

PENGEMBANGAN WISATA HALAL DI PULAU PAHAWANG, KABUPATEN PESAWARAN, PROVINSI LAMPUNG

Heru Wahyudi^{1*}, Tri Puji Wahyuningsih²⁾, Widia Anggi Palupi³⁾

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

*Koresponden Email: heru.wahyudi@feb.unila.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi pengembangan wisata halal di Pulau Pahawang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis SWOT, Evaluasi Faktor Internal (IFE), dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE). Hasil penelitian menunjukkan strategi yang digunakan untuk mengembangkan wisata halal di Pulau Pahawang anatara lain membuat paket-paket wisata halal untuk menarik wisman dan wisnus muslim, bekerjasama dengan kementerian pariwisata menciptakan sistem sertifikasi halal untuk usaha pariwisata di Pulau Pahawang, dan mengembangkan diferensiasi produk dengan atraksi wisata syariah berbasis kearifan lokal yang berbeda dan unik dibanding destinasi wisata syariah lain di Indonesia. Kesimpulannya terdapat 18 strategi pengembangan kawasan wisata halal di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. Selain itu juga diperoleh evaluasi dari segi internal dan eksternal yang berkontribusi dalam pengembangan wisata halal di Pulau Pahawang. Kontribusi penelitian ini menghasilkan saran bagi pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran diharapkan dapat menerapkan 18 alternatif strategi yang telah disusun dengan tingkat kepentingan dan prioritas masing-masing daerah.

Kata kunci: Pengembangan Pariwisata Halal, Strategi Kebijakan, SWOT, Pahawang.

DEVELOPMENT OF HALAL TOURISM IN PAHAWANG ISLAND, PESAWARAN REGENCY, LAMPUNG PROVINCE

Abstract

This study aims to analyze the potential for developing halal tourism on Pahawang Island. The analytical method used in this study is the SWOT analysis approach, Internal Factor Evaluation (IFE), and External Factor Evaluation (EFE). The results of the study show that the strategies used to develop halal tourism on Pahawang Island include making halal tour packages to attract Muslim tourists and foreign tourists, working with the ministry of tourism to create a halal certification system for tourism businesses on Pahawang Island, and developing product differentiation with tourist attractions. local wisdom-based sharia that is different and unique compared to other sharia tourist destinations in Indonesia. In conclusion, there are 18 strategies for developing halal tourism areas on Pahawang Island, Pesawaran Regency. In addition, internal and external evaluations were also obtained which contributed to the development of halal tourism on Pahawang Island. The contribution of this research resulted in suggestions for local governments, especially the Tourism Office of Pesawaran Regency.

Keywords: Halal Tourism Development, Policy Strategy, SWOT, Pahawang.

PENDAHULUAN

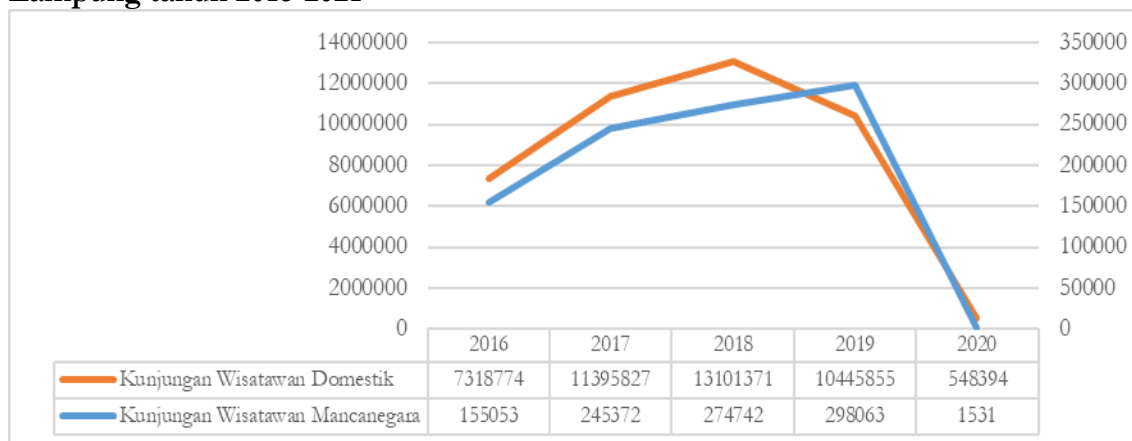
Indonesia merupakan negara kepulauan dan terbesar di dunia yang memiliki lebih dari 17.000 pulau (Encyclopaedia Britannica 2022). Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia memberikan berkah kepada Indonesia dengan melimpahnya sumber daya alam dan potensi pariwisata untuk menompang perekonomian Indonesia. Penelitian yang dilakukan

oleh (Yakup and Haryanto 2021) pariwisata berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi melalui pendapatan mata uang asing dan menarik minat investasi internasional. Pariwisata juga merupakan sektor yang memiliki *multiplier effect* terhadap sektor lain, sehingga pengembangan pariwisata mampu meningkatkan sektor terkait seperti transportasi dan akomodasi, penyerapan tenaga kerja, dan kuliner.

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam, mulai dari *sea, sun, sand*, dan *mainland* (Setiawan 2019). Salah satu provinsi yang memiliki potensi pariwisata yang mumpuni adalah Provinsi Lampung. Letak geografis Provinsi Lampung yang merupakan pintu gerbang Pulau Sumatera dari Pulau Jawa dan dibatasi dengan laut tentu menjadikan Lampung memiliki wisata bahari yang mumpuni. Hal ini dibuktikan dengan tingginya jumlah kunjungan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Lampung.

Gambar 1

Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik dan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Lampung tahun 2016-2021



Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung (2022)

Berdasarkan Gambar 1 diketahui bahwa jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik yang berkunjung ke Provinsi Lampung terus mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai tahun 2019. Di tahun 2020, jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung mengalami penurunan yang sangat tajam akibat pandemi Covid-19. Pandemi covid-19 mengharuskan pemerintah menggulirkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang meliputi kegiatan belajar mengajar secara daring, tenaga kerja yang bekerja dari rumah, pembatasan kegiatan, dan pembatasan mobilitas baik barang maupun masyarakat. Penelitian dari Pambudi et al., (2020) menemukan bahwa pasar wisatawan mancanegara diperkirakan baru akan kembali normal secara bertahap mulai 2021, dan kembali normal di tahun 2023.

Pandemi covid-19 yang menyebabkan sektor pariwisata terpuruk tentu berdampak besar bagi masyarakat Indonesia, terutama bagi masyarakat yang menggantungkan kehidupannya di bidang pariwisata (Purwahita et al. 2021). Seiring berjalannya waktu saat ini sudah memasuki era *new normal*, berbagai upaya dilakukan untuk pemulihan ekonomi terkhusus sektor pariwisata yang terdampak paling awal dan membutuhkan waktu untuk pulih. Semua pihak tentu mengupayakan pemulihan ekonomi di Indonesia, terutama pihak pemerintah. Pemerintah dituntut untuk cepat tanggap dalam mewujudkan kesejahteraan sosial melalui kebijakan-kebijakannya yang strategis dan responsive (Lismanto and Utama 2020). Menurut Hidayatullah (2013) pemerintah dalam dunia perekonomian memiliki peran

untuk membantu perkembangan bisnis secara umum, membantu kelompok ekonomi yang lemah, mendorong persaingan usaha yang sehat, dan sebagai penyeimbang

Dalam melakukan peran sebagai pemerintah, tentu memerlukan strategi untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Strategi digunakan untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi (Hindun 2015). Rencana dalam mencapai tujuan tersebut sesuai dengan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Fokus *planning approach* adalah memandang strategi adalah deliberate dan rasional, diarahkan menuju maksimalisasi profit, dan umumnya dibuat oleh manajemen puncak (Aldi 2015).

Bank Indonesia (2022) menyebutkan beberapa upaya yang dilakukan untuk pemulihan pariwisata di Indonesia antara lain melalui (1) pengoptimalan pelonggaran wisatawan termasuk dengan regulasi visa; (2) mempercepat pengembangan 5 Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPS), (3) akseleasi vaksinasi dan memperluas penerapan *Cleanliness, Healthy, Safety, and Environmental Sustainability* (CHSE) di destinasi wisata. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia sangat memiliki peluang dalam pemulihan sektor pariwisata melalui konsep wisata halal.

Wisatawan setuju dengan konsep wisata halal, masyarakat menilai bahwa wisata halal memiliki urgensi yang tinggi dalam pengembangannya, selain itu mayoritas penduduk Indonesia juga beragama islam maka dari itu masyarakat setuju untuk dikembangkannya sebagai wisata halal dengan nilai-nilai agama serta ketetapan peraturan yang sudah ada. Kondisi tersebut menjadikan pariwisata Syariah memiliki potensi besar untuk dikembangkan melihat permintaan pasar saat ini (Priyadi 2016).

Seperti yang dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO) konsumen wisata halal bukan hanya umat Muslim tetapi juga non muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Kriteria umum pariwisata halal antara lain sebagai berikut: (1) Memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum, (2) Memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, (3) Menghindari kemusyrikan dan khurafat, (4) Bebas dari maksiat, (5) Menjaga keamanan dan kenyamanan, (6) Menjaga kelestarian lingkungan, dan (7) Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal (Rimet 2019).

Sebuah tujuan wisata dapat dikatakan sebagai wisata halal adalah harus memenuhi kebutuhan utama wisatawan muslim, seperti dikutip dari *Crescent Rating*, selaku perusahaan yang berfokus pada pengembangan wisata halal yang pernah melakukan studi di 130 negara, menunjukkan 6 kebutuhan pokok wisatawan muslim, yaitu: (1) Makanan halal, yang terdiri dari bebas alkohol, bebas daging babi, dan sejenisnya, (2) Tersedianya fasilitas ibadah, (3) Kamar mandi dengan air untuk wudhu, (4) Pelayanan saat bulan Ramadhan, misalnya santapan berbuka dan sahur, (5) Pencantuman label non-halal apabila ada makanan yang tidak halal, dan (6) Fasilitas rekreasi yang menjaga privasi, tidak bercampur-baur secara bebas.

Salah satu acuan yang indikator pengembangan pariwisata halal di Lampung adalah *Global Muslim Travel Index* (GMTI) merupakan salah satu acuan yang saat ini dapat dijadikan indikator utama dalam melihat isu-isu terbaru terkait dengan pariwisata halal dan pasar pariwisata halal yaitu, destinasi ramah keluarga, layanan dan fasilitas di destinasi ramah muslim, kesadaran halal dan destinasi pemasaran.

Tuntutan masyarakat muslim pada suatu wisata bukan hanya sebatas keunikan daya tarik wisata pada tempat tersebut tetapi juga kenyamanan dan jaminan dalam melaksanakan ibadah (Bustamam and Suryani 2021). Wisata halal tidak hanya berfokus pada objek atau destinasi saja tetapi juga pada adab perjalanan dan fasilitas lainnya (Chookaew et al. 2015).

Menurut Al-Hamarnah (2013) sebagai upaya untuk mengenalkan wisata halal kepada wisatawan muslim maupun non muslim sebagai pasar baru dalam tujuan berwisata

Objek wisata yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pulau Pahawang. Pulau Pahawang adalah desa dan pulau di Kecamatan Punduh Pidada, Kabupaten Pesawaran, Lampung, Indonesia. Pulau Pahawang termasuk kedalam sumber daya tarik wisata unggulan yang termasuk kedalam Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) Pulau Pahawang dan Pulau-Pulau Sekitarnya dalam Rencana Induk Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Pesawaran 2017-2031 (Alvi, Nurhasanah, and Persada 2018). Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muliarto et al., (2017) mengungkapkan bahwa pengembangan pariwisata Pulau Pahawang belum mempertimbangkan prinsip-prinsip ekowisata. Selain itu makanan dan *home stay* di Pulau Pahawang belum sesuai syariat Islam (Susanthiasih and Rusliani 2017).

Regulasi tentang pariwisata halal memang belum dimiliki pemerintah RI hingga kini khususnya untuk Provinsi Lampung, namun beberapa regulasi berkaitan dengan wisata halal antara lain : (1) Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 108 Tahun 2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah, (2) Kemenpar dan MUI RI No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk, dan (3) Kemenparekraf dengan DSN -MUI No. 11/KS.001/W.PEK/2012 dan No. B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syariah.

Wisata halal sesungguhnya bukanlah wisata eksklusif yang hanya diperuntukan untuk kelompok wisatawan tertentu. Sehingga wisatawan non muslim juga dapat menikmati keindahan, pelayanan, serta segala macam daya tarik wisata yang beretika halal. Hal ini disebabkan karena tujuan diadakannya pengembangan wisata halal adalah untuk menarik wisatawan muslim maupun non muslim, dan wisatawan dalam maupun luar negeri serta untuk mendorong tumbuh kembangnya bisnis syariah di lingkungan pariwisata Indonesia. Wisata halal memiliki produk dan jasa wisata yang serupa dengan konsep wisata secara konvensional hanya perbedaannya semua pendekatan dan kebijakan yang diterapkan mengacu pada nilai-nilai syariah Islam.

Berdasarkan uraian diatas, bahwa terdapat potensi yang sangat besar menjanjikan untuk kemajuan Provinsi Lampung apabila industri wisata halal di Lampung yang dijalankan secara maksimal di wilayah Pulau Pahawang. Sehingga diperlukan upaya dalam strategi pengembangan melalui pihak yang saling terkait seperti lembaga sebagai pusat koordinasi dan pengembangan industri wisata halal. Dalam penelitian ini mengambil studi kasus objek wisata Pahawang yang terletak di Kabupaten Pesawaran karena wisata Pahawang memiliki pengunjung yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan tempat wisata-wisata lainnya. Objek wisata ini mempunyai peluang untuk dikembangkan sebagai salah satu objek wisata halal dengan dukungan berbagai fasilitas lain yang disediakan.

Indonesia dapat menjadi pusat pariwisata halal pada skala global hal ini didukung oleh keragaman kekayaan serta keindahan alam, berpenduduk dominan muslim dengan keragaman budaya yang diwarnai oleh nilai-nilai Islami, sampai dengan potensi dan perkembangan pariwisata halal nasional di mana Indonesia telah meraih penghargaan "*World's Best Halal Travel Destination*" versi Global Muslim Travel Index 2019 (Wuryandani et al. 2020). Pulau Pahawang memiliki daya tarik wisatawan yang sangat tinggi. Hal ini berpeluang untuk menjadikan sektor unggulan di Kabupaten Pesawaran. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Islam terbanyak, memiliki peluang yang besar untuk mewujudkan konsep wisata halal. Namun, Pulau Pahawang belum mengimplementasikan konsep wisata halal. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa konsep

pariwisata di Pulau Pahawang belum menerapkan konsep pariwisata syariah (Susanthiasih and Rusliani 2017). Padahal jika konsep wisata halal diimplemnetasikan mampu meningkatkan taraf perekonomian masyarakat sekitar dengan menerapkan aturan-aturan Islam, tersedianya makanan dan minuman halal, dan tempat ibadah yang mudah diakses. Pengimplemntasian wisata halal juga menguntungkan untuk menciptakan “*branding*” bagi Pulau Pahawang.

Terdapat peneliti yang sudah meneliti terkait dengan wisata halal. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2016) dalam penelitiannya berjudul “Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta” menemukan bahwa 36 persen responden merasa sangat tidak paham mengenai konsep wisata syariah, sehingga mereka sama sekali tidak mengerti bagaimana sebenarnya konsep wisata syariah. Sebanyak 35 persen responden merasa sedikit paham, bahwa wisata syariah adalah wisata yang berhubungan dengan etika dan peraturan Islam. Sebagian besar responden dengan presentase 70 persen dari total responden setuju dengan letak objek wisata di Kota Yogyakarta yang strategis. Sebanyak 64 persen responden setuju dengan adanya ketersediaan penginapan syariah di Kota Yogyakarta, serta sebagian besar responden dengan prosentase 54 persen menyatakan setuju dengan ketersediaan restoran halal yang sudah memenuhi kebutuhan wisatawan di Kota Yogyakarta.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan wisata halal Pulau Pahawang di Kabupaten Pesawaran? Sementara tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun strategi pengembangan yang sesuai bagi pengelola tempat wisata halal *tourism* Pahawang Kabupaten Pesawaran.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Ruang Lingkup Penelitian

Daerah penelitian adalah kawasan wisata Pahawang di Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Ruang lingkup penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana potensi dan strategi pengembangan halal *tourism* Pahawang Kabupaten Pesawaran.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui empat metode, yakni: studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan kuesioner.

Penentuan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2018). Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pemilihan responden yaitu dengan menggunakan metode pengambilan sampel secara sengaja (*purposive sampling*), yaitu menentukan atau memilih responden secara sengaja. Responden untuk melakukan pembobotan adalah seorang ahli (*expert*). *Expert* di sini tidak harus seseorang yang pakar pada satu bidang keilmuan tertentu, melainkan orang yang mengetahui benar akan permasalahan yang diteliti. Adapun responden yang dipilih yaitu perwakilan dari beberapa *stake holders* dan beberapa sampel wisatawan yang terkait dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini responden yang di pilih sebanyak tiga puluh

sembilan responden diantaranya Kepala Bidang Perencanaan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, Kepala Bidang Perencanaan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, tokoh masyarakat, tokoh ulama, dan tiga puluh lima wisatawan yang berkunjung di Pulau Pahawang.

Definisi Operasional Variabel

1. Faktor internal, berupa faktor dari dalam objek wisata itu sendiri yaitu faktor kekuatan dan kelemahannya seperti sumber daya yang dimiliki oleh letak geografis, objek pariwisata, ketersediaan sarana, dan produk halal yang tersedia.
2. Faktor eksternal, berupa faktor dari luar objek wisata yaitu faktor peluang dan ancaman seperti dukungan atau kebijakan pemerintah dan pandemik covid-19.

Metode Analisis

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis metode analisis, yaitu metode deskriptif dan metode kuantitatif. Penelitian deskriptif biasanya dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi kasus untuk menggambarkan perilaku daripada menggunakan data yang bisa dianalisis secara statistik. Peneliti menggunakan metode kuantitatif karena di dalam penelitian ini masalah dapat dipecahkan dengan matriks *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT), *Exsternal Factor Evaluation* (EFE), *Internal Factor Evaluation* (IFE).

Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan (Mashuri and Nurjannah 2020). Menurut Umar (2013) matriks SWOT merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu para *stakeholders* mengembangkan empat strategi. Keempat strategi yang dimaksud adalah (a) Strategi SO (*Streghht-Opportunity*), (b) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), (c) Strategi ST (*Strenght-Threat*), dan (d) Strategi WT (*Weakness-Threat*). Berikut ini adalah tahap bagaimana penentuan strategi dibangun melalui matriks SWOT.

Tabel 1

Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi SO • Strategi yang memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada • Strategi agresif • Keunggulan komperatif	• Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang • Strategi orientasi putar balik • Investasi/divestasi
	Strategi ST • Strategi yang memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman • Strategi diversifikasi • Mobilisasi	Strategi WT • Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman • Kontrol kerusakan/strategi riskan

Sumber: David 2013

Matriks IFE dan Matriks EFE

Matriks IFE dan EFE diperkenalkan oleh Fred R. Davisc, Menurut David (2013) IFE (evaluasi faktor internal) merupakan alat untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional dari suatu daerah. Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal wilayah berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting (Umar 2013). Sedangkan matriks EFE (evaluasi faktor eksternal) merupakan alat untuk meringkas dan mengevaluasi peluang dan ancaman dalam berbagai bidang eksternal dari suatu daerah dan juga memberikan dasar untuk mengendalikan dan mengevaluasi hubungan diantara bidang-bidang ini (Umar 2013). Menurut Umar (2013), terdapat lima langkah dalam menyusun matriks EFE dan IFE, yaitu:

1) Buat daftar faktor internal diidentifikasi dalam proses strategi pengembangan wisata internal. Cari antara 10 dan 20 faktor, termasuk kekuatan maupun kelemahan. Untuk faktor eksternal, buat daftar faktor eksternal diidentifikasi dalam proses strategi pengembangan wisata eksternal. Cari antara 10 dan 20 faktor, termasuk peluang dan ancaman yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya.

2) Beri bobot pada setiap faktor dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) Nurjanah, (2006). Metode tersebut digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal. Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2, 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah sebagai berikut:

1= jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal

2= jika indikator horizontal sama penting daripada indikator vertikal

3= jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal

Bobot setiap variabel diperoleh dengan menentukan nilai setiap variabel terhadap jumlah nilai keseluruhan variabel dengan menggunakan rumus:

$$A_i = \frac{X_i}{\sum n.X_i}$$

$$I = 1$$

Keterangan :

a_i = Bobot variabel ke-i

X_i = Nilai variabel ke i

I = 1,2,3...n

n = Jumlah variabel

3) Tahap pemberian *rating* (nilai) antara 1 sampai 5 bagi masing-masing faktor yang memiliki nilai :

1 = kelemahan utama/mayor bagi pembangunan wilayah

2 = kelemahan kecil/minor bagi pembangunan wilayah

3 = kekuatan kecil/minor bagi pembangunan wilayah

4 = kekuatan sedang/mayor bagi pembangunan wilayah

5 = kekuatan utama/mayor bagi pembangunan wilayah

4) Kalikan setiap bobot faktor dengan peringkat untuk mendapatkan nilai yang dibobot

5) Jumlahkan nilai yang dibobot setiap variabel untuk menentukan nilai yang dibobot total bagi organisasi. Total nilai dibobot tertinggi adalah 4,0 dan yang terendah adalah 1,0. rata-rata nilai yang dibobot adalah 2,5.

Untuk penilaian faktor internal, total nilai yang dibobot yang jauh di bawah 2,5 merupakan ciri organisasi yang lemah secara internal. Sedangkan jumlah nilai yang dibobot yang jauh di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis SWOT digunakan untuk menggabungkan antar faktor internal (kelemahan dan kekuatan) dengan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hal ini dimaksudkan untuk menentukan strategi yang layak dalam pengembangan wisata halal Pulau Pahawang. Sebelum ditentukan strategi yang layak maka perlu dilakukan evaluasi faktor internal dan faktor eksternal. Dalam tahap masalah ini dilakukan analisis IFE dan analisis EFE yang didasarkan pada hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang merupakan faktor strategis internal dan eksternal.

a. Evaluasi Faktor Internal

Evaluasi Faktor Internal digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan pada wilayah Kabupaten Pesawaran. Berdasarkan hasil dari matriks IFE bahwa kekuatan utama yaitu destinasi Pulau Pahawang yang menarik wisatawan dengan nilai skor tertinggi yaitu 0.3676 karena Pulau Pahawang sebagai salah satu destinasi wisata di Provinsi Lampung yang diincar oleh wisatawan nusantara maupun manca negara sedangkan kelemahan belum adanya biro perjalanan wisata resmi yang halal dengan skor 0.09603 yang menghantarkan dan tata caranya dengan sistematis syariah/halal.

Total skor dari matriks IFE untuk destinasi wisata Pulau Pahawang sebesar 3,676. Jumlah skor yang lebih besar dari skor rata-rata (rata-rata = 2,5) (Umar 2013). Sehingga menunjukkan bahwa destinasi Pulau Pahawang memiliki daya tarik kekuatan yang cukup besar, namun perlu adanya upaya untuk memperbaiki kelemahan yang ada pada wilayah tersebut. Dengan cara pemerintah menyediakan biro khusus dengan pelayanan syariah/halal. Karena dari hasil analisis Matriks IFE diperoleh total skor untuk faktor strategis internal adalah sebesar 3,676 yang menunjukkan bahwa destinasi Pulau Pahawang memiliki kondisi internal yang kuat (di atas rata-rata 2,5).

Tabel 2

Evaluasi Faktor Internal (IFE) Pengembangan Wisata Pulau Pahawang

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot (Rata-rata)	Rating (Rata-rata)	Skor
Kekuatan			
Letak Provinsi Lampung strategis secara aksesibilitas	0,07614	4,6	0,3502
Ketersediaan sarana akomodasi seperti transportasi dan akses jalan menuju wisata alam budaya dan religi	0,07448	4,4	0,3277
Pulau Pahawang sebagai salah satu destinasi wisata yang diincar wisatawan nusantara maupun mancanegara	0,08356	4,4	0,3676
Syariat dan produk halal sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari Masyarakat Lampung	0,07162	4,0	0,2864
Provinsi Lampung setiap tahun mengadakan even tahunan berbasis regili maupun modern	0,07735	4,3	0,3326
Provinsi Lampung telah memiliki Bandara Internasional Raden Intan	0,08286	4,2	0,3481
Provinsi Lampung mempunyai kekayaan kuliner yang unik dan beragam diantaranya tempoyak dan budaya seruit	0,08236	4,3	0,3541
Memiliki modal sosial berupa kerukunan antar umat beragama yang kuat, menghormati agama lain,	0,07711	4,4	0,3392

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot (Rata-rata)	Rating (Rata-rata)	Skor
menghargai budaya touris asing dan menghargai saat beribadah			
Di Pulau Pahawang terdapat akses jaringan telekomunikasi dengan berbagai oprator telekomunikasi	0,08072	4,4	0,3551
Total Skor Kekuatan			3,061
Kelemahan			
Pemandu wisata belum menerapkan prinsip-prinsip islami dalam mendampingi wisatawan misalnya tidak mendampingi sholat berjama'ah	0,04518	3,6	0,1626
Pandangan negative tokoh masyarakat / tokoh ulama bahwa pariwisata pantai hanya menekankan pada sisi negatif	0,04606	3,1	0,1427
Pemerintah, pelaku usaha belum memahami konsep pariwisata halal	0,05348	2,5	0,1337
Belum banyak terdapat hotel yang bersertifikasi halal /syariah	0,05348	2,9	0,1551
Belum terdapat biro perjalanan wisata yang menyediakan wisata halal	0,05037	2,8	0,09603
Akses keselamatan penyebrangan laut yang minim	0,03557	2,7	0,0961
Total Skor Kelemahan			0,78623

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

b. Evaluasi Faktor Eksternal

Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh pandem eksternal yaitu berupa peluang dan ancaman bagi wilayah Kabupaten Pesawaran. Berikut merupakan analisis matriks EFE pada table 11.

Berdasarkan analisis matrik EFE bahwa peluang utama bagi destinasi pulau pahawang adalah peningkatan jumlah wisatawan muslim di Pulau Pahawang dengan skor tertinggi sebesar 0.7383. sedangkan ancaman utama adalah adanya pandemic covid-19 dengan skor 0.1904 yang melanda diberbagai negara di dunia. Nilai skor dari analisis matrik EFE yaitu sebesar 3,7383. Nilai ini menunjukkan bahwa destinasi pulau pahawang memiliki peluang pembangunan wilayah yang besar dengan berusaha untuk memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman.

Tabel 3

Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) Pengembangan Wisata Pulau Pahawang

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot (Rata-rata)	Rating (Rata-rata)	Skor
Peluang			
Peningkatan jumlah wisatawan muslim yang berjumlah 2,6 juta dari total 15,8 touris asing	0,1678	4,4	0,7383
Sektor pariwisata halal menyumbang \$3,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto per tahun	0,1583	4,5	0,7123
Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim untuk wisatawan nusantara syariah	0,1654	4,5	0,7443
Pengembangan wisata halal didukung oleh Pemda Pariwisata Provinsi Lampung	0,1749	4,3	0,7521

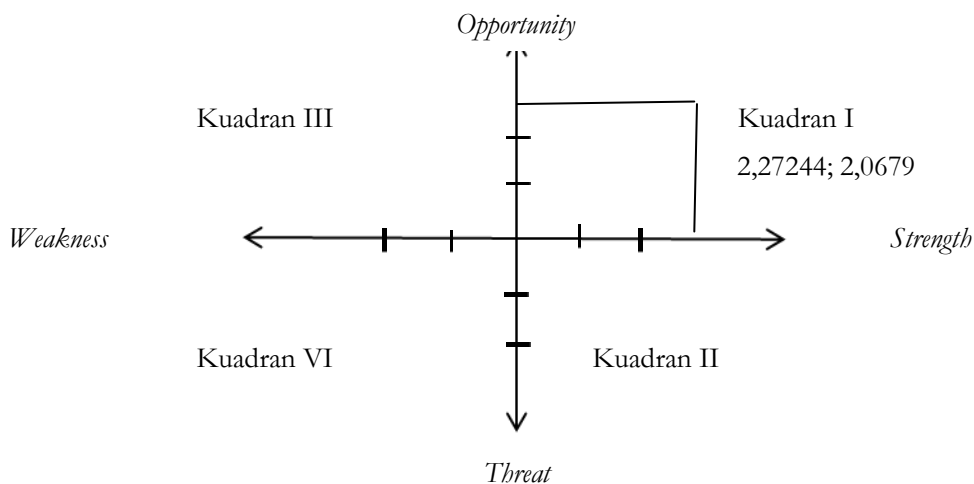
Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot (Rata-rata)	Rating (Rata-rata)	Skor
Total Skor Peluangan			2,947
Ancaman			
Beberapa daerah lain di Indonesia lebih siap menjadi destinasi wisata halal seperti NTT	0,1412	2,5	0,3533
Negara dengan penduduk non muslim sedang mempersiapkan diri menjadi destinasi wisata halal syariah seperti Jepang, Thailand dan Korea Selatan	0,1118	3	0,3354
Pandemi Covid-19 yang menyebabkan menurunnya wisatawan nusantara maupun mancanegara	0,07617	2,5	0,1904
Total Skor Ancaman			0,7891

Sumber : Penelitian lapangan data di olah (2022)

Berdasarkan IEF dan EEF maka didapatkan perhitungan strategi analisis SWOT dapat diperoleh sumbu x dan sumbu y agar terbentuk kuadrat SWOT. Sumbu x dirumuskan dengan total skor kekuatan (S) - total skor kelemahan (W) maka $3,061 - 0,78623 = 2,27477$. Sementara sumbu Y, dirumuskan dengan total skor peluang (O) - total skor ancaman (I) maka $2,947 - 0,8791 = 2,0679$.

Berdasarkan perhitungan tersebut terlihat bahwa poisis Pulau Pahawang terletak pada kuadrat I. Posisi ini menunjukkan bahwa Pulau Pahawang memiliki kekuatan dan memiliki peluang untuk menjadikan objek wisata pada kondisi yang kuat sehingga memungkinkan untuk melakukan pengembangan secara maksimal sebagai objek wisata halal di Kabupaten Pesawaran. Hal ini sebagaimana dapat dilihat di kuadran SWOT yang digambarkan pada gambar 2 berikut.

Gambar 2
Kuadrat SWOT Pulau Pahawang



Sumber: Penelitian Lapangan data di olah(2022)

Pembahasan

Berdasarkan analisis matriks SWOT, pembangunan wilayah destinasi pariwisata halal Pulau Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Pulau Pahawang dapat dirumuskan dalam 18 (delapan belas) alternatif strategi, yakni melalui Strategi S-O, Strategi W-O , Strategi S-T dan Strategi W-T sebagai berikut:

Strategi Strengths – Opportunities (S-O)

Strategi S-O (Kekuatan dan Peluang) merupakan penggabungan antara faktor internal kekuatan dan faktor eksternal peluang. Strategi ini merupakan strategi yang hanya menggunakan kekuatan untuk dapat mengambil keuntungan dari hasil peluang yang ada (Haryati, Wahid, and Prodi 2018). Strategi yang dihasilkan adalah:

- 1) Di setiap daya tarik wisata sebaiknya disediakan tempat ibadah (mushola) untuk memudahkan wisman dan wisnus.
- 2) Membuat paket-paket wisata halal untuk menarik wisman dan wisnus muslim.
- 3) Menjajagi kemungkinan membuka penerbangan internasional ke negara- negara muslim seperti Timur Tengah.
- 4) Bekerjasama dengan kementerian pariwisata menciptakan sistem sertifikasi halal/syariah untuk usaha pariwisata di Pulau Pahawang.
- 5) Menggunakan semua Media termasuk internet untuk promosi

Strategi Weakness – Opportunities (W-O)

Strategi W-O adalah strategi yang disusun untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Menurut Arifianto (2017) strategi W-O bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Strategi yang dihasilkan adalah :

- 1) Perbaiki fasilitas dan sarana pendukung pariwisata syariah seperti penyediaan rumah ibadah muslim, toilet bersih, rumah sakit, restoran, dan lain-lain.
- 2) Memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran dan rumah makan di Provinsi Lampung.
- 3) Mendorong dan memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran hotel di Provinsi Lampung.
- 4) Menyediakan pramuwisata yang mampu dan memahami kaidah-kaidah syariah melalui pelatihan dan pembekalan.
- 5) Memfasilitasi sertifikasi syariah/halal untuk usaha pariwisata lainnya seperti Biro Perjalanan Wisata, dan kolam renang.

Strategi Strengths – Threats (S-T)

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal bagi pembangunan Wilayah Kabupaten Pesawaran. Strategi S-T adalah strategi yang dirancang dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman (Wijaya 2017). Strategi yang dihasilkan adalah:

- 1) Menjadikan Negara di Asia sebagai *benchmark* dalam pengembangan wisata Halal di Provinsi Lampung.
- 2) Mengembangkan diferensiasi produk dengan atraksi wisata syariah berbasis kerifan lokal yang berbeda dan unik dibanding destinasi wisata syariah lain di Indonesia.
- 3) Objek pariwisata, transportasi publik toilet umum dan tempat ibadah wajib menyemprotkan disinfektan setiap harinya sesuai protokol kesehatan.
- 4) Terkait dengan pelayanan transportasi untuk satu tahun kedepan diberlakukan pemberian jarak fisik antar penumpang disetiap transportasi publik mulai pesawat terbang, bus dan kereta api.

Strategi Weakness – Threats (W-T)

Strategi W-T merupakan strategi yang diusulkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada. Strategi ini meminimalkan kelemahan dan

menghindari ancaman (Kanom and Darmawan 2020). Strategi yang dihasilkan adalah:

- 1) Melakukan promosi untuk wisatawan Timur Tengah dan provinsi lain yang mempunyai outbound 5 terbesar di Indonesia.
- 2) Melakukan branding yang menunjukkan kelebihan Provinsi Lampung sebagai destinasi wisata Halal berbasis kerukunan umat beragama dibanding provinsi atau daerah lain di Indonesia.
- 3) Tempat Pariwisata dan tempat penginapan/hotel harus ada fasilitas cek suhu badan sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku.
- 4) Tersedia fasilitas klinik standar sederhana di dekat tempat pariwisata yang di lengkapi ruang isolasi dan petugas medis dengan standar alat pelindung diri yang memadai untuk penanggung jawab ruang tersebut.

Berdasarkan total matriks IFE sebesar 3,84723 sementara total matriks EFE 3,8261. Dapat diketahui bahwa IFE lebih besar dibandingkan EFE, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan and Abidin (2020) artinya faktor internal lebih besar kekuatan dan kelemahan lebih besar daripada peluang dan ancaman yang dimiliki. Dari matriks IFE bagian kekuatan Pulau Pahawang sebagai salah satu destinasi wisata yang diincar wisatawan nusantara maupun mancanegara. Hal ini memberikan strategi kepada pengelola Pulau Pahawang untuk meningkatkan minat wisatawan agar berkunjung ke Pulau Pahawang, tentu dengan mengimplementasikan konsep wisata halal. Upaya yang dilakukan seperti memberikan fasilitas ibadah yang bersih dan berkualitas, memberikan layanan makanan dan minuman halal, dan pengalaman menyenangkan dan unik bagi wisatawan muslim yang berkunjung ke Pulau Pahawang. Zen et al dalam teorinya SWOT menjabarkan beberapa strategi dengan cara yang mudah dan menjanjikan untuk melakukan penilaian situasional (Zen et al. 2019).

Terlepas dari kekuatan yang dimiliki oleh Pulau Pahawang terdapat kelemahan, yakni pemandu wisata belum menerapkan prinsip-prinsip islami dalam mendampingi wisatawan misalnya tidak mendampingi sholat berjama'ah. Untuk memperbaiki kondisi ini, perlu kerja sama dari berbagai pihak diantaranya pengelola Pulau Pahawang dan dinas pariwisata dan ekonomi kreatif. Dinas pariwisata dan ekonomi kreatif memberikan pelatihan kepada pengelola Pulau Pahawang terkait dengan pelayanan konsep wisata halal, salah satunya mendampingi pengunjung untuk melaksanakan sholat berjama'ah.

Kesimpulan dan Saran

Keimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat 18 strategi pengembangan wilayah pariwisata halal di Pulau Pahawang kabupaten Pesawaran, yakni: (1) Di setiap daya tarik wisata sebaiknya disediakan tempat ibadah (mushola); (2) Membuat paket-paket wisata halal untuk menarik wisman dan wisnus muslim; (3) Menjajagi kemungkinan membuka penerbangan internasional ke negara-negara muslim seperti Timur Tengah; (4) Bekerjasama dengan kementerian pariwisata menciptakan sistem sertifikasi halal untuk usaha pariwisata di Pulau Pahawang; (5) Menggunakan semua media termasuk internet untuk promosi; (6) Perbaiki fasilitas dan sarana pendukung pariwisata syariah seperti penyediaan rumah ibadah muslim, toilet bersih, rumah sakit, restoran, dan lain-lain; (7) Memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran dan rumah makan di Provinsi Lampung; (8) Mendorong dan memfasilitasi sertifikasi halal untuk restoran hotel di Provinsi Lampung; (9) Menyediakan pramuwisata yang mampu dan memahami kaidah-kaidah syariah melalui pelatihan dan pembekalan, (10) Memfasilitasi sertifikasi syariah/halal untuk usaha

pariwisata lainnya seperti Biro Perjalanan Wisata, dan kolam renang; (11) Menjadikan negara di Asia sebagai *benchmark* dalam pengembangan wisata Halal di Provinsi Lampung; (12) Mengembangkan diferensiasi produk dengan atraksi wisata syariah berbasis kerifan local yang berbeda dan unik dibanding destinasi wisata syariah lain di Indonesia; (13) Objek pariwisata, transportasi publik toilet umum dan tempat ibadah wajib menyempatkan disinfektan setiap harinya sesuai protokol kesehatan; (14) Terkait dengan pelayanan transportasi untuk satu tahun kedepan diberlakukan pemberian jarak fisik antar penumpang disetiap transportasi publik mulai pesawat terbang, bus dan kereta api; (15) Melakukan promosi untuk wisatawan Timur Tengah dan provinsi lain yang mempunyai outbound 5 terbesar di Indonesia; (16) Melakukan branding yang menunjukkan kelebihan Provinsi Lampung sebagai destinasi wisata Halal berbasis kerukunan umat beragama dibanding provinsi atau daerah lain di Indonesia, (17) Tempat Pariwisata dan tempat penginapan/hotel harus ada fasilitas cek suhu badan sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku, dan (18) tersedia fasilitas klinik standar sederhana di dekat tempat pariwisata yang dilengkapi ruang isolasi dan petugas medis dengan standar alat pelindung diri yang memadai untuk penanggung jawab ruang tersebut.

Penelitian ini diharapkan mampu membantu pengelola dan pihak terkait untuk mewujudkan konsep wisata halal di Pulau Pahawang. Dengan demikian diperlukan sosialisasi dan pembinaan kepada masyarakat mengenai pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan wisata halal di Pulau Pahawang. Berdasarkan temuan penelitian ini, diharapkan pemerintah daerah Kabupaten Pesawaran khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran diharapkan dapat melaksanakan 18 alternatif strategi yang telah disusun sesuai dengan tingkat kepentingan dan prioritas masing-masing wilayah. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan analisis lebih luas dan adanya kebijakan-kebijakan baru terlebih maraknya penggunaan teknologi dalam wisata halal yang diharapkan dengan teknologi ini masyarakat lebih banyak berperan membantu penerapan wisata halal yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Al-Hamarneh, Ala. 2013. "International Tourism and Political Crisis in the Arab World – from 9/11 to the 'Arab Spring' The." *E-Review of Tourism Research (ERTR)* 10(5):4–18.
- Aldi, B. Elnath. 2015. "Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik." (2):56–72.
- Alvi, Nava Neilulfar, Isye Susana Nurhasanah, and Citra Persada. 2018. "Evaluasi Keberlanjutan Wisata Bahari Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran." *Plano Madani : Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota* 7(1):59–68. doi: 10.24252/planomadani.v7i1a6.
- Arifianto, Endra Yuafanedi. 2017. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dengan Pendekatan Pola Komunikasi Efektif Dalam Mewujudkan Konsep Malang Smart City." *Jurnal Komunikasi Global* 6(2):175–84.
- Bank Indonesia. 2022. "Sepuluh Langkah Strategis Mempercepat Pemulihan Dan Penguatan Pariwisata Nasional." *Bank Indonesia*. Retrieved October 28, 2022 (https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2426322.aspx).
- Bustamam, N., and S. Suryani. 2021. "Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau." *Jurnal Ekonomi KLAT* 32(2):146–62.
- Chookaew, Sureerat, Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, and Sudarat Nimpaya. 2015. "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for

- Muslim Country.” *Journal of Economics, Business and Management* 3(7):739–41. doi: 10.7763/joebm.2015.v3.277.
- David, Fred R. 2013. *Strategic Management: Concepts*. 14th ed. Boston: Boston: Pearson Education.
- Encyclopaedia Britannica. 2022. “Malay Archipelago.” *Britannica*. Retrieved October 28, 2022 (<https://www.britannica.com/place/Ternate-Island>).
- Haryati, Tati, Jumadil Wahid, and Prodi. 2018. “Jurnal Sketsa Bisnis.” *Sketsa Bisnis* 5(2):123–32.
- Hidayatullah, Indra. 2013. “Peran Pemerintah.” *Dinar* 1(2):77–90.
- Hindun, H. (Hindun). 2015. “Perencanaan Strategis Dan Prilaku Manajerial Lembaga-Lembaga Pendidikan.” *Al-Fikrah: Jurnal Kependidikan Islam LAIN Sulthan Thaba Saifuddin* 6(1):56645.
- Kanom, and Nurhalimah &. Randhi Nanang Darmawan. 2020. “Recovery Pariwisata Banyuwangi Pasca Covid 19.” *Media Bina Ilmiah* 15(3):4257–66.
- Kurniawan, Dhika Amalia, and Mohammad Zaenal Abidin. 2020. “Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo Melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS.” *Al Tjjarah* 5(2):93. doi: 10.21111/tjjarah.v5i2.3706.
- Lismanto, Lismanto, and Yos Johan Utama. 2020. “Membumikan Instrumen Hukum Administrasi Negara Sebagai Alat Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Perspektif Negara Demokrasi.” *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 2(3):416–33. doi: 10.14710/jphi.v2i3.416-433.
- Mashuri, Mashuri, and Dwi Nurjannah. 2020. “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing.” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1(1):97–112. doi: 10.46367/jps.v1i1.205.
- Muliarto, Hendro, Isye Susana Nurhasanah, and Citra Persada. 2017. “Analisis Program Pengembangan Ekowisata Di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.” 1–10.
- Pambudi, Andi Setyo, Muhammad Fikri Masteriarsa, Aditya Dwifabri, Christian Wibowo, Imroatul Amaliyah, Dan Adhitya, and Kusuma Ardana. 2020. “Majalah Media Perencana Perkumpulan Perencana Pembangunan Indonesia Volume.” *Majalah Media Perencanaan* 1(1):1–21.
- Pratiwi, Ade Ela. 2016. “Analisis Pasar Wisata Syariah Di Kota Yogyakarta.” *Revista CENIC. Ciencias Biológicas* 152(3):28.
- Priyadi, Unggul. 2016. *Parwisata Syariah (Prospek Dan Perkembangan)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Purwahita, A. A. A. Ribeka Martha, Putu Bagus Wisnu Wardhana, I. Ketut Ardiasa, and I. Made Winia. 2021. “The Impact of Covid-19 on Bali Tourism in Terms of the Social, Economic, and Environmental Sector (A Literature Review).” *Journal of Tourism Studies and Applied* 1(2):68–80.
- Rimet, Rimet. 2019. “Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat : Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threath.” *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 2(1):50–61. doi: 10.25299/syarikat.2019.vol2(1).3702.
- Setiawan, Iwan. 2019. “Potensi Destinasi Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi.” *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi_U)* 53(9):1689–99.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta: Bandung.
- Susanthiasih, Putri, and Rusliani. 2017. “Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Pulau Pahawang

- Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi Islam* 8(2):123–35.
- Umar, Husein. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, Oki. 2017. “Strategi Pengembangan Komoditas Pangan Unggulan Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Wilayah (Studi Kasus Di Kabupaten Batang, Propinsi Jawa Tengah).” *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* 3(1). doi: 10.18196/agr.3144.
- Wuryandani, Dewi, Niken Paramita Purwanto, Sahat Aditua Fandhitya Silalahi, Hilma Meilani, and Dewi Restu Mangeswuri. 2020. *Parwisata Halal: Potensi Dan Prospek*. 1st ed. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Yakup, Anggita Permata, and Tri Haryanto. 2021. “Pengaruh Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia.” *Bina Ekonomi* 23(2):39–47. doi: 10.26593/be.v23i2.3266.39-47.
- Zen, Rian, Dwi Andika M., and Qurtubi. 2019. “Perkembangan Penelitian Metode AHP SWOT: Studi Pendahuluan.” *1st Conference on Industrial Engineering and Halal Industries (CIEHIS)* 224–27.

● 15% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- Crossref database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Lies Maria Hamzah, Erlin Agustin. "Percepatan Pembangunan Ekonomi...	2%
	Crossref	
2	M Fajrin, Suyudi Arif, Yono Yono. "Analisis terhadap Penetapan Pengad...	2%
	Crossref	
3	Yonete Maya Tupamahu. "Strategi pemasaran produk kecap ikan (Stud...	1%
	Crossref	
4	Erwiantono Erwiantono, Heru Susilo, Anugrah Aditya, Qorih Saleha, An...	1%
	Crossref	
5	Siti Masrohatin, Rini Puji Astuti. "Optimalisasi Potensi Pertumbuhan Ek...	<1%
	Crossref	
6	Muhamad Derry Andian, Neli Aida. "Strategi Efektif Pengembangan Par...	<1%
	Crossref	
7	Ireine Gratia Palit, Celcius ., Talumingan, Grace A. J. Rumagit. "STRATE...	<1%
	Crossref	
8	Rusmiyati Rusmiyati. "Strategi Pengembangan Usaha Peternakan Aya...	<1%
	Crossref	
9	Hanan Nur Hasnah, Kusnandar Kusnandar, Setyowati Setyowati. "Strat...	<1%
	Crossref	

- 10 Niken Kusumawardani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusuna... <1%
Crossref

- 11 Abi Hanif Dzulquarnain. "Analisa Kekuatan Internal Dan Perubahan Eks... <1%
Crossref

- 12 Utami Anggraini, Slamet Muryono. "Pengelolaan Warkah Digital dan Pr... <1%
Crossref

- 13 Jefri Imbiri, Siti Rofingatun, Bill J. C. Pangayow. "PENGARUH INVENTA... <1%
Crossref

- 14 Ni Putu Tia Pratiwi Arta. "Strategi pemasaran dalam meningkatkan pen... <1%
Crossref

- 15 Ellen R. Sutrisno, Charles R. Ngangi, Caroline B. D. Pakasi. "ANALISIS S... <1%
Crossref

- 16 Eva Zuraidah. "Analisis Strategi PemasaranSparepart Kendaraan Meng... <1%
Crossref

- 17 Moch Faizal Rachmadi. "Analisis Optimalisasi Teknologi Digital di Era ... <1%
Crossref

- 18 "Proceedings of Tourism Development Centre International Conferenc... <1%
Crossref

- 19 Eric Ronaldo Paputungan, Arrazi Bin hasan Jan, Jessy Jousina Pondaa... <1%
Crossref

- 20 Heru Wahyudi, Dwi Asri Siti Ambarwati, Sipa Paujiah. "Pengolahan Am... <1%
Crossref

- 21 Agus Hasanudin. "RANCANG BANGUN PENGUATAN UMKM BERBASIS... <1%
Crossref

- 22 Arisandi Arisandi. "INKONSISTENSI KEBIJAKAN PENGGUNAAN JARIN... <1%
Crossref
-
- 23 Lilyk Eka Suranny. "PENGEMBANGAN WISATA DI KAMPUNG WAYANG... <1%
Crossref
-
- 24 Novia Cristi Lumika, Oktavianus ., Porajouw, Melissa L.G. Tarore. "STR... <1%
Crossref
-
- 25 Andhatu Achsa, Rian Destiningsih, Heni Hirawati. "Strategi Pemasaran ... <1%
Crossref
-
- 26 Dinda Delfi Permata Rambe, Fauzi Arif Lubis, Atika Atika. "Analisis Stra... <1%
Crossref
-
- 27 Ismi Ajeng, Rani Diana. "RUMUSAN STRATEGI BISNIS SUB TERMINAL ... <1%
Crossref
-
- 28 Muhammad Saleh, Kamaruzzaman Kamaruzzaman, Harjoni Desky. "Pe... <1%
Crossref
-
- 29 Saifuddin, Sofiyatul Mukarromah. "The Persepsi Masyarakat Terhadap ... <1%
Crossref