

Strategi Penguatan Pariwisata Halal di Kabupaten Trenggalek

Azella Nosih Octavia*, M. Sri Wahyudi S.

^a Ekonomi Pembangunan, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

* Corresponding author: azellanosihoctavia@gmail.com

Abstract

Indonesia has the potential for natural beauty that can be used as an object of economic growth activities, namely through the tourism sector. Halal tourism is part of the tourism industry that is based on Islamic principles and aimed at Muslim tourists. This study aims to conduct a detailed study of tourism object development strategies, especially focusing on the Halal Tourism development plan. This study used a sample of 145 respondents visiting tourist sites in Trenggalek Regency. This study used the SWOT analysis method and the data obtained came from distributing questionnaires to tourist visitors at three tourist sites in Trenggalek Regency. The results of the IFAS and EFAS score research showed favorable results for increasing halal tourism in Trenggalek Regency. This position is in quadrant 1, which signifies the utilization of strengths and weaknesses (SO) strategies. Which is expected to increase the attractiveness of visitors by improving quality, thus taking advantage of the opportunities available.

Abstrak

Indonesia memiliki potensi keindahan alam yang dapat dijadikan suatu objek kegiatan pertumbuhan ekonomi yaitu melalui sektor pariwisata. Wisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam dan ditujukan kepada wisatawan muslim. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian secara rinci mengenai strategi pengembangan objek wisata, khususnya berfokus pada rencana pengembangan Pariwisata Halal. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 145 responden pengunjung lokasi wisata di Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dan data yang didapatkan berasal dari membagikan kuesioner kepada pengunjung wisata pada tiga lokasi wisata di Kabupaten Trenggalek. Hasil penelitian skor IFAS dan EFAS, menunjukkan hasil yang menguntungkan bagi peningkatan pariwisata halal di Kabupaten Trenggalek. Posisi ini berada di kuadran 1, yang menandakan pemanfaatan strategi kekuatan dan kelemahan (SO). Yang diharapkan dapat menambah daya tarik pengunjung dengan meningkatkan kualitas, sehingga memanfaatkan peluang yang tersedia.

Keywords:

Strategi, Pariwisata, Pariwisata Halal

Artikel Info

Article history:

Received 11-09-2023

Revised xxx15-09-2023

Accepted 04-12-2023

Available online 30-01-2024

Copyright (c) 2024

Azella Nosih Octavia

This is an open access article and licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike4.0 International License



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki bermacam-macam keanekaragaman suku, dan budaya serta memiliki sumber daya yang melimpah. Setiap daerah memiliki kesempatan untuk memanfaatkan, mengelola dan

mengembangkan sumber daya daerah yang ada. Indonesia memiliki potensi keindahan alam yang dapat dijadikan suatu objek kegiatan pertumbuhan ekonomi yaitu melalui sektor pariwisata. Sektor pariwisata di Indonesia merupakan sektor industri yang sedang tumbuh dan berkembang (Alyani, 2020), (Puspitasari, 2011), (Rafa'al, 2017), (Rizkhi, 2016). Sektor perekonomian sebuah wilayah dapat dilakukan pengembangan yaitu melalui sektor-sektor yang memiliki potensi sebagai kegiatan produksi salah satunya melalui sektor pariwisata.

Meskipun tidak menjadi mayoritas pendapatan daerah, industri pariwisata memiliki potensi untuk itu. Pembangunan daerah sebagian besar dibiayai oleh pendapatan asli daerah. Peningkatan penerimaan PAD akan mampu mendongkrak kemampuan keuangan daerah berdasarkan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah (Herpiana, 2021), (Maya, 2018), (Pradikta, 2013). Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan lapangan usaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan objek dan daya tarik wisata di Indonesia, memupuk rasa cinta tanah air, serta mempererat persahabatan antar bangsa. Salah satu indikasi bahwa suatu tempat memiliki banyak wisatawan yang berkunjung adalah berapa banyak orang yang benar-benar pergi ke sana.

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak objek wisata yang sangat beragam di berbagai daerah salah satunya di Provinsi Jawa, memiliki banyak daya tarik wisata alam khususnya di Kabupaten Trenggalek. Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki obyek wisata dengan jumlah cukup banyak dan memiliki potensi wisata yang cukup baik terutama wisata yang mengunggulkan keindahan alamnya. Keadaan seperti ini dikarenakan letak geografis Kabupaten Trenggalek yang berada di daerah pegunungan dan pesisir.

Tabel 1. Data Jumlah Pengunjung di Tiga Lokasi Wisata

Objek Wisata	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Pantai Karanggongso	436.847	434.445	368.948	180.362	97.953	238.786
Goa Lowo	28.062	48.349	25.641	5.592	5.881	13.381
Hutan Mangrove				8.380	6.389	18.048

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Trenggalek 2023

Dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2017-2022 jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek pariwisata yang ada di Kabupaten Trenggalek mengalami fluktuasi. Sebagai akibat dari pandemi covid-19 pada tahun 2020-2021, jumlah wisatawan yang berkunjung ke lokasi ini turun secara signifikan. Namun pada tahun 2022 jumlah pengunjung mulai meningkat dikarenakan sudah meredanya covid-19.

Dalam melakukan pengembangan pariwisata tentunya membutuhkan kerja sama dengan berbagai pihak, yaitu dengan pemerintah, masyarakat dan stakeholders lainnya agar bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Proses pembangunan itu sendiri akan dipermudah dengan adanya pemangku kepentingan yang terintegrasi dan memiliki cara pandang yang sama dalam berperan mengembangkan pariwisata. Perencanaan yang dituangkan dalam dokumen

perencanaan dipercaya dapat diimplementasikan untuk mendongkrak kunjungan wisatawan dan memberikan pelayanan kepada pengunjung. Oleh karena itu dibutuhkan kemampuan untuk menggali dan mengembangkan sektor unggulan yang ada di Kabupaten Trenggalek yang diharapkan bisa menarik lebih banyak wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara dan juga bisa menjadi penggerak perekonomian daerah.

Jumlah penduduk di Kabupaten Trenggalek sendiri sebanyak 739.669 jiwa (BPS, 2023), dan mayoritas penduduknya memeluk Agama Islam, sehingga ini merupakan salah satu faktor pendukung terciptanya Pariwisata Halal di Kabupaten Trenggalek.

Wisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam dan ditujukan kepada wisatawan muslim (Palupi, 2017) (Surur Fadhil, 2020). Wisata halal merupakan konsep wisata baru yang telah berkembang saat ini. Pada saat ini Kementerian Pariwisata masih mengembangkan pariwisata halal menjadi program nasional di Indonesia. Oleh karena itu Kementerian Pariwisata telah memilih 15 provinsi untuk menjadi fokus dalam menciptakan lokasi wisata Muslim yang populer dalam rangka mempercepat pariwisata halal. Kementerian Pariwisata telah memberikan kewenangan kepada 15 provinsi tersebut untuk mengelola potensi wisata di daerah masing-masing (Ferdiansyah, 2020), (Ptariwi, 2018). Dengan diberikannya otonomi oleh kementerian pariwisata maka diharapkan ke 15 provinsi tersebut untuk bisa mengembangkan potensi-potensi wisata halal yang ada dan menciptakan daya tarik tersendiri pada provinsi masing-masing.

Konsep pariwisata halal sedang berkembang di Indonesia, dan berbagai tempat wisata berlomba-lomba untuk membangun atau mengubah tempat wisata mereka menjadi pariwisata halal agar pengunjung Muslim merasa lebih aman. Hasil dari persaingan tersebut adalah meningkatnya jumlah paket wisata yang tersedia dengan harga yang terjangkau. Industri pariwisata merupakan salah satu dari beberapa kegiatan yang di era globalisasi ini memainkan peran penting dan vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa pariwisata halal didominasi oleh masyarakatnya yang menganut agama Islam, maka dari itu Kabupaten Trenggalek juga sudah mulai menerapkan prinsip pariwisata halal dalam kegiatan pariwisatanya seperti memperjual belikan makanan dan minuman halal, serta tersedianya fasilitas untuk beribadah seperti masjid/mushola yang aman dan nyaman.

Dapat disimpulkan bahwa istilah "pariwisata halal" mengacu pada pariwisata yang bertujuan untuk memenuhi setidaknya tiga kebutuhan dasar pada wisatawan muslim, yaitu tersedianya fasilitas dan layanan ibadah yang memadai, tempat menginap yang ramah terhadap wisatawan muslim (hotel syariah), serta makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya melalui sertifikasi dari lembaga-lembaga tertentu yang memiliki kualifikasi tersebut (Mirfa, 2019), (Nuraini, 2019), (Rahmi, 2020), (Subarkah, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian secara rinci mengenai strategi pengembangan sebuah objek wisata, khususnya berfokus pada rencana pengembangan pantai Pariwisata Halal. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pengembangan Pariwisata Halal sebagai objek wisata memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan menghasilkan devisa bagi Kabupaten Trenggalek. Sesuai yang disampaikan Bupati Kabupaten Trenggalek

dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (Musrenbang RPJMD) Kabupaten Trenggalek tahun 2021 – 2026, salah satu tujuan membangkitkan sektor pariwisata untuk menarik kunjungan wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Dengan memperkuat brand image Kabupaten Trenggalek dengan pariwisata halalnya melalui penyediaan kenyamanan maksimum untuk wisatawan Muslim yang datang berkunjung dan memperkuat strategi pengenalan dan promosi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Trenggalek agar lebih dikenal wisatawan dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

METODE PENERAPAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Menurut (Nugrahani, 2008) metode kualitatif dapat mengungkap dan memahami sesuatu di balik fenomena yang tidak diketahui sebelumnya. Metode kualitatif ini juga dapat memberikan rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit ditangkap dan diungkapkan melalui metode kuantitatif. Untuk data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil secara langsung di lapangan, yang mana data tersebut diambil melalui cara pengambilan data melalui penelitian lapangan dengan membagikan kuesioner kepada para pengunjung. Sebaliknya, data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek selain itu sumber-sumber tambahan. Sumber-sumber pendukung yang disebutkan di atas berasal dari jurnal yang telah ditinjau oleh rekan sejawat, dan artikel-artikel terkemuka yang berkaitan dengan topik Pariwisata Halal. Selain itu, data tersebut mengalami pemrosesan dan analisis untuk menjawab pertanyaan penelitian, menyelesaikan tantangan dunia nyata, dan mengumpulkan data atau informasi yang komprehensif yang kemudian dapat dirakit dan diperiksa.

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. Menurut (Harisudin, 2019) analisis SWOT berfungsi untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan/usaha. Teknik ini mencakup evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan kemajuan pariwisata halal di Kabupaten Trenggalek.

- Strategi S-O (*Strengths-Opportunity*) merupakan strategi yang dibuat dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang-peluang yang ada.
- Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) merupakan strategi yang bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang-peluang yang ada.
- Strategi S-T (*Strengths-Threats*) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi atau mengatasi ancaman-ancaman yang ada.
- Strategi W-T (*Weakness-Threats*) yaitu strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PENCAPAIAN SASARAN

Penyelenggaraan pariwisata halal di Trenggalek memiliki potensi menjadi pendukung pengembangan sektor ekonomi di Kab. Trenggalek. Oleh karena itu, konsep pariwisata halal telah dikembangkan dengan fokus utama pada

menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islam, sehingga mengubahnya menjadi tujuan wisata yang populer. Pengelolaan yang efektif dari berbagai atraksi wisata memerlukan alokasi sumber daya dan keahlian yang memadai. Peran sumber daya manusia memainkan peran penting dalam membentuk kehadiran dan keberlanjutan industri pariwisata. Sebagai konstituen dari sektor jasa, sikap dan kompetensi personil memainkan peran penting dalam membentuk penyediaan layanan pariwisata kepada pengunjung, sehingga secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan dan kenyamanan mereka secara keseluruhan selama perjalanan wisata mereka. Hasil yang diharapkan dari mendorong pertumbuhan dan pelaksanaan industri pariwisata adalah potensi kemajuan ekonomi di Kabupaten Trenggalek. Selain itu, Jawa Timur menawarkan berbagai peluang pariwisata, termasuk atraksi budaya, lingkungan, dan kuliner, yang dapat menjadi tujuan alternatif bagi para pelancong.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek telah menerapkan strategi pengembangan pariwisata halal. Berdasarkan strategi ini, 45% tempat wisata telah memenuhi hukum Islam. Namun, perlu dicatat bahwa sebagian besar tempat wisata lainnya tidak memenuhi standar pariwisata halal dalam hal administrasi, manajemen, dan keterlibatan pelaku usaha di sekitar lokasi wisata, yaitu sebesar 55% dari total keseluruhan. Pengamatan ini menunjukkan bahwa keterlibatan pemerintah dalam promosi pariwisata halal di Kabupaten Trenggalek, yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, belum secara efektif dijalankan secara maksimal.

Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner di tiga lokasi berbeda, yaitu Pantai Karanggongso, Wisata Hutan Mangrove, dan Wisata Gua Lowo. Dasar pemikiran pemilihan objek penelitian di Kabupaten Trenggalek didasarkan pada potensi alam yang dimiliki oleh daerah tersebut, yang layak dan dapat dikembangkan. Dengan demikian, diharapkan akan terjadi peningkatan daya tarik destinasi bagi wisatawan domestik maupun internasional. Langkah-langkah penelitian yang dilakukan yaitu identifikasi :

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

a) Kekuatan (*Strengths*)

Makanan dan minuman halal mudah diperoleh di tempat wisata, jarak antar lokasi wisata tidak terlalu jauh dan mudah ditemui, memiliki keunikan dan keindahan tersendiri yang layak untuk dikunjungi, memiliki keamanan dan kenyamanan sehingga layak untuk dikunjungi, terdapat fasilitas tempat beribadah (masjid/musholla) yang bersih.

b) Kelemahan (*Weakness*)

Belum optimalnya promosi atraksi wisata halal melalui platform internet dan media sosial, masih adanya restoran yang belum memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), belum memadainya sumber daya manusia dalam mengelola pariwisata halal secara efektif, belum memadainya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia di sektor pariwisata, masih belum memadai, serta belum tersedianya jaringan telekomunikasi di lokasi-lokasi wisata.

c) Peluang (*Opportunity*)

Akses jalan menuju setiap destinasi wisata yang mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi maupun bus, dapat membantu menambah pendapatan daerah, memiliki dukungan dari pemerintah dalam

mengembangkan pariwisata halal, dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat sekitar, mendukung berkembangnya penyedia jasa transportasi dan jasa lainnya.

d) Ancaman (*Threats*)

Banyaknya lokasi wisata yang berlomba-lomba menciptakan konsep pariwisata halal, minimnya pengetahuan dan pemahaman wisatawan mengenai konsep pariwisata halal, jauh dari pusat transportasi umum, adanya perilaku negatif dari wisatawan seperti membuang sampah sembarangan dan mencorat-coret fasilitas yang ada, kurangnya penataan dan pengelolaan lingkungan objek wisata dan kurang tertibnya pedagang kaki lima sehingga menjadikan objek wisata kurang indah untuk dipandang.

2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS dan EFAS

Analisis variabel strategis internal dan eksternal melibatkan evaluasi aspek-aspek strategis dalam lingkungan internal dan eksternal, dengan memberikan bobot dan peringkat untuk setiap faktor.

Proses penilaian lingkungan internal dan eksternal melibatkan pemberian bobot dan peringkat untuk setiap komponen strategis. IFAS dan EFAS adalah alat analisis yang diturunkan dari analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman). Alat-alat ini digunakan untuk menilai variabel internal dan eksternal perusahaan.

Hasil pengelolaan data analisis SWOT akan menunjukkan faktor-faktor yang menggambarkan keadaan pariwisata di Kabupaten Trenggalek menurut hasil kuesioner dari wisatawan yang berkunjung. Hasil pengelolaan data analisis SWOT akan menunjukkan faktor-faktor yang menggambarkan keadaan pariwisata di Kabupaten Trenggalek menurut hasil kuesioner dari wisatawan yang berkunjung.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 2. Nilai Skor IFAS

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Bobot	Rating	Skor
Makanan dan minuman halal mudah diperoleh di tempat wisata	0.19	4	0.74
Jarak antar lokasi wisata tidak terlalu jauh dan mudah ditemui	0.18	4	0.74
Memiliki keunikan dan keindahan tersendiri yang layak untuk dikunjungi	0.18	4	0.73
Memiliki keamanan dan kenyamanan sehingga layak untuk dikunjungi	0.19	4	0.75
Terdapat fasilitas tempat beribadah (masjid/musholla) yang bersih	0.19	3	0.56
Jumlah	1		3.52

Tabel 3. Nilai Skor IFAS

Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Skor
Kurang optimalnya promosi mengenai objek pariwisata halal melalui media-media internet dan media sosial	0.17	4	0.51

Masih terdapat adanya restoran/rumah makan yang belum memiliki sertifikasi halal dari MUI	0.18	4	0.55
Belum adanya fasilitas hotel syariah di sekitar tempat wisata	0.19	4	0.37
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Skor
Belum adanya fasilitas hotel syariah di sekitar tempat wisata	0.19	4	0.37
Kualitas dan kuantitas sumber daya manusia pada bidang pariwisata masih belum memadai	0.18	4	0.55
Minimnya jaringan telekomunikasi pada lokasi wisata	0.18	4	0.36
Jumlah	1		2.34

Tabel 4. Nilai Skor EFAS

Peluang (<i>Opportunity</i>)	Bobot	Rating	Skor
Akses jalan menuju setiap destinasi wisata yang mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi maupun bus	0.19	4	0.74
Dapat menambah pendapatan daerah	0.18	3	0.55
Memiliki dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan pariwisata halal	0.19	4	0.75
Dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat sekitar	0.18	3	0.55
Mendukung berkembangnya penyedia jasa transportasi dan jasa lainnya	0.19	4	0.74
Jumlah	1		3.34

Tabel 5. Nilai Skor EFAS

Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot	Rating	Skor
Beberapa tempat wisata berlomba-lomba menciptakan konsep pariwisata halal	0.19	2	0.37
Minimnya pengetahuan dan pemahaman wisatawan mengenai konsep pariwisata halal	0.19	2	0.37
Jauh dari pusat transportasi umum	0.18	2	0.36
Adanya perilaku negatif dari wisatawan seperti membuang sampah sembarangan dan mencorat-coret fasilitas yang ada	0.18	2	0.37
Kurangnya penataan dan pengelolaan lingkungan objek wisata dan kurang tertibnya pedagang kaki lima sehingga menjadikan objek wisata kurang indah untuk dipandang	0.19	3	0.56
Jumlah	1		2.02

Langkah selanjutnya yaitu menjumlah total dari hasil tabel perhitungan IFAS dan EFAS diatas, maka dihasilkan nilai *score* sebagai berikut :

1. Faktor IFAS Kekuatan (*Strengths*) : 3.52

2. Faktor IFAS Kelemahan (*Weakness*) : 2.34
3. Faktor EFAS Peluang (*Opportunity*) : 3.34
4. Faktor EFAS Ancaman (*Threats*) : 2.02

Sehingga dapat diketahui kategori nilai *strengths* menunjukkan nilai lebih tinggi dibandingkan dengan kategori nilai *weakness* dengan selisih nilai 1.18. Sementara itu kategori nilai *opportunity* menunjukkan nilai lebih tinggi dibandingkan dengan kategori nilai *threat* dengan selisih nilai 1.32.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis matriks IFAS EFAS, maka disusunlah matriks SWOT untuk menganalisis apa saja rumusan strategi bagi penguatan pariwisata halal di Trenggalek. Adapun beberapa strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT yang telah dilakukan dapat diuraikan sebagai berikut:

Strategi S-O (*Strengths-Opportunity*) :

1. Meningkatkan pengawasan terhadap kondisi objek wisata agar tetap terjaga dan dimanfaatkan dengan sebaik mungkin.
2. Menambah keberagaman wahana atraksi dan spot foto menarik serta memperbaiki penataan atraksi yang sudah ada agar lebih menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan tetap mempertahankan kearifan lokal.
3. Meningkatkan kerjasama antara pemerintah daerah, investor dan seluruh pihak yang terkait dalam pengembangan pariwisata halal dengan arahan pengelolaa untuk mengembangkan tempat wisata.
4. Menciptakan suasana nuansa keislaman di perjalanan (pemutaran musik religi).
5. Membuat dan mengelola fasilitas beribadah yang lebih baik.

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) :

1. Meningkatkan promosi pada media social mengenai pariwisata halal yang ada di Trenggalek seperti melalui jaringan situs online kepariwisataan daerah serta informasi pada media-media terutama pada media digital seperti Instagram, Facebook, konten YouTube dan juga TikTok sangat berpengaruh untuk mempromosikan wisata halal yang ada di Kabupaten Trenggalek.
2. Mensosialisasikan kepada para pemilik rumah makan atau UMKM setempat untuk melakukan sertifikasi halal dan Thoyyiban untuk makanan dan minuman yang diperdagangkan.
3. Kurangnya sarana dan prasarana yang ada membuat pemerintah harus terus mendukung pengembangan pariwisata halal melalui pembangunan dan perbaikan fasilitas pelayanan public bagi wisatawan.
4. Memberikan edukasi dan peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam pelayanan prima kepada pihak-pihak pelaku wisata mengenai konsep pariwisata halal, penyediaan layanan kepada pengunjung memerlukan komitmen untuk menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam, di mana para pemandu dan personil secara konsisten menunjukkan rasa hormat terhadap prinsip-prinsip ini. Dalam konteks kegiatan perjalanan, peraturan tertentu diterapkan untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum Islam dan mencegah potensi konflik.
5. Meningkatkan dan mengembangkan fasilitas-fasilitas di tempat pariwisata seperti menambah fasilitas sarana dan prasarana pendukung untuk menambah kenyamanan wisatawan yang berkunjung.

Strategi S-T (*Strengths-Threats*) :

1. Menciptakan ciri khas pariwisata itu sendiri dengan cara sekreatif mungkin dalam mengelola tempat wisata tanpa harus merusak dan mencemari lingkungan.
2. Memberikan edukasi dan pemahaman kepada wisatawan yang berkunjung mengenai konsep pariwisata halal dan hal-hal yang diperbolehkan dan di larang pada tempat wisata.
3. Membangun halte kecil serta bekerjasama dengan penyedia transportasi sekitar untuk penyediaan angkutan umum bagi pengunjung yang akan datang berwisata.
4. Memberikan informasi kepada wisatawan dan masyarakat akan pentingnya kebersihan dalam nilai-nilai islam demi keamanan dan kenyamanan bersama untuk menjaga keindahan lokasi wisata diarahkan untuk selalu menjaga kondisi lingkungan baik didarat maupun di laut serta pengelolaan lingkungan obyek wisata agar lingkungan lebih bersih dan nyaman.
5. Melakukan penataan, penertiban pedagang kaki lima dan pedagang-pedagang lain agar berjualan lebih tertib dan rapi tanpa harus mengganggu wisatawan yang berkunjung.

Strategi W-T (*Weakness-Threats*) :

1. Meningkatkan kekreatifan dan keinovatifan untuk ikut membangun lokasi wisata agar tidak monoton dan tidak kalah saing sehingga dapat menarik minat wisatawan.
2. Menjalin kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan logo dan sertifikasi halal untuk produk-produk yang dijual pada lokasi wisata serta memberikan subsidi, insentif dan kemudahan administrasi untuk usaha-usaha yang akan melakukan sertifikasi halal MUI.
3. Melengkapi dan memperbaiki fasilitas-fasilitas yang belum tersedia serta melakukan pelatihan kepada sumber daya manusia yang terlibat dalam kegiatan pariwisata ini supaya dapat memaksimalkan pengelolaan Pariwisata Halal.
4. Membentuk POKDARWIS pada lokasi wisata serta diharapkan segera membuat atau menyelesaikan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPDA) dan atau peraturan-peraturan lain mengenai kepariwisataan demi mendukung pengembangan pariwisata halal.
5. Melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas jaringan telekomunikasi agar memudahkan pengunjung dalam berkomunikasi dan pengunjung akan lebih nyaman.

Berdasarkan data (BPS, 2023) sebanyak 749.072 penduduknya beragama muslim, Kesiapan Kabupaten Trenggalek untuk mengembangkan pariwisata halal dapat dikaitkan dengan mayoritas penduduk Muslim yang tinggal di wilayah tersebut. Pengamatan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Adila & Yulhendri, 2022), yang mengindikasikan bahwa elemen kunci yang berkontribusi terhadap pertumbuhan industri pariwisata halal adalah jumlah penduduk Muslim yang relatif lebih besar dibandingkan dengan komunitas agama lain.

Dalam melakukan penguatan dan pengembangan pariwisata halal ini memang masih banyak mengalami hambatan dan kendala. Hal ini juga diungkap oleh penelitian dari (Wulandari & Indahsari, 2021) yang menyatakan bahwa Kemajuan pariwisata halal di berbagai daerah di Indonesia terus mengalami beberapa hambatan dan rintangan. Maka dari itu dibutuhkan strategi yang tepat untuk memperkuat pengembangan pariwisata halal. Harapannya dengan dibuatnya strategi penguatan pariwisata halal ini diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung sehingga diharapkan dapat memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Dalam konteks halal, praktik pariwisata halal mencakup penyediaan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Secara khusus, hal ini berkaitan dengan persyaratan bagi restoran atau rumah makan untuk mematuhi hukum makanan Islam dan memiliki sertifikasi halal yang valid. Perspektif ini sejalan dengan temuan (Ptariwi, 2018), yang menyatakan bahwa implementasi sertifikasi halal memainkan peran penting dalam memfasilitasi pengembangan pariwisata halal. Hal ini dikaitkan dengan fakta bahwa wisatawan Muslim menunjukkan preferensi dan kepercayaan terhadap produk dan layanan yang memiliki lambang halal. Namun masih minimnya kesadaran pemilik restoran/rumah makan akan pentingnya memiliki sertifikat halal oleh karena itu masih banyak ditemui restoran atau rumah makan yang belum memiliki sertifikasi halal. Hal ini merupakan salah satu kelemahan yang masih harus dibenahi demi memperkuat pariwisata halal di Kabupaten Trenggalek.

Menjaga kelestarian alam dan lingkungan juga dapat mendukung pengembangan pariwisata halal. Hal ini sejalan dengan perspektif yang dipaparkan oleh (Fahham, 2017), yang berpendapat bahwa destinasi wisata syariah bertujuan untuk mencapai berbagai keuntungan sosial, seperti mempromosikan, memberikan kesempatan untuk relaksasi dan ketenangan, memastikan kepercayaan dan keamanan, mendorong kesejahteraan universal dan inklusif, menjunjung tinggi kebersihan dan kelestarian lingkungan.

Selain itu menciptakan ciri khas destinasi wisata itu sendiri mampu untuk menambah daya tarik wisatawan untuk datang berkunjung. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang dibuat oleh (Burnita, 2021), yang menyatakan bahwa tujuan wisata yang patut dicontoh dan menawan harus memiliki kemegahan alam yang melekat, keunikan, daya pikat bagi pengunjung, dan disertai dengan fasilitas yang cukup untuk dinikmati.

Strategi selanjutnya yaitu meningkatkan pengenalan dan promosi destinasi-destinasi wisata yang ada pada media sosial yang sedang trend seperti pada Instagram, TikTok, dan juga Facebook tentang adanya konsep pariwisata halal. Hal ini sejalan dengan temuan (Sayekti, 2019), yang menyatakan bahwa dalam ranah pemasaran, pemerintah merumuskan konsep pemasaran yang didasarkan pada pengertian destinasi, asal, dan waktu. Selanjutnya, terlibat dalam proses meningkatkan visibilitas dan pengakuan melalui strategi branding, periklanan, dan penjualan, di samping pengembangan platform media melalui pemanfaatan endorse, saluran media sosial, dan outlet media public mengenai tempat wisata halal.

Agar wisatawan semakin nyaman saat berkunjung maka harus dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, maka dari itu harus dilakukannya pembangunan fasilitas yang belum tersedia seperti penambahan jaringan seluler telfon dan

internet pada lokasi wisata. Hal ini sejalan dengan temuan (Marina et al., 2023), yang menyarankan bahwa implementasi rencana pengembangan produk dapat melibatkan pembangunan fasilitas yang saat ini masih kurang, dengan tetap berpegang pada norma-norma syariah. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan Muslim selama kunjungan mereka. Namun demikian, ketersediaan sumber daya keuangan yang terbatas tidak dapat dipungkiri akan menghambat kemajuan atraksi pariwisata, sementara kelangkaan tenaga terampil yang mampu mengoptimalkan administrasi situs-situs ini juga akan memberikan tantangan yang signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT, yang menggabungkan skor IFAS dan EFAS, menunjukkan hasil yang positif bagi peningkatan pariwisata halal di Kabupaten Trenggalek. Posisi ini berada di kuadran 1, yang menandakan pemanfaatan strategi kekuatan dan kelemahan (SO). Pendekatan ini bertujuan untuk menambah daya tarik pengunjung dengan meningkatkan kualitas, sehingga memanfaatkan peluang yang tersedia.

Dalam Penguatan Pariwisata Halal memang masih memiliki hambatan dan kekurangan. Namun demikian, sangat penting untuk lebih meningkatkan pengembangan pariwisata halal karena potensinya yang besar di ranah bisnis. Pariwisata halal telah berkembang menjadi pilihan yang lebih disukai, ini sebuah jalan untuk meraih peluang. Sangat penting untuk mengelola dan memanfaatkan kekuatan dan peluang ini secara efektif.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat saya simpulkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Menjaga lingkungan dan keasrian alam yang ada serta meningkatkan infrastruktur pendukung seperti menambah keberagaman wahana atraksi dan spot foto menarik dan meningkatkan penyelenggaraan atraksi pariwisata saat ini untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan tetap mempertahankan kearifan lokal.

Untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan, disarankan untuk menggunakan jaringan situs web pariwisata regional untuk tujuan promosi. Jaringan ini harus disertai dengan pembuatan data dan informasi yang komprehensif tentang tujuan wisata, dengan memasukkan elemen dokumentasi dan visualisasi.

Meningkatkan sumber daya manusia di sektor pariwisata, terutama dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan yang diberikan. Selain itu, membina keterlibatan sosial dan memberikan bimbingan kepada masyarakat setempat, badan usaha, dan semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam kegiatan pariwisata.

Pemerintah Kabupaten Trenggalek perlu terus meningkatkan fasilitas pelayanan public bagi wisatawan seperti, kenyamanan, kebersihan, pelayanan, penataan objek wisata, memperbaiki dan menambah fasilitas sarana dan prasarana yang belum tersedia seperti hotel berstandar syariah, kamar mandi/toilet yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, dan juga jaringan telekomunikasi semua operator

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, A., & Yulhendri, Y. (2022). Analisis Strategi Kesiapan Dinas Pariwisata Kota Padang Dalam Menyelenggarakan Wisata Halal. *Jurnal Salingka Nagari*, 01(2), 110–125.
<https://jsn.ppj.unp.ac.id/index.php/jsn/article/view/27%0Ahttps://jsn.ppj.unp.ac.id/index.php/jsn/article/download/27/17>
- Alyani, F. (2020). Pengaruh Jumlah Objek Wisata dan Jumlah Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 212–222. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8763>
- BPS. (2023). *Kabupaten Trenggalek Dalam Angka*.
- Burnita, T. (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Halal Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat (Studi pada Objek Wisata Barbate Aceh Barat). In *Frontiers in Neuroscience*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Fahham, A. M. (2017). Tantangan Pengembangan Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 65–79.
- Ferdiansyah, H. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Tornare*, 2(1), 30–34. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25831>
- Harisudin, M. (2019). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 109–121. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>
- Herpiana, Y. A. (2021). *Strategi Pengembangan Wisata Pantai Prigi Guna Meningkatkan Perekonomian Kabupaten Trenggalek Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Marina, N., Marini, Y., Arnita, V., & Ridha, M. (2023). Potensi Wisata Halal Tepi Sungai Terhadap Perekonomian Masyarakat di Desa Suka Jaya Batubara. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosisal*, 10(1), 133–137. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>
- Maya, S. (2018). *Analisis Pertumbuhan dan Efektifitas Penerimaan Pajak Hotel dan Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palu*. 43(1), 119–128.
- Mirfa. (2019). *Implementasi Perda Syariah Terhadap Penerapan Pariwisata Halal di Pantai Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nugrahani, D. F. (2008). Metode Penelitian Kualitatif. In *Cakra Book*. <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpd/pb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Nuraini, E. (2019). Potensi Prospek Wisata dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus : Kota Bandung). *Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 93–104. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/baskara/article/view/5699>
- Palupi, M. (2017). Pentingnya Optimalisasi Wisata Halal: Kajian Perkembangan Wisata Halal di Indonesia. *Research Gate*, 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/320015620>
- Pradikta, A. (2013). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Pati. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4), 246–256.
- Ptariwi, S. R. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata

- Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78–90. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.12985>
- Puspitasari, I. (2011). Analisis Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batu Periode Tahun 2011-2015. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 11–15. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/article/view/7720>
- Rafa'al, M. (2017). Gaya Komunikasi Pemasaran di Pemerintah: Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(1), 46–61. <https://doi.org/10.25139/jsk.v1i1.63>
- Rahmi, A. N. (2020). Perkembangan Pariwisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1–22. <https://doi.org/10.32678/ijei.v11i1.226>
- Rizkhi, C. (2016). Peran Sektor Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Banyuwangi Pada Tahun 2010-2014. In *Fakultas Ekonomi Universitas Jember*. Universitas Jember.
- Sayekti, N. W. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. *Kajian*, 24(3), 159–171. <https://studipariwisata>.
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sosial Politik*, 4(2), 49–72. <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>
- Surur Fadhil. (2020). Wisata Halal; Konsep dan Aplikasi. In *Alauddin University Press*.
- Wulandari, R. D., & Indahsari, K. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. *1st E-Proceeding SENRIABDI 2021*, 1(1), 329–343.