

## ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN WISATA HALAL PADA DESTINASI WISATA ISTANA KOTA LAMA TANJUNGPINANG

Luthfi Yudhistira<sup>1</sup>, Rian Martin Silitonga<sup>2</sup>, Dwi Marthalina<sup>3</sup>, Dessy Olivia Tampubolon<sup>4</sup>  
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji  
luthfiy19@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pengembangan wisata halal pada destinasi wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah kuantitatif deskriptif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 50 responden yang terdiri dari mahasiswa, masyarakat, dan wisatawan setempat. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa objek wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang berdasarkan analisis SWOT berada pada kuadran II dimana kondisi objek wisata tersebut menguntungkan karena memiliki kekuatan, tetapi tetap waspada terhadap ancaman yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi atau *strength-threat* (ST). Meskipun objek wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang memiliki beberapa kelemahan dan ancaman yang cukup besar, tetapi objek wisata tersebut dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk membuat objek wisata tersebut bertahan dan berkembang.

Kata kunci: Potensi pengembangan, Wisata halal, Tanjungpinang.

### ABSTRACT

*This study analyzed the potential for developing halal tourism at the Tanjungpinang Old City Palace tourist destination. The research method used by the author is descriptive quantitative. The sample in this study amounted to 50 respondents consisting of students, the community, and local tourists. The data collection technique used a questionnaire in a google form. The data analysis technique used is SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat). The results showed that the Tanjungpinang Old City Palace tourist attraction based on a SWOT analysis was in quadrant II where the condition of the tourist attraction was profitable because it had strength but remained alert to existing threats. In these conditions, the strategy that must be applied is to use strength to take advantage of long-term opportunities utilizing a diversification or strength-threat (ST) strategy. Although the Tanjungpinang Old City Palace tourist attraction has several weaknesses and considerable threats, this tourist attraction can take advantage of existing strengths and opportunities to make the tourist attraction survive and develop.*

*Keywords: Development potential, Halal tourism, Tanjungpinang.*

### PENDAHULUAN

Sektor perekonomian Islam yang mengalami pertumbuhan cukup signifikan adalah pariwisata syariah. Pariwisata merupakan industri hilir yang terus mengalami perkembangan luar biasa dari yang bersifat konvensional (massal, liburan, dan hanya *sightseeing*) mengarah pada pemenuhan gaya hidup. *Trend* wisata syariah sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang mulai berkembang pesat. Menurut *Pew Research Center*, jumlah penduduk muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 Miliar atau 23 persen jumlah penduduk dunia. Jumlah penduduk muslim tersebut merupakan urutan kedua setelah umat kristiani sebesar 2,2 Miliar atau 31 persen

penduduk dunia, dan diperkirakan hingga tahun 2050 penduduk muslim mencapai 2,8 Miliar atau 30 persen penduduk dunia (Fardila *et al.*, 2020). Berdasarkan data Thomson Reuters yang diambil dari 55 negara dalam Global Islamic Economy Report 2017-2018, total pengeluaran muslim dunia pada tahun 2013 di sektor makanan dan minuman halal mencapai USD 1.292 miliar atau sebesar 10,8 persen dari pengeluaran kebutuhan makan dan minum penduduk dunia dan akan mencapai USD 2.357 miliar atau 21,2 persen dari pengeluaran kebutuhan makanan dan minuman global pada 2019. Keberadaan industri pariwisata halal menjadi varian baru industri pariwisata yang sudah ada. Beberapa negara di dunia telah menggarap industri pariwisata syariah lebih intens daripada Indonesia, diantaranya Malaysia, Thailand, Singapura, Korea, Jepang, Taiwan, dan Cina.

Warisan budaya dan agama dengan keragaman suku, etnis, bahasa, dan adat kebiasaan menjadi potensi dalam pengembangan pariwisata. Secara khusus, umat Islam sebagai mayoritas masyarakat di Indonesia tentunya memiliki keunikan yang menjadi ciri khas bangsa dengan destinasi pariwisata yang ada, seperti keraton, masjid, benda-benda pusaka, makam, hingga kuliner yang dimilikinya (Jaelani *et al.*, 2016). Pada tahun 2013, Indonesia melalui Kementerian Pariwisata telah menetapkan empat belas provinsi untuk menjadi destinasi wisata halal unggulan, yaitu Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Kepulauan Riau, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali (Yusrizal, 2018). Kota Tanjungpinang merupakan ibu kota Provinsi Kepulauan Riau yang sedang mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik dari segi ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, kesehatan, dan pariwisata tentunya. Sebagai ibu kota Provinsi Kepulauan Riau, Tanjungpinang memiliki sejarah yang panjang, dari menjadi pusat kerajaan Riau-Lingga, Kabupaten di Kepulauan Riau, hingga sekarang beralih status menjadi ibu kota Provinsi. Dengan sejarah tersebut, tentunya terdapat banyak objek wisata sejarah yang bisa dikunjungi selain wisata alamnya yang menarik, salah satunya wisata halal pada destinasi wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang.

Istana Kota Lama merupakan objek wisata halal yang memiliki pemandangan yang indah nan asri. Akan tetapi, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Istana Kota Lama Tanjungpinang. Disamping itu, kondisi Istana Kota Lama saat ini kurang terawat dari pihak pemerintah maupun masyarakat setempat. Maka perlu dilakukan penelitian yang menganalisis potensi pengembangan destinasi wisata halal di Kota Tanjungpinang dan strategi yang tepat untuk mengembangkan wisata halal di Kota Tanjungpinang. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana potensi pengembangan wisata halal pada destinasi wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi pengembangan wisata halal pada destinasi wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang.

## KAJIAN TEORI

Menurut Mayers (Wahyuni & Rahmawati, 2021) pariwisata dapat diartikan sebagai aktivitas perjalanan sementara dari tempat tinggal asli ke tujuan, seperti memuaskan rasa ingin tahu dan menghabiskan waktu luang dan liburan daripada menenangkan diri atau mencari nafkah. Pariwisata syariah adalah suatu konsep baru untuk mengembangkan pariwisata nasional Islam dari segala penjuru dunia. Menurut Gretzel (Ferdiansyah *et al.*, 2020) pariwisata syariah atau yang biasa lebih dikenal dengan pariwisata halal adalah pariwisata yang mengedepankan nilai keislaman disetiap aktivitas yang dilaksanakan. Kurniawan *et al.* (2016) menyatakan bahwa wisata halal dapat didefinisikan sebagai penawaran paket wisata dan destinasi wisata yang secara khusus dirancang untuk melayani wisatawan sesuai kepercayaan muslim. Pariwisata halal masih banyak yang memaknai atau menyamakannya dengan wisata religi, yaitu kunjungan ke tempat ibadah untuk berziarah atau tempat ibadah lainnya. Padahal, pariwisata halal tidak hanya terfokus pada objek saja, tetapi perilaku saat melaksanakan perjalanan dan fasilitas pendukung lainnya (Priyadi, 2016).

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya (Anindita, 2015). Pengembangan pariwisata bertujuan agar lebih banyak wisatawan datang pada suatu kawasan wisata, lebih lama tinggal, dan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat wisata yang mereka kunjungi sehingga dapat menambah devisa untuk negara bagi wisatawan asing, dan menambah pendapatan asli daerah untuk wisatawan lokal. Disamping itu juga bertujuan untuk memperkenalkan dan memelihara kebudayaan di kawasan pariwisata tersebut sehingga keuntungan dan manfaatnya juga bisa dirasakan oleh penduduk sekitar khususnya (Supriyadi *et al.*, 2021).

Menurut Rangkuti (Dj. Rusmawati, 2017) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Menurut Galavan (2014), analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan atau mengetahui tingkat kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman pada Istana Kota Lama Tanjungpinang

yang diharapkan dapat memberikan suatu rumusan untuk mengembangkan destinasi wisata yang nantinya dapat diterapkan oleh pengelola tempat wisata ini.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat dan wisatawan setempat yang telah berkunjung ke Istana Kota Lama Tanjungpinang dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Sampel yang digunakan oleh peneliti berjumlah 50 responden yang terdiri dari mahasiswa, masyarakat, dan wisatawan setempat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form*. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis SWOT dengan pendekatan kuantitatif, yang terdiri dari *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Istana Kota Lama Tanjungpinang terletak di Kelurahan Kampung Bugis, Kecamatan Tanjungpinang Kota tepatnya dekat Jembatan Engku Puteri Raja Hamidah. Jarak tempuh menuju kawasan objek wisata kurang lebih 8 KM dari pusat Kota Tanjungpinang. Angkutan umum tersedia untuk menuju objek wisata dengan tarif yang relatif murah. Sehingga wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, mampu mencapai lokasi objek wisata dengan mudah.

Dalam melakukan penelitian, peneliti membagikan kuesioner melalui *google form* kepada 50 responden. Kuesioner yang diberikan memuat indikator SWOT dimana masing-masing indikator memiliki 5 pernyataan. Setelah memperoleh hasil kuesioner, penulis kemudian menghitung nilai *rating* berdasarkan jawaban para responden dan mengelompokkan data tersebut menjadi dua, yaitu faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal. Berikut adalah hasil analisis SWOT berdasarkan faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal.

**Tabel 1.** Analisis SWOT Faktor Internal

No	Faktor Internal	Nilai Rating	Status
1.	Pemandangan yang indah, asri dan berkesan bagi pengunjung	3.26	Kekuatan
2.	Tersedianya mushola/masjid, tempat makan halal, air bersih dan toilet	2.22	Kelemahan
3.	Lokasi strategis dan kondisi jalan baik tanpa hambatan	3.12	Kekuatan
4.	Terdapat peraturan bagi pengunjung dan memiliki pemandu wisata yang komunikatif	3.30	Kekuatan
5.	Tersedianya tempat sampah sehingga pengunjung tidak membuang sampah sembarangan	2.18	Kelemahan
6.	Ketersediaan informasi mudah didapatkan	2.42	Kelemahan
7.	Tersedia jaringan internet yang memadai guna memberikan kemudahan berkomunikasi dan mengakses internet bagi pengunjung	3.28	Kekuatan
8.	Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki	2.44	Kelemahan
9.	Menyediakan sarana yang menarik dan memadai sesuai kebutuhan pengunjung untuk menikmati keindahan objek wisata ini	3.36	Kekuatan
10.	Tersedianya sistem keamanan dan pengawasan yang memberikan kemudahan	2.40	Kelemahan

Sumber: Data diolah, 2021

**Tabel 2.** Analisis SWOT Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Nilai Rating	Status
1.	Pertumbuhan industri pariwisata di Kota Tanjungpinang sangat tinggi	3.18	Peluang
2.	Terdapat objek wisata lain yang lebih menarik bagi wisatawan	3.42	Ancaman
3.	Pemerintah sangat mendukung usaha	3.00	Peluang
4.	Kerjasama penjualan tiket tour dengan hotel sekitar lingkungan	3.06	Peluang
5.	Terdapat perusakan aset-aset oleh pihak yang tidak bertanggung jawab	2.78	Ancaman
6.	Kurangnya kesadaran masyarakat/pengunjung akan pentingnya pelestarian budaya, seni dan kesejarahan	3.02	Ancaman
7.	Menerapkan pembayaran non tunai ( <i>cashless</i> ) agar praktis dan efisien	3.12	Peluang
8.	Musim hujan membuat akses jalan menjadi buruk	3.00	Ancaman
9.	Pengintegrasian dengan jaringan <i>Blockchain</i> untuk meningkatkan kunjungan wisatawan	3.24	Peluang
10.	Maraknya tindak kejahatan	2.52	Ancaman

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan analisa faktor strategi internal dan eksternal diatas, maka dapat menentukan faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dengan memisahkan dari faktor internal dan eksternal yang sudah ditetapkan tersebut. Proses identifikasi tersebut berdasarkan pada hasil rekapitulasi jawaban kuesioner dari hasil *rating*.

Setelah mengelompokkan hasil data yang diperoleh, selanjutnya adalah menghitung *score* masing-masing kuesioner dengan mengkalikan bobot dengan *rating* yang diperoleh. Bobot dari faktor internal antara 0,038 (tidak penting) sampai dengan 0,154 (sangat penting). Bobot dari faktor eksternal antara 0,042 (tidak penting) sampai dengan 0,167 (sangat penting). Bobot yang diberikan pada masing-masing faktor menunjukkan tingkat kepentingan dari suatu faktor terhadap keberhasilan pengembangan wisata halal destinasi wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang. Adapun hasil *score* dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

**Tabel 3.** Perhitungan IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

PERHITUNGAN NILAI SCORE FAKTOR INTERNAL				
NO	KEKUATAN	BOBOT	RATING	SCORE
1	Pemandangan yang indah, asri dan berkesan bagi pengunjung	0.077	3.26	0.251
2	Lokasi strategis dan kondisi jalan baik tanpa hambatan	0.115	3.12	0.360
3	Terdapat peraturan bagi pengunjung dan memiliki pemandu wisata yang komunikatif	0.077	3.30	0.254
4	Tersedia jaringan internet yang memadai guna memberikan kemudahan berkomunikasi dan mengakses internet bagi pengunjung	0.115	3.28	0.378
5	Menyediakan sarana yang menarik dan memadai sesuai kebutuhan pengunjung untuk menikmati keindahan objek wisata ini	0.077	3.36	0.258
<b>SUBTOTAL</b>		<b>0.462</b>		<b>1.502</b>

PERHITUNGAN NILAI SCORE FAKTOR INTERNAL				
NO	KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SCORE
1	Tersedianya mushola/masjid, tempat makan halal, air bersih dan toilet	0.115	2.22	0.256
2	Tersedianya tempat sampah sehingga pengunjung tidak membuang sampah sembarangan	0.154	2.18	0.335
3	Ketersediaan informasi mudah didapatkan	0.154	2.42	0.372
4	Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki	0.077	2.44	0.188
5	Tersedianya sistem keamanan dan pengawasan yg memberikan kemudahan	0.038	2.40	0.092
<b>SUBTOTAL</b>		<b>0.538</b>		<b>1.244</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>2.745</b>

Sumber: Data diolah, 2021

**Tabel 4.** Perhitungan EFAS (External Factor Analysis Summary)

PERHITUNGAN NILAI SCORE FAKTOR EKSTERNAL				
NO	PELUANG	BOBOT	RATING	SCORE
1	Pertumbuhan industri pariwisata di Kota Tanjungpinang sangat tinggi	0.167	3.18	0.530
2	Pemerintah sangat mendukung usaha	0.083	3.00	0.250
3	Kerjasama penjualan tiket tour dengan hotel sekitar lingkungan	0.083	3.06	0.255
4	Menerapkan pembayaran non tunai ( <i>cashless</i> ) agar praktis dan efisien	0.083	3.12	0.260
5	Pengintegrasian dengan jaringan Blockchain untuk meningkatkan kunjungan wisatawan	0.042	3.24	0.135
<b>SUBTOTAL</b>		<b>0.458</b>		<b>1.430</b>

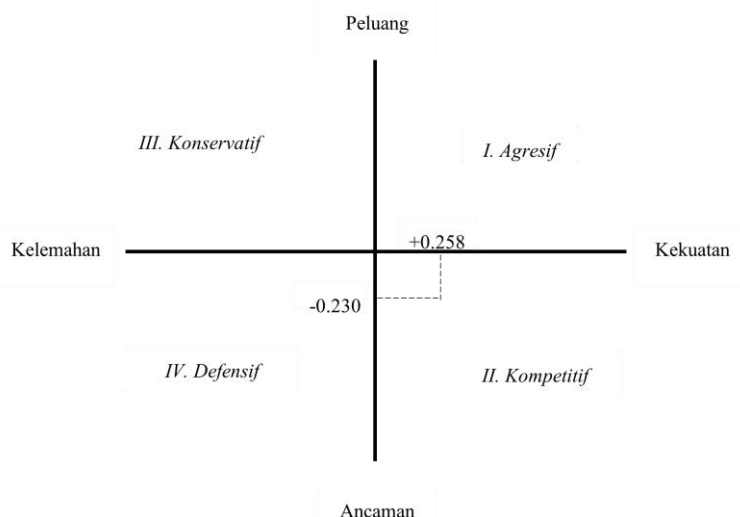
PERHITUNGAN NILAI SCORE FAKTOR EKSTERNAL				
NO	ANCAMAN	BOBOT	RATING	SCORE
1	Terdapat objek wisata lain yang lebih menarik bagi wisatawan	0.167	3.42	0.570
2	Terdapat perusakan aset-aset oleh pihak yang tidak bertanggung jawab	0.083	2.78	0.232
3	Kurangnya kesadaran masyarakat/pengunjung akan pentingnya pelestarian budaya, seni dan kesejarahan	0.167	3.02	0.503
4	Musim hujan membuat akses jalan menjadi buruk	0.083	3.00	0.250
5	Maraknya tindak kejahatan	0.042	2.52	0.105
<b>SUBTOTAL</b>		<b>0.542</b>		<b>1.660</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3.090</b>

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan dari IFAS dan EFAS yang telah dilakukan, penulis memperoleh nilai skor sebagai berikut:

1. Faktor Kekuatan (*Strength*) : 1.502
2. Faktor Kelemahan (*Weakness*) : 1.244
3. Faktor Peluang (*Opportunity*) : 1.430
4. Faktor Ancaman (*Threat*) : 1.660

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa untuk faktor kekuatan memperoleh nilai skor 1.502 dan skor nilai kelemahan yakni 1.244 dengan selisih skor +0.258. Kemudian faktor peluang memperoleh nilai skor 1.430 dan skor nilai ancaman yaitu 1.660 dengan selisih skor sebesar -0.230. Dari hasil identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal tersebut, maka dapat digambarkan dalam diagram matriks SWOT sebagai berikut:



**Gambar 1.** Diagram Matriks SWOT

Berdasarkan gambar diagram matriks di atas menunjukkan bahwa objek wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang berada pada kuadran II dimana kondisi objek wisata tersebut menguntungkan karena memiliki kekuatan, tetapi tetap waspada terhadap ancaman yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi atau *strength-threat* (ST). Meskipun objek wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang memiliki beberapa kelemahan dan ancaman yang cukup besar, tetapi objek wisata tersebut dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk membuat objek wisata tersebut bertahan dan berkembang.

Adapun beberapa strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT yang telah dilakukan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)
  - a. Mengikuti tren wisata halal yang sedang *hits* di Kota Tanjungpinang mengingat pemandangan wisata Istana Kota Lama indah dan asri.
  - b. Melakukan kerja sama dengan pemerintah dengan menjadikan wisata halal istana kota lama menjadi salah satu tujuan wisata halal utama bagi penentuan objek tujuan pengunjung.
  - c. Mengoptimalkan jaringan internet yang memadai guna penerapan pembayaran non tunai (*cashless*).

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)
  - a. Melakukan perbaikan terhadap sarana dan prasarana seperti tempat ibadah, toilet, dan yang lainnya.
  - b. Melakukan penataan terhadap wisata halal Istana Kota Lama agar lebih terlihat rapi, bersih, dan estetik sehingga banyak pengunjung yang berminat untuk mengunjungi.
  - c. Melakukan promosi untuk wisata halal Istana Kota Lama demi meningkatkan jumlah pengunjung yang datang melalui media sosial.
3. Strategi ST (*Strength-Threat*)
  - a. Menambahkan sarana yang menarik seperti spot untuk wisatawan berfoto agar wisata halal Istana Kota Lama menjadi lebih menarik daripada objek wisata lainnya.
  - b. Dengan jaringan internet yang memadai, pengelola dapat melakukan *campaign* untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian budaya, seni dan kesejarahan.
  - c. Mempertegas sanksi terhadap kerusakan aset-aset oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dengan melibatkan masyarakat dalam perlindungan warisan budaya.
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)
  - a. Memperbaiki dan menghidupkan fasilitas yang ada agar tidak kalah saing dengan wisata halal sejenis yang lebih unggul.
  - b. Mengajak masyarakat sekitar untuk ikut berkontribusi dalam perlindungan kawasan objek wisata Istana Kota Lama.
  - c. Membuat kebijakan secara tertulis dan di-sahkan oleh pihak terkait yang berwenang untuk menetapkan kebijakan guna pemberdayaan tenaga kerja seperti pemandu wisata, penjual makanan halal dan *security*.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian pada yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa potensi pengembangan wisata halal pada destinasi wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang melalui analisis SWOT berada pada kuadran dua. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata berada dalam kondisi menguntungkan. Pengelola tersebut memiliki kekuatan untuk meningkatkan kunjungan meskipun terdapat ancaman yang dapat diatasi jika menggunakan strategi yang tepat. Oleh sebab itu, destinasi wisata Istana Kota Lama Tanjungpinang harus dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh pengelola untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah strategi diversifikasi atau *strength-threat*.



## REFERENSI

- Anindita, M. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Dj Rusmawati, Y. 2017. Penerapan Strategi Segmentasi Pasar dan *Positioning* Produk Dengan Pendekatan Analisis SWOT Untuk Peningkatan Penjualan Pada UD. Surya Gemilang Motor di Surabaya. *Jurnal EKBIS*, 17(1).
- Fardila, U.A., Imamah, F.M., & Dewi, I.S. 2020. Why Islam is The World Fastest Growing Religious Group Despite of Terrorism Issues? An Initial Research of Terrorism Issues and Islam Awareness. *JARES (Journal of Academic Research and Sciences)*, 5(1), 1-13.
- Ferdiansyah, H., Endyana, C., Rachmat, H., & Khadijah, U.L.S. 2020. Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Tornare: Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(1), 30-34.
- Galavan, R. 2014. *Doing Business Strategy*. Ireland: NuBooks.
- Jaelani, A., Setyawan, E., & Hasyim, N. 2016. Religious Heritage Tourism and Creative Economy in Cirebon: The Diversity of Religious, Cultures and Culinary. *Journal of Social and Administrative Sciences*, 3(1), 63-76.
- Kurniawan, F., Soeprijanto, A., Guntur, H.K., Wardhana, M., Abadi, I., & Sayyida. 2018. Pemetaan Potensi Wisata Halal di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, Indonesia. *Dinar: Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 6(2), 1-12.
- Priyadi, U. 2016. *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Supriyadi. Rahman, A., Fauzan., & Hana, U.A. 2021. Optimalisasi Pariwisata Syariah Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Lokal Masyarakat Madura. *Greenomika*, 3(2), 56-66.
- Wahyuni, S. & Rahmawati. 2021. Analisis Potensi Pariwisata Syariah di Nusa Tenggara Barat (Studi Kasus Pantai Lwata di Kota Bima). *Ar-Ribh: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 62-75.
- Yusrizal, Y. & Suparmin, S. 2018. Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Propinsi Sumatera Utara. *TANSIQ: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2), 191-222.