

INDUSTRI WISATA HALAL DI SUMATERA BARAT: POTENSI, PELUANG DAN TANTANGAN

ROZALINDA

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: rozalinda@uinib.ac.id

NURHASNAH

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: nurhasnahnur@gmail.com

SRI RAMADHAN

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
E-mail: sriramadhan@uinib.ac.id

Abstract

The aim of this research is to map the economic potential of the development of halal tourism in West Sumatra, and analyze the opportunities and challenges of developing halal tourism in West Sumatra. This research uses mixed methods. The location of the study was conducted in West Sumatra Province. Data collection techniques were carried out through observation, questionnaires, interviews, and documentation data. The data analysis technique uses SWOT analysis. The results of the study show that West Sumatra has a very potential halal tourist destination. Tourist attractions in West Sumatra are one of the most popular tourist destinations in Indonesia. Supported by a variety of facilities supporting the halal tourism industry including the availability of good sharia-compliant hotels, comfortable worship facilities, and the availability of halal culinary centers. Tourism is one of the contributors to local revenue sources (PAD).

Keywords: Halal Tourism, Sharia Tourism, West Sumatra

PENDAHULUAN

Saat ini konsep syariah telah menjadi tren dalam ekonomi global, mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan, hingga gaya hidup. Sebagai tren baru gaya hidup, banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisatanya dengan konsep halal dan Islami. Pariwisata Halal adalah segmen pasar yang berkembang pesat tidak hanya di negara-negara Muslim tetapi secara global (Chookaew, et. al. 2015). Bahkan, negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia

Baru, dan sebagainya yang notabene bukan negara mayoritas berpenduduk muslim turut membuat produk wisata syariah. Saat ini pemerintah Thailand terus mempromosikan pengembangan pariwisata di berbagai tujuan wisata di seluruh negeri. Pemerintah Thailand terus mempromosikan pengembangan pariwisata di berbagai tujuan wisata di seluruh negeri. Karena tingginya permintaan dari masyarakat Muslim terhadap layanan halal, sangat penting bagi Thailand untuk mengembangkan konsep bisnis pariwisata halal. Karena pariwisata halal akan langsung

memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Pengembangan pariwisata halal di Thailand memfokuskan pada layanan hotel halal, makanan halal dan layanan spa halal. Itu akan menjadi salah satu produk unggulan untuk industri pariwisata di Thailand.

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Tidak hanya memiliki keindahan dan kekayaan alam yang tersebar di seluruh 17 ribu gugusan pulau. Indonesia juga memiliki aneka kebudayaan, ragam bahasa dan kearifan lokal yang begitu menarik untuk dilirik. Dengan ditetapkannya pariwisata sebagai leading sector, sektor pariwisata telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian; meningkatnya pertumbuhan ekonomi, penerimaan devisa, dan penyerapan tenaga kerja. Hasil Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Salah menyatakan sektor pariwisata menjadi sektor yang penting dalam pertumbuhan ekonomi. Pada tahun 2016 pariwisata Indonesia mempunyai peran terhadap 4,13% PDB nasional. Jumlah devisa tahun 2017 dari sektor pariwisata adalah 205,04 triliun, sementara itu tenaga kerja yang diserap sektor pariwisata sebanyak 12 juta orang.

Salah satu destinasi wisata yang sedang dilirik di Nusantara adalah Sumatera Barat (Haitami, 2014). Dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat pada tahun 2014 mencapai 56.111 ribu kunjungan. Angka ini naik 22,59 persen dibandingkan jumlah kunjungan wisman pada tahun 2013, yaitu sebanyak 48.710 juta kunjungan. Sepanjang 2015, jumlah wisman yang berkunjung ke Sumatera Barat mencapai 48.773 ribu orang.

Kunjungan wisman ke Sumatera Barat dari tahun 2011-2014 meningkat pertahunnya hingga mencapai 56.111 ribu kunjungan yang tercatat di beberapa instansi. Akan tetapi terlihat sedikit penurunan pada tahun 2015 menjadi 48.773 ribu angka pada tahun ini terlihat lebih kecil dari pada tahun 2014. Negara terbanyak melakukan kunjungan ke Sumatera Barat ialah negara Malaysia, Australia dan Singapura. Malaysia melakukan kunjungan hingga tahun 2014 tercatat 43.588 ribu kunjungan. Australia melakukan kunjungan mencapai 2.344 ribu kunjungan tercatat pada tahun 2014.

Ini membuktikan bahwa Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan utama pariwisata di Indonesia. Di daerah ini banyak terdapat objek wisata yang menarik. Sampai tahun 2017 objek wisata yang dapat dikunjungi berjumlah 688 lokasi yang tersebar di kabupaten dan kota di seluruh wilayah Provinsi Sumatera Barat (Yulfian, 2017). Di samping itu, Sumatera Barat memiliki hampir semua jenis wisata, wisata alam seperti laut, pantai, danau, gunung, dan ngarai. Selain itu pariwisata Sumatera Barat juga banyak menjual wisata budaya, seperti festival tabuik, wisata kuliner seperti festival rendang. Di daerah ini sering diadakan berbagai festival dan *event* internasional, seperti lomba balap sepeda (*Tour de Singkarak*), *event* paralayang, *event fly for fun in lake Maninjau*, serta kejuaraan selancar mentawai *international pro surf competition*. Hal ini menjadi pendorong datangnya wisatawan ke Sumatera Barat.

Di Samping itu, Sumatera Barat merupakan surga kuliner di Indonesia, ada banyak sekali hidangan yang menjadi favorit bagi wisatawan

yang pernah berkunjung, bahkan 'Nasi Padang' pun berhasil memikat lidah wisatawan termasuk wisatawan asal Norwegia yang menjadi viral dengan lagu *Nasi Padang*-nya. Kuliner Minang atau juga sering disebut Masakan Padang memang kaya rasa dan sangat bervariasi salah satunya tentu saja Rendang yang pernah dinobatkan sebagai "The Most Tastiest Food in the World" oleh CNNGo. Selain cita rasa, jaminan halal juga menjadi faktor Sumatera Barat memenangkan "World Best Halal Culinary Destination".

Sebagai daerah yang memiliki *icon budaya* "adat basandi syarak syarak basandi kitabullah" Sumatera Barat yang memiliki potensi untuk mengembangkan pasar pariwisata syariah atau *halal tourism*. Wisata halal adalah kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi dan industri pariwisata yang menyiapkan fasilitas produk, pelayanan, dan pengelolaan pariwisata yang memenuhi unsur syariah. Adapun maksud lain dari wisata halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syari'at Islam sebagai landasan dasarnya (Widagdyo, 2015). Nilai syari'at Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim sebagai acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata.

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha wisata halal sudah dikukuhkan dengan adanya nota kesepahaman antara Kemenparekraf dengan DSN-MUI No. 11/KS. 001/W.PEK/2012 dan No. B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syari'ah. Adapun fatwa DSN MUI NO: 108 / DSN-MUI/X/2016

tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah menetapkan bahwa Wisata Syariah adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Sementara itu, Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah. Fokus penelitian wisata halal ini adalah bentuk wisata yang memberikan pelayanan kepada wisatawan sesuai dengan dengan prinsip syariah. Mulai dari makanan dan minuman yang disajikan halal, tersedianya fasilitas ibadah bagi wisatawan muslim, tersedianya hotel atau penginapan yang menyediakan fasilitas ibadah, dan atraksi yang disuguhkan sesuai dengan prinsip prinsip syariah.

Sumatera Barat sebagai daerah yang menerapkan *adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah* mencanangkan pengembangan pariwisata syariah di seluruh destinasi wisatanya. Seluruh pemerintah kabupaten dan kota mendukung menjadikan Sumatera Barat sebagai destinasi wisata halal dunia, seperti yang telah dilakukan Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Aceh. Penetapan ini dilakukan, terkait penetapan positioning sesuai karakter wisatawan yang berkunjung sebelum mengembangkan pariwisata di daerah ini.

Pengakuan sebagai destinasi wisata halal sudah diserahkan pada tanggal 7 Oktober

2016 di Gedung Sapta Pesona dalam malam anugerah Wisata Halal 2016. Hal ini ditetapkan dan disampaikan langsung kepada Menparekraf Arief Yahya yang berkunjung ke Sumatera Barat waktu itu, dalam Rakor Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dengan kabupaten kota se-Sumatera Barat tentang "Pariwisata Potensi Ekonomi Sumatera Barat Masa Depan". Pada Kesempatan itu Sumatera Barat ditetapkan sebagai salah satu daerah yang menjadi tujuan wisata halal kelas dunia, di samping Lombok dan Aceh. Sejak meraih penghargaan "World Best Halal Culinary Destination" dan "World's Best Halal Destination" di World Halal Tourism Award 2016 di Abu Dhabi tanggal 7 Desember 2016. Dengan penghargaan ini Provinsi Sumatera Barat semakin menunjukkan potensinya sebagai tujuan wisata halal dunia. Dengan ditetapkannya Sumatera Barat sebagai destinasi halal membuka peluang besar bagi pemerintah Sumatera Barat untuk mengembangkan sektor pariwisata syariah di daerah ini.

Sebagai daerah yang telah mendapatkan "World Best Halal Culinary Destination" dan "World's Best Halal Destination" Sumatera Barat mempunyai potensi untuk pengembangan pariwisata halal, baik dari segi wisata alam, budaya, sejarah, dan kuliner. Namun, kenyataan di beberapa tempat wisata, misalnya pada objek wisata pantai seperti Pantai Air Manis Kota Padang, Pantai Kata, Pantai Cermin, dan Pantai Gondorih Kota Pariaman dan berbagai tempat wisata lainnya masih banyak permasalahan, baik dari segi kebersihan, keteraturan pedagang dan karamahan para

pelaku usaha lainnya. Agar potensi-potensi wisata di daerah ini dapat dikembangkan secara optimal tentu kelemahan kelemahan ini harus diminisir. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang kekuatan dan kelemahan, peluang dan tantangan pengembangan wisata halal di Sumatera Barat. Hal ini penting dilakukan untuk memetakan potensi pariwisata halal dalam rangka pembangunan ekonomi Sumatera Barat.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka perlu dirumuskan permasalahan yang memperjelas dalam penelitian ini yaitu apa potensi ekonomi yang dimiliki dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Bagaimana peluang dan tantangan pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat ?

Penelitian tentang pariwisata halal sudah banyak dilakukan, di antaranya *Understanding Muslim Customer Satisfaction with Halal Destinations: The Effects of Traditional and Islamic Values*, oleh Errid Hadisyah Putra, Sri Rahayu Hijrah Hatib, Sri Daryantic. Penelitian ini mengkaji moderasi peran agama dalam hubungan antara nilai dan kepuasan pelanggan. Makalah ini mengajukan pertanyaan: Apakah religiusitas memoderasi hubungan antara nilai tradisional, nilai Islam dan kepuasan pelanggan dengan tujuan halal? Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh nilai tradisional dan nilai agama Islam pada kepuasan pelanggan wisata halal. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis peran moderasi dari religiusitas dalam hubungan antara nilai Islam dan kepuasan pelanggan wisata halal. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa itu hanya nilai tradisional yang secara signifikan dan langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan wisata halal sementara nilai Islam tidak memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan. Nilai Islam, khususnya atribut non-fisik Islami, secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan hanya di bawah moderasi religiusitas (Putra, Hatib, & Daryantic, 2016).

Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects oleh Aan Jaelani. Studi ini menegaskan bahwa pariwisata halal adalah industri pariwisata yang telah berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, meskipun ekonomi dunia melambat. Di Indonesia, pariwisata halal telah lama tumbuh dalam bentuk ziarah yang dilakukan oleh orang-orang dengan motivasi agama. Seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, maka jenis wisata ini sedang mengalami metamorfosis yang membutuhkan perubahan mulai dari atraksi, hotel, hingga pemasaran. Makalah ini menggabungkan deskripsi industri pariwisata halal dan praktik hukum Islam di Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa industri pariwisata halal tidak dapat dipisahkan dari praktik agama mayoritas Muslim di Indonesia, tetapi juga secara ekonomi berkontribusi kepada masyarakat setempat, dan lokasi wisata yang menampilkan keindahan dan keramahan bagi wisatawan Muslim dan non-Muslim. Studi ini menyimpulkan bahwa pariwisata halal telah menjadi bagian dari industri pariwisata nasional untuk memosisikan Indonesia sebagai pusat pariwisata halal di dunia di masa depan (2017).

Chookaew et.al. (2015) mengembangkan potensi pariwisata halal di Teluk Andaman di Thailand untuk wisatawan dari negara-negara Muslim. Penelitian ini mengusulkan metode pembuatan rencana pemasaran pariwisata Halal untuk semua wisatawan dari negara-negara Muslim; menawarkan pengusaha atau pengusaha pariwisata banyak pilihan dalam manajemen pariwisata halal bagi wisatawan dari negara-negara Muslim; mempelajari tentang cara mengembangkan potensi pengelolaan pariwisata halal dalam rangka mendukung para turis dari negara-negara Muslim; menjadi model pengaturan standar administrasi, dan manajemen pariwisata Halal bagi wisatawan dari negara-negara Muslim; dan menawarkan wisatawan dari negara-negara Muslim pilihan alternatif untuk mengonsumsi produk dan layanan halal (Chookaew, et. al., 2015).

Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia oleh Kurniawan Gilang Widagdyo. Hasil penelitian ini menyatakan kontribusi pariwisata terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 9 persen pada 2014 menjadi 15 persen pada 2019. Hingga November 2015, kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 9,5 persen. Devisa meningkat dari Rp 140 triliun pada 2014 menjadi Rp 280 triliun pada 2019. Saat ini kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional diperkirakan mencapai 4 persen dengan devisa Rp 155 triliun. Kontribusi terhadap kesempatan kerja meningkat dari 11 juta pada 2014 menjadi 13 juta pada 2019. Indeks daya saing pariwisata meningkat dari peringkat 70 pada 2014 menjadi 30 pada 2019. Jumlah kedatangan wisatawan mancanegara

(wisman) meningkat dari 9,4 juta pada 2014 menjadi 20 juta pada 2019. Hingga September 2015, jumlah wisman adalah 8,69 juta. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara meningkat dari 250 juta pada 2014 menjadi 275 juta pada 2019 (Widagdyo, 2015).

Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional ditulis M. Maulana Hamzah dan Yudi Yudiana. Penelitian ini mengupas tentang potensi industri halal dalam wisata syariah dan membandingkan antara bisnis syariah dengan konvensional. Disampaikan bahwa perbedaan mendasar antara bisnis syariah dan konvensional adalah visi dan misinya. Visi bisnis syariah ditekankan pada keimanan. Sedangkan misinya adalah berupa ibadah, jadi setiap aktivitasnya akan selalu bernilai ibadah. Sementara bisnis konvensional adalah komersial dengan misi melakukan profesionalisme dalam produksi. Dalam jurnal ini di jelaskan bahwa perlu ada upaya mengintegrasikan antara wisata syariah dan konvensional untuk difokuskan pada industri halal. Dalam perkembangannya wisata konvensional lebih dulu berkembang ketimbang wacana wisata syariah. Meskipun Indonesia sudah lama menerapkan wisata syariah dari produk pangan yang halal. Namun, kurangnya sosialisasi dan promosi, wisata syariah menjadi minus di sini. Karena patut belajar dari Bali yang menjadi daerah tujuan wisata. Untuk pengembangan wisata syariah bisa mencontoh konsep wisata konvensional dalam hal promosi, paket wisata dan layanan. Lombok katakanlah, secara alam lebih unggul, alami dan indah dari Bali, secara budaya

jauh lebih Islami. Namun karena kurangnya promosi, jumlah wisatwan yang berkunjung di sini juga masih minim.

Hasil hasil penelitian terdahulu yang telah meneliti pariwisata halal berbeda dengan penelitian ini. peneliti ini melakukan analisis potensi ekonomi yang dimiliki pariwisata halal di Sumatera Barat dengan menggunakan analisis shif share. Sementara itu, peluang dan tantangan pengembangan wisata halal di Sumatera Barat dilakukan dengan analisis SWOT untuk dapat merumuskan strategi yang akan dilakukan untuk pengembangan wisata halal di negeri ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods* yaitu menggabungkan antara dua metode yaitu metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif (Sugiyono, 2012). Hal ini bertujuan untuk saling melengkapi gambaran hasil studi tentang potensi ekonomi wisata halal serta peluang dan tantangan pengembangan wisata halal di Sumatera Barat.

Penelitian ini dilakukan di Sumatera Barat dengan fokus lokasi wisata yang dicanangkan sebagai destinasi wisata halal berdasarkan pertimbangan popularitas objek, keunggulan dan banyaknya pengunjung ke objek wisata tersebut. Sumber data dalam Penelitian ini diperoleh dari informan yaitu pemerintah daerah terkait seperti Dinas Pariwisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif provinsi dan kabupaten/kota di Sumatera Barat. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumbar, pelaku usaha, dan wisatawan. Teknik pengumpulan data dilakukan

melalui observasi, dengan mengamati langsung ke objek wisata, kuisioner, wawancara dan data dokumentasi dengan

Jenis kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup. Karena, alternatif jawaban telah disediakan. Jawaban dari kuesioner yang diberikan kepada responden dapat diukur dengan menggunakan Skala Likert (Sugiyono, 2012). Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada pengunjung objek wisata yang telah ditetapkan menjadi lokasi penelitian. Kuesioner yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang pengembangan wisata halal di Provinsi Sumatera Barat. Wawancara dilakukan dengan pelaku usaha seperti rumah makan dan restoran, hotel dan penginapan di sekitar lokasi wisata. Kemudian wawancara juga dilakukan dengan pelaku usaha jasa transportasi. Tahap selanjutnya, wawancara dengan instansi pemerintah dinas pariwisata dan kebudayaan dan orang-orang yang terlibat sebagai bagian pengembangan pariwisata halal saat ini. Percakapan ringan dimulai dari sejarah pariwisata halal, perkembangan pariwisata halal.

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Untuk mengkaji prospek pengembangan pariwisata halal harus diketahui kekuatan-kekuatan yang akan mengantarkan pengembangan pariwisata syariah sampai tahapan yang dikehendaki yaitu berkembangnya pariwisata syariah di Sumatera Barat sebagai ikon pengembangan ekonomi Sumatera Barat. Hal ini disebabkan karena hal-hal lain yang akan menghambat proses pengembangan pariwisata halal itu harus diantisipasi, seperti kendala-kendala, kelemahan-kelemahan, dan

tantangan-tantangan. Oleh karena itu, analisis tentang peluang pengembangan halal torisme di Sumatera Barat dilakukan dengan menggunakan analisis. Analisis ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan sehingga menemukan peluang. Namun, pada saat yang bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman. Dengan analisis ini, keputusan yang akan diambil telah melalui kajian yang matang dan mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai beragam jenis obyek wisata. Tempat wisata di Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan wisata yang sangat populer di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari potensi wisata Sumbar yang cukup lengkap, di mana hampir semua jenis objek wisata ada di wilayah ini. Mulai dari wisata alam, seperti laut, pantai, gunung, danau, dan ngarai hingga potensi wisata lain yang sangat menarik digali lebih lanjut berupa festival budaya yang mengangkat nilai-nilai teradisional budaya yang luhur. Sampai tahun 2017 objek wisata yang dapat dikunjungi berjumlah 688 lokasi yang tersebar di kabupaten dan kota di seluruh wilayah Provinsi Sumatera Barat (Yulfian, 2017).

Peluang dan Tantangan Pengembangan Wisata Halal di Sumatera Barat

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarkan pada tahap pertama kepada wisatawan selanjutnya kuisioner dikelompokkan menjadi kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (P), dan ancaman (T). Pengelompokan ini didasarkan indikator internal dan eksternal. Kuisioner yang

indikasinya berasal dari faktor internal destinasi wisata itu sendiri. dikelompokkan menjadi kekuatan (S) dan kelemahan (W) Sementara itu Kuisisioner yang mengindikasikan berasal dari faktor internal destinasi wisata dikelompokkan menjadi peluang (O) dan ancaman (T).

Analisis IFAS dan EFAS

IFAS merupakan alat formulasi strategi yang meringkas dan mengevaluasi faktor *Strength* (S) dan *Weakness* (W) dalam area fungsional bisnis. S dan W didapatkan dari berbagai sumber informasi terkait mengenai kekuatan dan kelemahan dari hasil wawancara penulis dan penyebaran kuisisioner dengan Dinas Pariwisata, Pelaku Usaha, Biro Perjalanan, Wisatawan, dan Penginapan/Perhotelan. Pada kolom di atas, diberikan penjelasan mengenai pemilihan faktor S dan W. Kolom bobot menunjukkan seberapa pentingnya faktor tersebut terhadap Industri Wisata Halal di Sumatera Barat dengan skala 0,0 (tidak baik) sampai dengan 1,0 (sangat baik). Selanjutnya pada kolom peringkat dengan skala 1 (sangat tidak baik) sampai dengan 5 (sangat baik). Pada kolom terakhir terbobot merupakan hasil perkalian antara bobot dan peringkat yang berarti seberapa penting faktor tersebut dikalikan dengan seberapa besar peringkat yang telah dilakukan Industri Wisata Halal di Sumatera Barat.

Dari sisi S, faktor kekuatan, pada bobot sangat penting yakni keindahan pemandangan alam objek wisata dan kondisi objek wisata. Namun secara keseluruhan dari faktor kekuatan, pada bobot tidak penting yakni dukungan pemerintah untuk melakukan pengembangan pariwisata halal, cita rasa makanan/minuman

restoran/rumah makan di sekitar lokasi wisata, fasilitas ibadah yang tersedia di hotel, kualitas dan pelayanan hotel di sekitar objek wisata, fasilitas ibadah yang tersedia di kamar hotel, fasilitas tempat ibadah di lokasi wisata, dan kualitas dan pelayanan restoran/rumah makan di lokasi objek wisata. Dari sisi W, faktor kelemahan, pada bobot sangat penting yakni harga makanan, minuman dan souvenir. Namun secara keseluruhan dari faktor kelemahan, bobot tidak penting yakni harga tiket masuk ke lokasi wisata dan retribusi parkir kendaraan di kawasan objek wisata.

Pada kolom terakhir terbobot merupakan hasil perkalian antara bobot dan peringkat yang berarti seberapa penting faktor tersebut dikalikan dengan seberapa besar peringkat yang telah dilakukan Industri Wisata Halal di Sumatera Barat. Kalkulasi akhir didapatkan dengan total terbobot untuk Industri Wisata Halal di Sumatera Barat yakni sebesar 3,08 yang berarti Industri Wisata Halal di Sumatera Barat Daerah masih baik untuk menuju nilai rata-rata baik dalam memanfaatkan kekuatan maupun meminimalisirkan dari kelemahan internal yang ada.

EFAS merupakan faktor-faktor eksternal yang terkait dengan *Opportunities* (O) dan *Threads* (T). O dan T didapatkan dari berbagai kasus nyata dari hasil wawancara penulis dan penyebaran kuisisioner dengan Dinas Pariwisata, Pelaku Usaha, Biro Perjalanan, Wisatawan, dan Penginapan/Perhotelan. Pada kolom di atas, diberikan penjelasan mengenai pemilihan faktor O dan T. Kolom bobot menunjukkan seberapa pentingnya faktor tersebut terhadap Industri

Wisata Halal di Sumatera Barat dengan skala 0,0 (tidak baik) sampai dengan 1,0 (sangat baik). Selanjutnya pada kolom peringkat dengan skala 1 (sangat tidak baik) sampai dengan 5 (sangat baik). Pada kolom terakhir terbobot merupakan hasil perkalian antara bobot dan peringkat yang berarti seberapa penting faktor tersebut dikalikan dengan seberapa besar peringkat yang telah dilakukan Industri Wisata Halal di Sumatera Barat.

Dari sisi O, faktor peluang yang paling penting yakni perkembangan media cetak, elektronik, internet, dan media sosial yang bisa dijadikan sebagai media publikasi promosi objek wisata, pariwisata syariah berdampak pada pelestarian nilai-nilai keagamaan dan budaya yang dianut masyarakat, pariwisata syariah meningkatkan perekonomian masyarakat, dan peningkatan jumlah wisatawan ke objek wisata. Namun secara keseluruhan dari faktor peluang bobot terendah yakni persepsi wisatawan mengenai atraksi budaya yang ditampilkan sudah sesuai dengan prinsip syariah. Pada kolom terakhir terbobot merupakan hasil perkalian antara bobot dan peringkat yang berarti seberapa penting faktor tersebut dikalikan dengan seberapa besar peringkat yang telah dilakukan Industri Wisata Halal di Sumatera Barat. Dari sisi T, faktor ancaman bobot yang tertinggi yakni pengetahuan wisatawan yang minim mengenai rumah makan dan perusahaan kuliner di lokasi wisata sudah bersertifikat halal atau belum. Namun secara keseluruhan dari faktor ancaman bobot terendah yakni persepsi wisatawan yang kurang baik mengenai keamanan di sekitar lokasi wisata, akses jalan menuju lokasi objek

wisata belum begitu baik menurut wisatawan, terjadinya bencana/gangguan alam menghambat sektor pariwisata halal, rendahnya keramahan pelaku usaha dikawasan objek wisata menurut wisatawan, rendahnya keramahan masyarakat disekitar objek wisata menurut wisatawan, dan persaingan wisata antar objek wisata yang kurang baik. Kalkulasi akhir didapatkan total terbobot untuk Industri Wisata Halal di Sumatera Barat yakni sebesar 3,02 yang berarti Industri Wisata Halal di Sumatera Barat dalam kondisi baik untuk menuju memanfaatkan peluang maupun menghindari ancaman eksternal yang ada.

Matrik SWOT

Setelah melakukan analisis IFAS dan EFAS langkah selanjutnya adalah menuangkannya ke dalam matriks SWOT sehingga dapat dirumuskan strategi strategi yang terdiri SO, WO, ST dan WT seperti yang tergambar pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Matrik SWOT

	<p>STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemandangan alam objek wisata yang indah 2. Kondisi objek wisata yang menakjubkan 3. Dukungan penuh dari pemerintah dalam pengembangan pariwisata halal 4. Cita rasa makanan/ minuman restoran/ rumah makan yang enak 5. Fasilitas ibadah yang sudah tersedia di hotel yang sudah memadai 6. Kualitas dan pelayanan hotel di sekitar objek wisata yang cukup baik 7. Fasilitas ibadah yang di kamar hotel yang sudah tersedia 8. Fasilitas tempat ibadah di lokasi wisata yang sudah ada 9. Kualitas dan pelayanan restoran/rumah makan yang cukup memuaskan 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya ketersediaan petunjuk jalan menuju lokasi wisata 2. Harga makanan, minuman dan souvenir belum standar 3. Area parkir di lokasi wisata parkir yang belum teratur 4. Informasi mengenai objek wisata belum mencukupi ketersediaannya 5. Regulasi tentang wisata halal yang belum ada 6. Fasilitas umum yang belum memadai ada di sekitar objek wisata 7. Belum setiap objek wisata yang memiliki peraturan di sekitar objek wisata 8. Transportasi umum yang minim menuju lokasi wisata 9. Pemahaman masyarakat dan wisatawan masih minim tentang wisata halal 10. Rendahnya sosialisasi kepada masyarakat dan wisatawan tentang wisata halal 11. Petugas kebersihan yang belum cukup tersedia di lokasi wisata 12. Petugas keamanan yang masih sedikit di lokasi wisata 13. Kesadaran wisatawan terhadap kebersihan lokasi wisata 14. Keteraturan tata letak/ layout objek wisata yang belum baik 15. Tour guide (pemandu wisata) yang belum banyak 16. Masih rendahnya kebersihan WC dan tempat berwuduk di lokasi wisata 17. Rendahnya pengaturan pedagang di sekitar lokasi wisata 18. Minimnya kesadaran pelaku usaha terhadap kebersihan lingkungan wisata 19. Masih kurangnya kebersihan di lokasi wisata 20. Harga tiket untuk masuk ke beberapa lokasi wisata belum standar dan belum di kelola oleh pemerintah 21. Retribusi parkir kendaraan di kawasan objek wisata yang belum standar dan tidak teratur
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sektor pariwisata syariah yang semakin berkembang dan semakin diminati 2. Peningkatan jumlah wisatawan ke objek wisata 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelatihan bagi pelaku usaha dalam pengembangan wisata halal. (S3, O1, O4) 2. Melakukan inovasi baru dalam mengembangkan ekonomi kreatif. (S6, O1, O6) 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah memberikan fasilitas sertifikat halal bagi pelaku usaha restoran, akomodasi, serta kuliner. (W4, O7, O8) 2. Dinas pariwisata Provinsi/Kab/Kota melakukan sosialisasi kepada pelaku usaha terkait wisata halal. (W5, W9, W10, O1)

<ol style="list-style-type: none"> 3. Wisatawan menyatakan lokasi wisata nyaman di kunjungi 4. Persepsi wisatawan mengenai atraksi budaya yang ditampilkan sudah sesuai dengan prinsip syariah 5. Menyerap tenaga kerja di daerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran 6. Melestarikan nilai-nilai keagamaan dan budaya yang di anut masyarakat 7. Wisatawan menilai makanan/minuman di lokasi wisata sudah halal dan thayyib 8. Peningkatan perekonomian masyarakat 9. Perkembangan media cetak, elektronik, internet, dan media sosial yang bisa dijadikan sebagai media publikasi promosi objek wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Memperbaiki ciri khas daerah. (O6) 4. Adanya kerjasama antar paramuwisata dengan pengelola objek wisata untuk terciptanya lapangan kerja. (S3, O5) 5. Adanya kerjasama pemerintah dengan travel agent yang menyediakan paket wisata untuk menarik daya tarik wisatawan. (S3, O2) 6. Peran pemerintah melakukan kerjasama dengan pemuda daerah dan oknum terkait keamanan.(S3, O5) 7. Melakukan promosi (memperkenalkan) melalui media cetak, media sosial. (S3, O9) 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Membuat regulasi tentang Wisata Halal. (W5, W9, W10, O1, O4, O6, O7) 4. Menyediakan tour guide yang mampu berbahasa asing dan pengetahuan tentang wisata halal.(O5, W1, W15) 5. Adanya peran dinas perhubungan untuk mempermudah akses jalan,transportasi, dan petunjuk arah. (O3, W1, W3)
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan wisatawan yang minim mengenai rumah makan dan perusahaan kuliner di lokasi wisata sudah bersertifikat halal atau belum 2. Persepsi wisatawan yang kurang baik mengenai keamanan yang kurang di sekitar lokasi wisata 3. Rendahnya keramahan pelaku usaha di kawasan objek wisata menurut wisatawan 4. Rendahnya keramahan masyarakat di sekitar objek wisata menurut wisatawan 5. Akses jalan menuju lokasi objek wisata belum begitu baik menurut wisatawan 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan perbaikan mutu, fasilitas, dan sarana pendukung. (T4, S2, S5, S8) 2. Perlu list harga dan katalog yang jelas baik di restoran atau pun sentra kuliner. (T1, S4, S9) 3. Upaya penerapan 7 Sapta Pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, kenangan). (T2, T4 T5, T6, S1, S2, S6) 4. Adanya kerjasama pelaku usaha dengan pemerintah daerah untuk mengembangkan sistim wisata halal. (T1, S3) 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memfasilitasi tempat sentral kuliner. (T1, T5, W2) 2. Pemerintah memfasilitasi jaminan halal terhadap pelaku usaha. (T1, W5) 3. Penyediaan dan perbaikan infrastruktur yang memadai sebagai aksesibilitas wisatawan seperti: akses jalan, petunjuk arah, transportasi umum. (T3, T7, W1, W6, W14) 4. Membentuk dan melakukan pembinaan terhadap kelompok sadar wisata. (T6, W13, W16, W18, W19)

Dari analisis pada matrik di atas terlihat bahwa sebenarnya kelebihan atau kekuatan utama dari penggunaan analisis SWOT dalam perumusan strategi adalah karena dengan analisis ini strategi yang dirumuskan akan benar-benar di dasarkan atas kondisi riil dari daerah yang bersangkutan. Hal ini sangat penting, artinya untuk dapat menjamin tingkat capaian lebih baik yang dapat dihasilkan oleh strategi yang telah dirumuskan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tentang Industri Wisata Halal di Sumatera Barat; Potensi, Peluang dan Tantangan sebagaimana telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa:

Sumatera Barat mempunyai destinasi wisata halal yang sangat potensial. Tempat wisata di Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan wisata yang sangat populer di Indonesia. Banyaknya destinasi wisata yang bisa dikunjungi saat liburan tentu memberikan keuntungan tersendiri. Provinsi Sumatera Barat sudah disukung dengan berbagai fasilitas penunjang industri pariwisata halal termasuk tersedianya hotel baik yang bernuansa syariah maupun tidak bernuansa syariah, sarana ibadah yang nyaman, hingga tersedianya sentra-sentra kuliner halal yang dapat memuaskan para wisatawan.

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD) Propinsi

Sumatra Barat yang paling potensial. Pariwisata selain menjadi sumber pendapatan daerah juga memberikan efek berantai (multiplier effect) dalam kemampuannya untuk memunculkan usaha-usaha lain sebagai sumber pendapatan masyarakat. Di samping itu, sektor pariwisata merupakan salah satu potensi yang memiliki muatan ekonomi kerakyatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah secara menyeluruh dan merata.

Pengembangan wisata halal ini memberi peluang pada peningkatan perekonomian masyarakat, dan peningkatan jumlah wisatawan ke objek wisata. Namun di balik itu, pengembangan wisata halal di daerah ini masih menghadapi kendala, yakni minimnya rumah makan dan perusahaan kuliner yang sudah bersertifikat halal. Di samping itu, kurang baiknya keamanan di sekitar lokasi wisata, akses jalan menuju lokasi objek wisata belum begitu baik merupakan ancaman yang musti diminimalisir, rendahnya keramahan masyarakat disekitar objek wisata juga menjadi penghambat pengembangan wisata halal di ranah minang ini.

DAFTAR PUSTAKA

Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country, *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7).

Jaelani, A. (2017) Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects, *International Review of Management and Marketing*, 7(3): 25-34.

Lubis, M. Z. M. (2018). Prospek DESTINASI Wisata Halal Berbasis OVOP (One Village One Product). *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(1): 31-47.

Maulana, H. (2014). *Efektivitas Pemasaran Produk Wisata Syariah*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Sugiyono. (Widagdyo). *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Widagdyo, K. Gilang. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal di Indonesia. *The Journal of Taubidinomics*, 1(1).

Yulfian, Oni. (2017). *Direktori Objek & Atraksi Wisata Sumatera Barat*. Padang: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.