dan perlu meningkatkan potensi alam dan atraksi budaya, perbaikan fasilitas wisata halal, serta promosi wisata halal yang diharapkan nantinya mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan juga meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sektor pariwisata Kota Pekanbaru (Harashta, 2020).

Subarkah, pada tahun 2018 dengan judul “Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)” menunjukkan bahwa diplomasi publik Indonesia dengan menampilkan diri sebagai destinasi wisata halal dianggap berhasil dapat menarik kunjungan wisatawan mancanegara terutama wisatawan Muslim dan menarik investasi, serta perkembangan wisata halal juga mengalami peningkatan yang positif, sehingga dengan meningkatnya kunjungan wisata dan investasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian daerah seperti Nusa Tenggara Barat sebagai destinasi wisata halal (Subarkah, 2018).

Fitratun Ramadhany dan Ahmad Ajib Ridlwan pada tahun 2015 dengan judul “Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Di Lombok” disimpulkan bahwa secara keseluruhan pariwisata syariah memiliki implikasi yang

positif terhadap meningkatnya pendapatan masyarakat dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat itu sendiri (Ramadhany & Ajib, 2018).

Anicha Isyah, 2017 dengan judul “Peran Strategis Dinas Pariwisata dan Biro Perjalanan Wisata dalam Mengoptimalkan Pariwisata Halal di Kota Solo” memberikan penjelasan bahwasanya Kota Solo memiliki beragam destinasi seperti kebudayaan, sejarah, kuliner, objek wisata, dan infrastuktur yang memadai sehingga layak dijadikan sebagai tujuan dalam berwisata khususnya dalam konsep pariwisata halal (Isyah, 2017).

Harjanto Suwardono, 2015 dengan judul “Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan Di Kota Semarang” (Kajian Dari Perspektif Syariah)” menyimpulkan bahwa perlu adanya penambahan jumlah kamar pada hotel berbintang dan upaya perubahan hotel non berbintang dari konvensional menjadi syariah agar tercipta titik equilibrium, sehingga akan diperoleh biaya operasi minimum dengan penghasilan yang optimal (Harjanto, 2015).