

Competitive strategy of halal tourism in Riau: opportunities and challenges

by PASCASARJANA UIR

Submission date: 06-Jan-2024 10:30AM (UTC+0700)

Submission ID: 2267182728

File name: Artikel_Publish_Sinta_3_Annisa.pdf (242.91K)

Word count: 5311

Character count: 33107

Competitive strategy of halal tourism in Riau: opportunities and challenges

Strategi kompetitif pariwisata halal di Riau: potensi peluang dan tantangan

Annisa Mardatillah

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu & Politik, Universitas Islam Riau, Bukit Raya, Pekanbaru, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

competitive strategy; halal certificate; halal tourism; tourism

Katakunci:

pariwisata; sertifikat halal; strategi kompetitif; wisata halal

DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v8i1.8494>

Corresponding Author:

Annisa Mardatillah
annisa.fisipol@soc.uir.ac.id

ABSTRACT

The halal tourism sector is currently a hot issue that is still being studied from various scientific approaches. Therefore, this study aims to systematically analyze the SWOT analysis of the results of identifying various internal and external factors of halal tourism in Riau Province. Then it is used in formulating a marketing strategy for halal tourism in Riau Province to achieve sustainable competitive advantage. The respondents of this study consisted of six people selected by the purposive sampling technique. The potential for unique values and originality from the historical background of Islam and Islamic Malay culture in Riau Province becomes a strong potential in responding to competition challenges in the halal tourism business sector. Observations, interviews, and documentation are used in collecting research data. The results of this study contribute to the determination of strategies for the growth and development of halal tourism in Riau Province to be increasingly competitive. Availability of Halal Certified and Availability of Islamic History and Cultural Attractions Based on Local Wisdom as an internal strengths can grow and develop as opportunity. Transportation connectivity is not optimal as a weakness need to develop in internal factor. Communication network need to grow and develop for gaining the threat.

HOW TO CITE ITEM

Mardatillah, A. (2023). Competitive strategy of halal tourism in Riau: opportunities and challenges. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(1). doi:<https://doi.org/10.26905/jpp.v8i1.8494>

ABSTRAK

Sektor pariwisata halal saat ini menjadi isu hangat yang masih dikaji dari berbagai pendekatan ilmiah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara sistematis analisis SWOT hasil identifikasi berbagai faktor internal dan eksternal pariwisata halal di Provinsi Riau. Kemudian digunakan dalam merumuskan strategi pemasaran wisata halal di Provinsi Riau untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Responden penelitian ini terdiri dari enam orang yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Potensi nilai keunikan dan orisinalitas dari latar belakang sejarah Islam dan budaya Islam Melayu di Provinsi Riau menjadi potensi yang kuat dalam menjawab tantangan persaingan di sektor bisnis pariwisata halal. Observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam penentuan strategi tumbuh dan berkembangnya pariwisata halal di Provinsi Riau agar semakin berdaya saing. Ketersediaan Sertifikat Halal dan Ketersediaan Atraksi Sejarah dan Budaya Islam Berbasis Kearifan Lokal sebagai Kekuatan Internal dapat tumbuh dan berkembang sebagai peluang. Konektivitas transportasi yang belum optimal menjadi kelemahan yang perlu dikembangkan dari faktor internal. Jaringan komunikasi perlu tumbuh dan berkembang untuk menjawab tantangan.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata halal saat ini menjadi isu hangat yang masih dikaji dari berbagai pendekatan ilmiah, tidak hanya dari perspektif agama tunggal tetapi juga dari perspektif bisnis dan pariwisata. Wisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata, terminologinya dikenal dengan beberapa istilah seperti *Islamic Tourism*, *Halal Tourism*, dan *Moslem Friendly Travel* (Adinugraha dkk., 2018). Namun, terminologi ini masih menjadi bahan perdebatan. Berdasarkan El-Gohary (2016), wisata halal dan wisata islami tidaklah sama. Wisata Islam menggambarkan indikasi bahwa kegiatan atau produk secara keseluruhan memenuhi syariat Islam yang berkaitan dengan akidah dan ajaran Islam. Istilah wisata Islam memberikan kesan bahwa kegiatan dan produk wisata tersebut hanya diperuntukkan bagi umat Islam, sedangkan non-Muslim tidak dapat mengonsumsi seluruh kegiatan dan produk wisata halal. Selanjutnya Yan & Zain (2017), menambahkan bahwa wisata halal adalah kegiatan wisata muslim yang tidak hanya berfungsi sebagai wisata religi wajib oleh umat Islam, tetapi wisatawan muslim melakukan perjalanan wisata untuk tujuan rekreasi sekaligus meningkatkan spiritualitas (Shur, 2020).

Wisata halal merupakan produk pelengkap dari pariwisata konvensional dimana konsep halal merupakan cara baru dalam mengembangkan pariwisata dengan mengedepankan nilai-nilai Islam dan budaya lokal tanpa menghilangkan nilai-nilai orisinalitas dan keunikan destinasi wisata (Hasan, 2017). Wisata halal ini menitikberatkan pada pelayanan wisata sesuai dengan acuan Islam sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan akan aktivitas wisata yang mengikuti gaya hidup dan pemenuhan kebutuhan wisatawan muslim saat berwisata.

Konsep kegiatan wisata halal bertujuan untuk membangun multikulturalisme dengan merancang semua kebutuhan wisatawan muslim di seluruh dunia yang didukung oleh berbagai fasilitas wisata mulai dari kebutuhan makanan dan minuman halal, penginapan halal, fasilitas rekreasi halal, dan sebagainya (Rethel, 2019). Sehingga destinasi wisata, fasilitas wisata, makanan, minuman, hingga perlengkapan ibadah tidak lagi menjadi masalah bagi wisatawan muslim selama perjalanannya karena wisatawan muslim menginginkan lebih banyak hotel dan resort yang didirikan dan dimiliki oleh umat muslim sehingga tidak ada lagi makanan dan minuman yang mengandung alkohol, tanpa alkohol. Ada klub malam, dan layanan dilakukan dengan menggunakan pakaian sederhana dan tertutup (Henderson, 2016).

Selanjutnya, saat ini banyak negara di dunia, khususnya di Indonesia, terus mengembangkan potensi wisata halal sebagai jenis wisata yang ramah bagi wisatawan muslim dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan non muslim. Pemerintah mengupayakan pengembangan wisata halal di Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dengan mengembangkan 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional mengacu pada standar *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Riau merupakan salah satu daerah di Indonesia yang masuk dalam 10 Destinasi Halal, selain Aceh, Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Sulawesi Selatan, dan Lombok.

Riau memiliki potensi wisata halal yang sangat besar karena mayoritas masyarakat Riau beragama Islam dan memiliki latar belakang budaya Melayu Islam yang kokoh. Sehingga diharapkan wisatawan tidak kesulitan mendapatkan pelayanan untuk kegiatan dan produk wisata halal di Riau. Selain itu, Riau memiliki banyak destinasi untuk bangunan Islam bersejarah seperti Keraton Siak, Masjid Agung An-nur, Masjid Agung Sultan Riau, Pulau Penyengat, dan masih banyak lagi. Ini merupakan peluang potensial bagi Riau untuk mengembangkan wisata halal. Menurut versi Muslim Travel Index (MTI), Riau menempati urutan ke-3 sebagai destinasi wisata halal di Indonesia setelah Nusa Tenggara Barat (NTB) sebagai peringkat pertama dan Aceh peringkat kedua pada 2019. Prestasi yang diraih Riau ini menjadi faktor *vital strength factor*.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Riau (BPS, 2020) Secara kumulatif selama tahun 2020 terjadi penurunan kunjungan wisman ke Riau sebesar 75,44% dibandingkan tahun 2019 akibat pengaruh pandemi Covid-19. Pasalnya, banyak negara yang melakukan *lock down* dan tidak membuka penerbangan internasional langsung ke Riau. Selain itu, kemampuan ekonomi masyarakat untuk berwisata saat ini juga sedang menurun. Kondisi ini merupakan tantangan dari faktor eksternal yang harus dihadapi. Namun, potensi peluang wisata halal di Riau masih sangat besar untuk terus dikembangkan (Bustamam & Suryani, 2021).

Merujuk Sofyan dkk., (2020) dalam Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (2020) menilai skor rata-rata aspek esensial pariwisata halal sebagai skor penentu ukuran indeks mengacu pada pasar global berdasarkan penetapan Global Muslim Travel Index (2019), Provinsi Riau mendapatkan skor rata-rata 3,35. Hal ini menunjukkan bahwa Provinsi Riau sudah di atas rata-rata dalam memenuhi empat aspek esensial standar indeks wisata halal, yaitu aspek Akses, Komunikasi, Lingkungan, dan Pelayanan. Namun, masih ada beberapa indikator yang belum terpenuhi secara optimal.

Aspek Pelayanan di Provinsi Riau terhadap ketersediaan makanan dan minuman halal serta hotel atau penginapan dan restoran yang memiliki label sertifikat halal sudah berada pada skor 5 mengacu pada Syafrida (2016) Hal ini merupakan faktor substansial dalam memberikan jaminan keamanan dan perlindungan produk halal bagi wisatawan yang transparan dan profesional. Masalah muncul dari akses dimana Provinsi Riau belum memiliki akses jalur rel meskipun sudah memiliki jalur transportasi lain. Berdasarkan Purwata (2018) Idealnya kemudahan transportasi wisata memberikan nilai pelayanan yang unggul dalam menghadapi persaingan dunia

pariwisata dalam memperoleh pangsa pasar pariwisata prioritas dalam pelayanan akses transportasi dengan segala bentuk kemudahan yang ditawarkan.

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa wisata halal hadir sebagai wadah untuk membangun multikulturalisme karena latar belakang agama masyarakat yang berbeda (Mujiburrahman., 2013). Namun penting diperhatikan bahwa esensi dari makna wisata halal tidak hanya memberikan pelayanan kegiatan dan produk wisata kepada umat Islam tetapi juga membuat masyarakat non-Muslim dapat mengenal dan memahami secara langsung peradaban Islam dan budaya Islam dengan nyaman. Wisata halal berkaitan dengan wisata budaya, yang menyediakan berbagai potensi budaya dan sejarah (Shur, 2020). World Tourism Organization (WTO) menjelaskan, penetapan segmentasi wisata halal terbatas pada wisatawan muslim dan nonmuslim yang ingin berwisata menikmati sejarah, keindahan alam lokal, dan nilai-nilai kearifan lokal.

Sifat pengembangan wisata halal bertujuan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan tentang berbagai karakter budaya dan kondisi daerah, yang tidak hanya untuk kesenangan tetapi juga untuk tujuan pendidikan (Shur, 2020). Hubungan antara wisatawan dan agama harus memberikan keramahan kepada wisatawan, terutama di daerah yang sebagian besar penduduknya beragama Islam. Hal penting yang harus diperhatikan pada kegiatan wisata halal bahwa umat Islam sebagai tuan rumah harus memberikan pelayanan terbaik untuk kegiatan dan produk wisata halal untuk memberikan kesan positif tentang Islam. Berdasarkan pendapat Chookaew (2015), terdapat delapan standar yang harus dipenuhi, yaitu: Pelayanan harus mengikuti prinsip-prinsip Islam, Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam, Mengatur semua kegiatan agar tidak melanggar prinsip-prinsip Islam, Bangunan harus mengikuti prinsip-prinsip Islam, Layanan restoran mengikuti internasional standar pelayanan halal, Standar sistem perlindungan keamanan transportasi, Menyediakan fasilitas tempat ibadah, Tujuan lokasi perjalanan tidak melanggar prinsip Islam.

Penelitian sebelumnya yang lain membahas tentang Pariwisata berkelanjutan adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing yang berkelanjutan melalui pengembangan, pemanfaatan, dan pemeliharaan sumber daya alam dan budaya (Chamdani, 2018). Pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk melaksanakan kegiatan pariwisata secara bertanggung jawab tanpa bersifat alami dan budaya serta mempromosikan penghormatan terhadap adat istiadat daerah tujuan wisata (Mahdayani., 2009). Konsep wisata halal dan wisata berkelanjutan memiliki latar belakang karakter yang sama, terutama dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam yang mengutamakan nilai-nilai pelestarian lingkungan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa wisata halal menawarkan konsep yang berbeda dengan konsep wisata pada umumnya, tidak hanya ditujukan untuk wisatawan muslim tetapi juga nyaman dinikmati oleh wisatawan non-muslim. Penelitian serupa masih terbatas yang membahas tentang keunggulan bersaing yang berkelanjutan dilihat dari potensi peluang dan tantangan wisata halal khususnya di Riau yang kurang memiliki potensi alam sebagai fokus nilai jual pariwisatanya. Selama ini orang cenderung menganggap Riau bukan daerah tujuan wisata yang kaya akan sumber daya alam, seperti Sumatera Barat, Bali, Nusa Tenggara Barat, dan sebagainya, sehingga kurang menjadi tujuan wisata. Namun, di sisi lain, potensi nilai unik dari latar belakang sejarah Islam dan budaya Islam Melayu yang terdapat di Riau menjadi peluang untuk menjawab tantangan selama ini.

Daya tarik wisata umumnya digunakan sebagai bentuk dasar yang menghubungkan bentuk daya tarik wisata halal. Berdasarkan Yoeti (2008), ada tiga bentuk utama daya tarik wisata, yaitu: a. Objek di alam semesta meliputi iklim (unsur matahari, kesejukan, dan hujan), bentang alam dan bentang alam, hutan, flora dan fauna, dan jasa alam untuk kesehatan (mata air panas); b. Hasil ciptaan akal budi manusia, seperti sejarah, budaya, unsur agama, dan lain-lain; c. Sistem tata kehidupan dalam masyarakat seperti adat budaya suku daerah tertentu.

Namun demikian, *Global Muslim Travel Index* (2019) memberikan persyaratan untuk pendekatan atraksi berbeda yang dikembangkan berdasarkan konsep *Faith-Based Service Need 2.0*, yaitu: a. *Need to Have*: Aspek ini berkaitan dengan kebutuhan dasar wisatawan yang harus disediakan di destinasi wisata. Seperti jaminan kehalalan makanan dan minuman yang esensial dalam pelayanan pariwisata halal, tersedianya fasilitas penginapan sesuai syariat Islam dan fasilitas tempat ibadah, dan No Islamophobia; b. *Good to Have*: Aspek ini berkaitan dengan standar pelayanan sekunder, misalnya faktor sosial yang merupakan bentuk kepedulian sosial terhadap wisata halal yang terkait dengan prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan. c. *Nice to Have*: Aspek ini merupakan level terakhir namun harus menjadi perhatian karena memberikan banyak keuntungan bagi wisatawan. Sebagai contoh,

Selanjutnya berdasarkan penetapan *Global Muslim Travel Index* (2019) mengenai dasar penentuan besaran indeks pariwisata halal dunia berdasarkan pasar global, terdiri dari empat aspek, yaitu: a. Akses adalah aspek yang menghubungkan supply dan demand seperti persyaratan visa, konektivitas, dan infrastruktur transportasi; b. Komunikasi merupakan aspek yang mengacu pada keterjangkauan media informasi online, kemudahan komunikasi, dan jejak digital terkait ketersediaan teknologi aplikasi komunikasi dan informasi untuk mendukung wisata halal; c. Lingkungan adalah aspek kondisi lingkungan di daerah tujuan wisata yang menjamin keamanan, kenyamanan beribadah, keramahan, teknologi, dan informasi tentang iklim pariwisata halal yang ideal; d. Pelayanan adalah mengikuti kebutuhan berdasarkan standar syariah, misalnya pemenuhan

kebutuhan primer dengan tersedianya makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah, fasilitas penginapan sesuai standar syariah internasional, menawarkan pengalaman unik dan berharga.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kekuatan, Kelemahan, Identifikasi Peluang dan Ancaman berbagai faktor internal dan eksternal wisata halal di Provinsi Riau. Hal ini digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran pariwisata halal di Provinsi Riau untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Studi ini mengeksplorasi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan mengenai potensi peluang dan tantangan pariwisata halal di Riau. Hal itu dilakukan untuk menggali lebih dalam peluang, tantangan, dan hambatan pariwisata halal di Riau untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dan kemudian digunakan dalam merumuskan strategi. Analisis ini menggunakan dasar yang logis dengan melihat kekuatan dan peluang (*opportunities*) dan juga melihat kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2013).

Responden dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik purposive sampling dengan alasan penentuan responden berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap paling berpengetahuan dan relevan dengan objek penelitian yang terdiri dari 6 orang yaitu dua pelaku usaha wisata halal, satu wisatawan lokal, dan satu orang wisatawan lokal. satu orang asing, satu tokoh masyarakat—terkait wisata halal, satu orang dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Sumber data lain diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dari literatur buku dan jurnal.

Tabel 1. Evaluasi Faktor Internal Matriks & Evaluasi Faktor Eksternal
IFE/EFE

Kuat (3.0-4.0) Sedang (2.00-2.99) Rendah (1.00-1.99)		
I	II	III
IV	V	VI
VII	VIII	IX

Sumber : (Rangkuti F., 2013)

Catatan :

- I,II,IV : Tumbuh dan Berkembang
- III,V,VII : Jaga dan pelihara
- VI,VIII,IX : Jual dan Divestasi

Tabel 1 merupakan matriks untuk mengetahui Rangkuman Analisis Faktor Strategis Internal, yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. EFAS = Ringkasan Analisis Faktor Strategis Eksternal, yang terdiri dari peluang dan ancaman bagi perusahaan. Matriks hijau menggambarkan tumbuh dan berkembang, matriks kuning menggambarkan merawat dan memelihara dan matriks merah menggambarkan menjual dan melepaskan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Wisata Halal di Provinsi Riau

Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Provinsi Riau selama tahun 2019 mencapai 142.673 orang. Data ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Riau tahun 2019, Bidang Pemberdayaan Sumber Daya Keimigrasian dan Pariwisata Riau, Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Wisatawan asing yang berkunjung ke Provinsi Riau masuk melalui beberapa jalur transportasi. Sebanyak 39.547 orang menggunakan transportasi udara. Selain itu, wisman masuk melalui jalur angkutan laut Pelabuhan Internasional Dumai sebanyak 11.091 orang, Pelabuhan Internasional Bengkalis sebanyak 4.445 orang, selanjutnya 1.127 orang menggunakan jalur pelabuhan Internasional Selat Panjang, dan sisanya menggunakan jalur pelabuhan lainnya sebanyak 95.436 orang.

Tabel 2. Strategi Analisis Faktor Internal (IFAS)

Faktor Internal		1	2	3	4	5	6	Total	Bobot	Peringkat	Bobot X Peringkat
Kekuatan											
1	Tersedianya Akses Transportasi Udara, Laut dan Darat	3	3	3	3	3	3	18	0,092	3	0,276
2	Tersedianya Acara Wisata Halal Ramah Muslim	3	4	4	3	4	3	21	0,110	3,5	0,385

3	Komitmen Mengembangkan Wisata Halal	3	3	3	3	4	4	20	0,103	3.3	0,339
4	Ketersediaan Fasilitas Ibadah, Restoran, Hotel dan Penginapan Bersertifikat Halal	4	3	4	3	4	4	24	0,123	4	0,492
5	Ketersediaan Atraksi Sejarah dan Budaya Islam Berdasarkan Kearifan Lokal	4	3	4	3	4	4	24	0,123	4	0,492
Total								107	0,551		1,984
Kelemahan											
1	Konektivitas transportasi belum optimal	2	2	2	2	2	1	11	0,056	1.8	0,100
2	Pemandu wisata muslim belum optimal.	2	3	3	3	2	2	15	0,080	2.5	0,125
3	Pemandu Wisata belum tersertifikasi sebagai kompetensi standar pariwisata Islam internasional.	4	3	3	4	4	3	21	0,108	3.5	0,378
4	Agen perjalanan halal belum bersertifikat standar pariwisata Islam internasional.	4	4	4	4	3	3	22	0,113	3.6	0,407
5	Ketersediaan jaringan komunikasi elektronik tidak merata.	3	3	3	3	3	3	18	0,092	3	0,276
Total								87	0,449		1,286
Total								194	1		3,27

Sumber : Pengolahan Data (2022)

Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Riau dilihat dari latar belakang kebangsaannya, berasal dari Malaysia sebanyak 78.938 orang, Singapura sebanyak 11.959 orang, Taiwan 903 orang, China 2.258 orang, India sebanyak 4.106 orang, Filipina 986 orang, Korea Selatan sebanyak 478 orang, Arab Saudi sebanyak 67 orang. Bahkan dari Amerika, Australia, dan Eropa, jumlah kunjungan dari Amerika 2.876 orang, Australia 1.381 orang, Inggris 1.064 orang, dan sisanya dari negara lain sebanyak 37.658 orang. Jumlah kunjungan ini melebihi target Dinas Pariwisata Provinsi Riau pada tahun 2019 bahkan meningkat dibandingkan tahun 2018. Tabel 2 faktor internal pariwisata halal Provinsi Riau menunjukkan skor 3,27 yang artinya berada pada level solid untuk pertumbuhan dan perkembangan.

Berdasarkan Bahardeen dkk, (2021) dalam penetapan Global Muslim Travel Index 2019 mengenai aspek esensial pariwisata halal sebagai skor penentu ukuran indeks mengacu pada pasar global, Provinsi Riau memperoleh skor rata-rata 3,35. Skor rata-rata 3,35 diperoleh dari laporan pengembangan pariwisata ramah Muslim regional yang dilakukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Islam pada tahun 2020 (Sofyan dkk., 2020). Dilihat dari aspek akses, Provinsi Riau memiliki akses jalur transportasi udara dari Bandara Internasional Syarif Kasim II dengan kapasitas 8 juta penumpang/tahun. Selanjutnya ketiga bentuk atraksi tersebut pada hakikatnya memiliki kesamaan dengan sifat wisata halal yang pada hakikatnya memiliki nilai ibadah dan memiliki keterkaitan dengan aspek muamalah, yaitu dapat memberikan pendapatan berupa pendapatan bagi masyarakat, swasta, dan masyarakat. pemerintah. Selanjutnya pengembangan daya tarik destinasi wisata di suatu kawasan harus mengandung tiga unsur: 1. Sesuatu untuk dilihat, berupa bentuk alam, kreasi, dan sistem budaya; 2. Sesuatu yang dibeli, unik dan menarik, dapat dibeli sebagai oleh-oleh di suatu daerah tujuan wisata; 3. Something to do memiliki tujuan agar wisatawan melakukan sesuatu yang bermanfaat dan memberikan perasaan senang dan senang (Yoeti, 2008).

Akses transportasi laut melalui Pelabuhan Internasional Dumai dan Selat Panjang serta kawasan transportasi darat, sedangkan akses transportasi kereta api belum tersedia di Provinsi Riau, namun hal ini sudah termasuk dalam perencanaan pembangunan. Hal ini menunjukkan bahwa akses wisata halal di Provinsi Riau merupakan satu-satunya kondisi yang rendah untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk berkunjung dengan beberapa alternatif transportasi yang tersedia, walaupun masih belum optimal. Sementara itu, Purwata (2018) menyatakan bahwa kemampuan aksesibilitas transportasi pariwisata yang terkoneksi secara optimal antara udara, laut, dan darat dapat menjadi pelayanan unggulan yang menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata.

Aspek komunikasi di Provinsi Riau sudah memiliki Muslim Visitor Guide dengan dua bahasa yaitu bahasa Inggris dan bahasa Arab. Provinsi Riau memiliki aspek Stakeholder Education dengan skor 3 karena

memiliki 7 (tujuh) workshop sosialisasi pariwisata ramah muslim. Sedangkan untuk Market Outreach, Provinsi Riau mendapat nilai lima karena telah menyelenggarakan 16 acara/Festival Muslim Friendly dan telah menggunakan sarana promosi seperti leaflet, brosur, dan booklet yang diterbitkan pada saat acara promosi pariwisata. Provinsi Riau memiliki pemandu wisata dengan kemampuan bahasa Inggris dan Arab sebanyak 115 orang dan telah melakukan promosi di media digital dengan intensitas posting 2.535 kali tentang mempromosikan pariwisata ramah Muslim.

Pemanfaatan *digital marketing* dalam kegiatan promosi memberikan kemudahan dalam menjangkau target pasar yang lebih cepat dan luas sehingga target pasar lebih mudah mengenali wisata halal di Provinsi Riau. Hasil penelitian ini mengikuti Hidayat & Tobing (2012) bahwa pemasaran digital menggunakan media sosial sebagai pasar dan memiliki target pasar dan dapat menjelajahi bisnis pemasaran dengan menemukan jutaan pelanggan dari kelompok yang lebih spesifik dengan pelanggan pendekatan global yang dekat dengan objek. Bisnis.

Aspek lingkungan wisata halal Provinsi Riau memiliki komitmen wisata halal dengan membuat Peraturan Daerah Kota dan Provinsi tentang wisata halal tahun 2019. Selain itu juga melakukan beberapa kegiatan strategis dengan menjalin kerjasama dengan Kementerian Pariwisata, kerjasama dengan perusahaan transportasi laut, Majelis Bandar Raya Johor Bahru Malaysia, dan menyusun Peraturan Pengembangan Pariwisata Ramah Muslim.

Provinsi Riau memiliki skor tertinggi pada aspek pelayanan, yaitu mendapatkan skor 5 untuk setiap indikator. Ada enam belas (16) restoran bersertifikat halal di Provinsi Riau, dua ribu tiga ratus dua puluh (2.321) restoran halal yang diklaim sendiri, dan dua belas (12) gerai makanan dan minuman bersertifikat halal. Menurut prinsip Islam, fakta ini menunjukkan faktor kekuatan dari aspek pelayanan ketersediaan makanan dan minuman halal. Selain aspek pelayanan ketersediaan fasilitas rumah ibadah umat Islam, Provinsi Riau memiliki dua puluh tujuh ribu seratus delapan puluh delapan (27.188) masjid dan lima puluh lima mushola sebagai daya tarik wisata unggulan ketersediaan mushola di Bandara Internasional. Ketersediaan fasilitas penginapan di Provinsi Riau terdapat 2 (dua) hotel syariah,

Komitmen penyediaan dapur bersertifikat halal di penginapan atau hotel dan restoran di destinasi wisata halal di Provinsi Riau bermanfaat bagi wisatawan untuk menjamin kehalalan produk. Hal ini sejalan dengan Syafrida (2016) dan penjelasan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Produk Jaminan Halal. Jaminan kehalalan produk dilaksanakan sebagai prinsip perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalisme. Wisatawan mendapatkan jaminan atas penyelenggaraan produk halal, yang memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal untuk dikonsumsi dan digunakan selama perjalanan wisata halalnya.

Selanjutnya berdasarkan ketersediaan layanan atraksi, Provinsi Riau memiliki tujuh puluh empat (74) situs budaya Islam dan seratus dua puluh satu (121) jenis atraksi budaya dan atraksi lokal yang menganut nilai-nilai kearifan lokal Islam. Budaya Melayu sebanyak tiga puluh delapan (38) atraksi. Berdasarkan fakta bahwa skor rata-rata mengacu pada Chookaew (2015) Berdasarkan penelitian, Provinsi Riau telah memenuhi delapan (8) standar pengukuran wisata halal dalam sistem administrasi dan pengelolaannya. Hal tersebut merupakan faktor kekuatan internal yang akan meningkatkan daya saing Provinsi Riau dalam wisata halalnya.

Peluang dan Tantangan Wisata Halal Riau

Provinsi Riau memiliki letak yang sangat strategis dekat dengan negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia serta didukung dengan akses transportasi yang memadai untuk menarik wisatawan mancanegara. Selain itu, Provinsi Riau memiliki keragaman destinasi wisata berbasis religi, sejarah dan budaya, alam, bahari, dan masih banyak lagi.

Peluang wisata halal di Riau berdasarkan observasi penelitian menunjukkan adanya keunikan destinasi wisata halal di Riau yang memberikan daya tarik tertentu, misalnya dilihat dari potensi peluang yang berlatar belakang sejarah budaya Melayu Islam yang didukung dengan banyaknya bangunan bersejarah Melayu Islam. dan pesona atraksi budaya Islami. Selain itu, penduduk Riau yang mayoritas beragama Islam memberikan keuntungan dan kemudahan dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman bersertifikat halal, penginapan atau hotel sesuai syariat Islam, tempat ibadah bagi umat Islam, dan pelayanan fasilitas umum halal. destinasi wisata yang mengutamakan keramahan dan penampilan serta penampilan yang lebih tertutup. Sopan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Tersedianya sertifikat halal di restoran, hotel, dan jasa penginapan dalam menyajikan makanan dan minuman halal menjamin perlindungan dan keamanan (Syafrida, 2016). Berdasarkan Jaelani (2017) bahwa kegiatan dan produk wisata halal bukan hanya sekedar kegiatan ziarah.

Dari sisi bisnis, hal ini dapat melahirkan semangat para pelaku usaha dalam mendukung layanan wisata halal untuk menghasilkan produk halal yang inovatif untuk memenuhi tuntutan kebutuhan wisatawan. Menurut penelitian oleh Battour & Ismail (2016). Kondisi tersebut dapat memberikan peluang bagi agen perjalanan halal di berbagai bidang untuk menawarkan fasilitas wisata halal yang dibutuhkan pasar.

Tabel 3. Strategi Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor Eksternal		1	2	3	4	5	6	Total	Bobot	Peringkat	Bobot X Peringkat
Peluang											
1	Latar Belakang Sejarah dan Budaya Melayu Islam	4	4	4	4	4	4	24	0,130	4	0,52
2	Keanekaragaman aktivitas, atraksi, dan produk wisata halal	4	4	4	3	4	4	23	0,122	3.8	0,463
3	Dukungan Pemerintah	3	3	3	3	3	4	19	0,100	3.1	0.31
4	Lokasi strategis	3	3	3	4	3	4	20	0.106	3.3	0.349
5	Akses transportasi	3	3	3	3	3	3	18	0,096	3	0.288
Total								104	0,554		1.93
Ancaman											
1	Masalah Pemasaran (Promosi)	2	3	2	3	3	3	16	0,085	4	0.34
2	Jaringan komunikasi	3	2	2	2	2	2	13	0,070	2.1	0,147
3	Kompetisi	3	3	3	3	2	3	17	0,090	2.8	0,252
4	Keterbatasan pemandu wisata bersertifikat internasional Islam	3	3	3	3	3	3	18	0,100	3	0,3
5	Anggaran pengembangan pariwisata halal	3	3	3	3	3	4	19	0.101	3.1	0.313
Total								83	0,446		1,352
Total								187	1		3.28

Sumber : Pengolahan Data (2022)

Tabel 3 faktor eksternal menunjukkan skor 3,28 yang signifikan pada tingkat pertumbuhan dan perkembangan. Berdasarkan wawancara penelitian dengan informan pengusaha UMKM, mereka menyatakan antusias dalam mendukung keunggulan bersaing berkelanjutan dalam wisata halal di Provinsi Riau. Para pelaku usaha semakin bersemangat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam memberikan pelayanan, kegiatan, dan produk halal untuk wisata halal di Riau. Terbuka peluang untuk melakukan kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemahaman sertifikasi halal tidak hanya untuk produk makanan dan minuman serta hotel dan penginapan, tetapi juga terkait sertifikasi halal mengenai kompetensi pelayanan dan tata cara kegiatan atraksi budaya sesuai standar internasional Islam.

Tantangan pengembangan wisata halal di Provinsi Riau dihadapkan pada beberapa poin penting, seperti masalah pemasaran, masalah akomodasi, dan infrastruktur, kurangnya ketersediaan agen biro perjalanan bersertifikat halal, minimnya jumlah hotel syariah, hingga masalah aksesibilitas. tersedianya jaringan komunikasi elektronik yang belum merata di seluruh provinsi. Destinasi wisata halal di Provinsi Riau.

Tantangan dalam masalah pemasaran bermasalah karena tuntutan wisatawan muslim yang berbeda dengan wisatawan non muslim sehingga wisatawan non muslim dapat membatalkan perjalanan ke destinasi wisata jika tidak ada atribut khusus (Battour & Ismail, 2016). Sehingga hal ini menjadi tantangan yang memerlukan strategi bagaimana memberikan pelayanan kepada wisatawan non muslim tanpa bertentangan dengan konsep wisata halal di Provinsi Riau. Namun tantangan ini menjadi peluang bisnis bagi para pelaku usaha wisata halal dengan mengedepankan ide-ide kreatif dan inovatif serta fleksibel dalam memberikan pelayanan untuk berbagai kebutuhan wisatawan muslim maupun non muslim.

Berdasarkan skor hitungan faktor internal dan faktor eksternal, posisi wisata halal di Provinsi Riau berada pada kuadran I, II, dan IV, seperti terlihat pada Gambar 1.

Kekuatan (3.0-4.0) Sedang (2.00-2.99) Rendah (1.00-1.99)		
I (Tumbuh dan Berkembang)	II (Tumbuh dan Berkembang)	III (Merawat dan Menjaga)
IV (Tumbuh dan Berkembang)	V (Merawat dan Menjaga)	VI (Jual dan Divestasi)
VII (Merawat dan Menjaga)	VIII (Jual dan Divestasi)	IX (Jual dan Divestasi)

Gambar 1. Hasil Matriks IFAS/EFAS

Sumber : Pengolahan Data (2022)

Tabel 4 . Strategi Alternatif

Strategi SO (Mendukung Pertumbuhan)	Strategi ST (Diversifikasi)	Strategi WO (Strategi Turn-Around)	Strategi WT (Strategi Defensif)
Meningkatkan ketersediaan akses Transportasi Udara, Laut dan Darat	Meningkatkan event dan produk wisata Halal Berbasis Latar Belakang Sejarah dan Budaya Melayu Islam	Memberikan pelatihan Keterbatasan Pemandu Wisata Bersertifikat Internasional Islam	Mengikuti kondisi ekonomi, budaya, gaya hidup konsumen, peraturan, untuk merumuskan rencana pengembangan bisnis Pertahankan peraturan pemerintah
Meningkatkan Ketersediaan Acara Wisata Halal Ramah Muslim	Keanekaragaman aktivitas, atraksi, dan produk wisata halal	Meningkatkan infrastruktur jaringan pemasaran dan teknologi sistem informasi	Meningkatkan kuantitas dan kualitas The Tour Guide bersertifikat kompetensi standar pariwisata Islam internasional.
Meningkatkan Komitmen Mengembangkan Wisata Halal	Dukungan Pemerintah	Meningkatkan pendanaan ekuitas keuangan	Meningkatkan jaringan komunikasi
Meningkatkan promosi kreatif dengan memperluas jangkauan jaringan kemitraan distribusi pemasaran	Menggunakan kekuatan reputasi yang baik untuk menjaga citra merek	Meningkatkan konektivitas Transportasi	

Sumber : Pengolahan Data (2022)

Posisi hasil matriks IFAS/EFAS pada Gambar 1 menunjukkan pemaknaan wisata halal di Provinsi Riau pada level intens dengan skor di atas 3,0-4,0 dan Tabel 3 menunjukkan alternatif strategi. Strategi yang harus dilakukan adalah dengan melakukan strategi menumbuhkan dan mengembangkan potensi faktor kekuatan dan peluang meskipun terdapat kelemahan dan ancaman. Pariwisata halal di Provinsi Riau harus lebih meningkatkan strategi pemasarannya dengan melakukan promosi secara efektif dan efisien, meningkatkan kemampuan pelayanan pariwisata sesuai standar pelayanan pariwisata syariah internasional yang profesional.

KESIMPULAN

Penelitian ini menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data penelitian. Strategi pemasaran yang direkomendasikan adalah strategi pertumbuhan dan pengembangan dengan meningkatkan pangsa pasar. Aksesibilitas bersertifikat Halal dan Aksesibilitas Sejarah Islam dan Atraksi Sosial. Berdasarkan lingkungan sebagai kualitas Dalam dapat dikembangkan dan diciptakan sebagai peluang. Jaringan komunikasi harus dikembangkan dan diciptakan untuk menghindari risiko sulitnya melakukan interaksi dalam aktivitas wisata. Kegiatan pemasaran melalui promosi yang lebih intensif, optimalisasi ide-ide kreatif dan inovatif dalam merancang produk dan layanan wisata halal yang baru dan fleksibel diperlukan untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan berwisata tidak hanya bagi wisatawan muslim tetapi juga bagi wisatawan non muslim.

Kontribusi penelitian ini memberikan hasil analisis faktor internal dan eksternal untuk strategi merumuskan strategi pertumbuhan dan pengembangan pariwisata halal di Provinsi Riau. Kontribusi ini akan sangat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian bagi peneliti selanjutnya dalam mengatasi masalah yang sama secara lebih efektif dan efisien. Selain itu, strategi peningkatan kompetensi kompetensi pelayanan yang berstandar wisata halal internasional ramah muslim untuk menarik potensi pasar global yang lebih luas agar lebih berdaya saing secara berkelanjutan..

DAFTAR RUJUKAN

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Kadarningsih, A. (2018). *Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia*. HUMAN FALAH.
- Al Hasan, F. A. (2017). Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah) [Organizing Halal Tourism in Indonesia (Analysis of DSN-MUI Fatwa on Guidelines for Organizing Tourism Based on S. Al-Ahkam, 2(1), 59–77. <https://www.researchgate.net/publication/323960421>
- Badan Pusat Statistik Riau. (2020). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Riau*.

- Bahardeen et al. (2021). *Mastercard and Crescent Rating Global Muslim Travel Index*. GMTI 2021.
- Battour, M, dan Ismail, M. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. . *Tourism Management Perspective*, 19:, 150–154.
- Bustamam, N., & Suryani, S. (2021). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2), 146–162. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839>
- Chamdani, U. (2018). *Dimensi-dimensi Pariwisata Berkelanjutan*. Deepublish.
- Chookaew, S., et al. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Cpuntry. *Journal of Economics, Business and Management*.
- El-Gohary, H. (2016). Halal Tourism, is it Really Halal?. *Tourism Management Perspective.*, 19, 124–130.
- Henderson, J. C. (2016). Muslim travellers, tourism industry responses and the case of Japan. *Tourism Recreation Research*.
- Hidayat, N. K., & Tobing, R. (2012). Enhancing Netizen As A Digital Marketing Activity Toward Strategic Branding: A Case Study of “XYZ” Brand. *The Winners*, 13(1), 58. <https://doi.org/10.21512/tw.v13i1.668>
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *SSRN Electronic Journal*, 76237. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>
- Mahdayani. (2009). *Ekowisata Panduan Dasar Pelaksanaan. Nias Selatan: NESCO dan Dinbudpar Nias Selatan*.
- Mujiburrahman. (2013). *Islam Multikultural Hikmah, Tujuan, dan Keanekaragaman dalam Islam*. ADDIN,.
- Purwata, I. K. (2018). Aksesibilitas Transportasi Pariwisata Terkoneksi Darat, Laut Dan Udara. *Media Bina Ilmiah*.
- Rangkuti F. (2013). *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rethel, L. (2019). Corporate Islam, Global Capitalism and the Performance of Economic Moralities. *Journal New Political Economy*, 350-364.
- Riyanto Sofyan, et. al. (2020). Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah. In *Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS).
- Shurur, F. (2020). Wisata Halal : Konsep dan Aplikasi. In *Pembelajaran Kontekstual* (Issue January 2015). Alauddin University Press.
- Syafrida. (2016). Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *ADIL: Jurnal Hukum*, 7(2).
- Yan, S.Y., Zahari, N.A., & Zain, N. M. (2017). Halal Tourism: A New World for Tourism Industry. *International Journal of Asian Social Science*.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.

Competitive strategy of halal tourism in Riau: opportunities and challenges

ORIGINALITY REPORT

11%	11%	2%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

4%
★ repository.uin-alauddin.ac.id
Internet Source

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		