

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA HALAL KOTA BOGOR DENGAN MENGOPTIMALKAN INDUSTRI KREATIF

by Dina Hariani

Submission date: 06-Dec-2019 09:08AM (UTC+0000)

Submission ID: 1228475391

File name: Jurnal_Dina_Hariani_revision.pdf (255.49K)

Word count: 3691

Character count: 22625

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA HALAL KOTA BOGOR DENGAN MENGOPTIMALKAN INDUSTRI KREATIF

Dina Hariani²² Seruni Dinitri
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Jalan Curug Mekar No.17 Yasmin Bogor 16113,
Jawa Barat, Indonesia
E-mail: bhi.dinahariani@gmail.com, seruni.dinithree@gmail.com

¹⁹ Kota Bogor adalah salah satu kota yang berada di provinsi Jawa Barat, Indonesia yang berpotensi sebagai destinasi wisata Halal. Salah satu cara untuk mengembangkan destinasi wisata Halal dapat dilakukan melalui industri kreatif. Wisata Halal memerlukan proses kreatif dari berbagai *stakeholder* yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangannya. Pertama, industri kreatif dapat mengembangkan potensi wisata Halal dari berbagai aspek seperti konsumsi Halal, biro perjalanan, restoran Halal, spa syariah dan penyediaan lainnya. Kedua, memberikan pengenalan kepada wisatawan terkait budaya dan kreasi anak bangsa yang sajikan dalam bentuk islami. Ketiga, industri kreatif juga dapat memberikan peluang bisnis bagi para pelaku ekonomi yang sesuai dengan aturan agama Islam.

Saat ini Kota Bogor sudah identik dengan wisata kuliner yang semakin lama semakin menjamur. Selain itu juga ditemukan berbagai outlet-outlet baju baik yang umum maupun khusus untuk muslimah. Demikian juga ditemukan beberapa salon khusus untuk muslimah bahkan khusus untuk pria. Untuk mengembangkan wisata Halal diperlukan adanya strategi terutama dalam pengoptimalan industri kreatif sehingga menjadi semakin terarah dan tujuan kepariwisataan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dapat tercapai.

³² Penelitian ini bertujuan mendapatkan jawaban mengenai potensi wisata Halal yang ada di kota Bogor, dan mencari strategi pengembangan industri kreatif yang bisa digunakan dalam pengembangan wisata Halal di kota Bogor terutama di kawasan Bangbarung. Dalam aspek akademik, penelitian ini mencoba menganalisis makna wisata Halal bagi pelaku wisata di kota Bogor dan potensi wisata Halal di kota Bogor dengan menggunakan industri kreatif sehingga membantu para ilmuwan, peneliti atau akademisi dalam mengkaji manfaatnya secara optimal dalam mengembangkan pariwisata daerah. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi tambahan referensi ilmu pengetahuan dalam bidang pariwisata. Dalam aspek praktik, penelitian ini dapat membantu pemerintah daerah dan swasta dalam perencanaan pengembangan, implementasi dan mengevaluasi program-program yang berkaitan dengan pariwisata dan kepariwisataan Kota Bogor. Pengembangan industri kreatif di wisata ³¹ Hal diharapkan dapat membantu meningkatkan pengetahuan para pelaku usaha dan SDM (Sumber Daya Manusia) yang bergerak di bidang pariwisata.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, kualitatif, dan analisis EFAS IFAS serta analisis SWOT

Kata Kunci: Wisata Halal, Bogor, Industri Kreatif

Pendahuluan

Tren wisata Halal dunia meningkat seiring dengan perkembangan industri pariwisata di seluruh dunia. Wisata Halal juga meningkat menjadi salah jenis wisata baru yang patut dikembangkan. Crecent Ratin¹⁸ yang merupakan konsultan wisata Halal menjelaskan bahwa jika dilihat dari populasi Muslim di dunia sebanyak 1,8 milyar atau sekitar 28% dari total populasi dunia sebesar 6,4 miliar yang tersebar di 148 negara potensi terhadap pasar untuk pengembangan wisata Halal (Muslim) sangat besar dari total Muslim di dunia, 62% Muslim berasal dari Asia Pasifik atau sama dengan sekitar 972 juta jiwa. Maka dari itu, muncullah wisata Halal sebagai tren dari pariwisata saat ini.

Melihat tren tersebut, Indonesia sebagai negara dengan jumlah muslim terbanyak juga sedang fokus mengembangkan pariwisata Halal. Berbagai cara dilakukan agar Indonesia dapat bersaing dengan negara Asia Tenggara lain dalam menarik wisatawan lokal maupun internasional. Di tahun 2019 ini Pemerintah Indonesia dapat berbangga hati karena mampu membuktikan potensinya sebagai destinasi wisata Halal terbaik di dunia bersanding dengan Malaysia menempati peringkat pertama destinasi Wisata Halal berdasarkan standar Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 mengungguli 130 destinasi dari seluruh dunia. Menteri Pariwisata Arief Yahya mengharapkan dengan Indonesia menjadi destinasi Wisata Halal terbaik dunia maka akan semakin banyak mengundang minat wisatawan muslim dunia berkunjung ke Indonesia.

Berdasarkan Global Muslim Travel Index (GMTI) hal-hal yang dianalisis dalam kriteria wisata Halal adalah berdasarkan 4 (empat) kriteria penilaian strategis, yaitu Akses, Komunikasi, Lingkungan, dan Layanan. Sebuah destinasi wisata dapat dikatakan sebagai wisata Halal jika memenuhi kebutuhan utama wisatawan muslim. Dikutip dari GMTI (2019), ada 6 kebutuhan utama wisatawan muslim pada saat sedang berwisata, yaitu : tersedianya makanan halal (tidak ada alkohol, daging babi, dan sejenisnya), tersedianya fasilitas ibadah atau tempat sholat, kamar mandi dengan air untuk wudhu, pelayanan saat bulan Ramadhan, misalnya santapan berbuka dan sahur, pencantuman label non-Halal apabila terdapat makanan yang tidak Halal, dan fasilitas rekreasi yang menjaga privasi, tidak bercampur secara bebas.

Kota Bogor sendiri terletak di provinsi Jawa Barat dan terletak tidak jauh dari Ibukota negara. Letak Kota Bogor berjarak kurang lebih 60 kilometer dari Jakarta. Kota Bogor memiliki iklim udara yang sejuk karena mempunyai daya tarik wisata alam yang alami yaitu Kebun Raya Bogor serta terkenal dengan wisata kulinernya sehingga

membuat banyak wisatawan rela mendatangi kota ini dengan motivasi yang berbeda-beda.

Tinjauan Pustaka

Wisata Halal merupakan konsep yang relatif baru dalam industri pariwisata. Pariwisata Halal telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata Halal merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup dan kebutuhan wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata Halal merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT (Munirah, 2012).

Definisi pariwisata Halal menurut Kementerian Pariwisata Indonesia tahun 2012 adalah seluruh kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Di dalam Takayoki, Muri (2014) disebutkan "*Halal is an Arabic word which means lawful in Sharia, and refers to what a Muslim can eat satisfactorily. In general it is required to carry out the contraindications of pork, alcohol, and its derivative, and to be processed according to Sharia also about the other foods, and it is also forbidden that Halal food and the other food contact.*"

Apa yang dilakukan dalam ketentuan hukum Syariah disebut Halal. Sedangkan kebalikannya disebut haram atau Non-Halal. Status Halal ditujukan kepada makanan, kosmetik, dan lain-lain yang diproduksi tanpa menggunakan produk babi, alkohol, dan lain-lain yang memang dilarang dalam agama Islam. Bahkan makanan seperti ayam dan daging pun mesti diproses mulai dari penyembelihannya sampai dengan proses masak dengan menggunakan cara Islam. Selain itu, proses keseluruhan dari seluruh proses bahan makanan, seperti jalur produksi, penyimpanan, transportasi, penyajian, dan penjualannya harus dengan cara yang Halal atau sesuai dengan syariat Islam. Saat ini telah terjadi evolusi dalam industri Halal hingga penyebarannya meluas ke berbagai produk, seperti produk keuangan (perbankan dan asuransi) produk gaya hidup (*travel*, hospitalitas, rekreasi, mall dan perawatan kesehatan). Sektor ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk gaya hidup di sektor pariwisata adalah wisata Halal.

Menurut Howkins (2001), ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana *input* dan *output*-nya adalah gagasan. Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya paling baru, tapi juga tidak terbatas, seperti ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Di era kreatif ini nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, akan tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui 5 (lima) perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak

bisa bersaing di pasar global hanya dengan mengandalkan harga atau kualitas produk, tetapi harus bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Terdapat beberapa sub-sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Beberapa sub sektor tersebut adalah: Periklanan, Arsitektur, Pasar Barang Seni, Kerajinan, Desain, Fesyen, Video, Film dan Fotografi, Permainan Interaktif, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan dan Percetakan, Layanan Komputer dan Peranti Lunak, Televisi dan Radio, Riset dan Pengembangan, dan Kuliner.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hal ini dilakukan atas dasar pertimbangan bahwa metode penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian secara sistematis, faktual dan akurat fakta, karakteristik dan hubungan antar fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2010).

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk membuat peringkat data kualitatif sehingga lebih mudah untuk menarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2010) dijelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data berupa angka atau data kualitatif yang diharapkan sedangkan pendekatan kualitatif bertujuan agar peneliti mendapatkan informasi dalam melihat potensi pariwisata Halal di Bogor khususnya di kawasan Bangbarung.

Penelitian Strategi Pengembangan Wisata Halal Kota Bogor Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif ini akan menggunakan Kawasan Bangbarung yang ada di kota Bogor. Industri kreatif yang diteliti dalam penelitian ini adalah kuliner, spa, dan fesyen.

Tabel 1. Tahapan Penelitian

Tahap Pengenalan Masalah	Tahap Pengumpulan Data	Tahap Analisis	Tahap Implementasi
1. Perkembangan wisata Halal di Indonesia 2. Potensi pengembangan wisata Halal di Kota Bogor 3. Perkembangan Industri kreatif yang ada di Bogor 4. Hasil penelitian yang relevan 5. Tersusunnya permasalahan, ²⁶ uan,luaran disertai dengan teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan	1. Pengumpulan data primer dan sekunder: 1. Dokumentasi 2. Observasi 3. Studi pustaka 4. Wawancara 5. Kuesioner 2. Pelaksanaan Pengumpulan data 3. Melakukan validasi data	1. Pengolahan data untuk kuesioner 2. Melakukan analisis IFAS dan EFAS 3. Melakukan analisis SWOT	Penentuan strategi pengembangan wisata Halal pada industri kreatif di Kota Bogor

Sumber : Data olahan peneliti, 2019

Tabel 2. Matrik Operational Variabel (MOV)

Variabel	Dimensi	Indikator	Kriteria
Crescent Rating (2009) dalam IMTI (2019)	<i>Attraction</i>	Makanan Halal Pelayanan pada saat Ramadhan Minuman Non Alkohol Pakaian Penjaga	Tempat kuliner mempunyai logo / bersertifikasi Halal Terdapat paket Ramadhan Tidak terdapat tempat kuliner yang menyajikan alkohol Pakaian yang digunakan penjaga/ Waiter/es sesuai

			akidah Islam
	<p><i>Amenity</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Restoran / tempat makan dan minum - Salon / Spa Muslimah 	<p>Fasilitas Sholat</p> <p>Tempat wudhu</p> <p>Toilet</p> <p>Spa/ Salon</p> <p>Toko Muslim/ Muslimah</p> <p>Tour & Travel</p>	<p>Terdapat fasilitas sholat yang lengkap</p> <p>Terdapat tempat wudhu yang terpisah, bersih dan nyaman</p> <p>Terdapat toilet terpisah wanita dan pria</p> <p>Toilet bersih dan nyaman</p> <p>Terdapat fasilitas spa terpisah pria dan wanita</p> <p>Terdapat fasilitas toko muslim / Muslimah yang fashionable</p> <p>Terdapat paket wisata Halal</p> <p>Terdapat pramuwisata khusus wisata Halal</p>
	<p><i>Accessibility</i></p>	<p>Akses menuju ke Kawasan Bangbarung</p> <p>Informasi mengenai Kawasan Bangbarung sebagai sentral wisata Halal</p>	<p>Terdapat kemudahan transportasi publik menuju Kawasan bangbarung</p> <p>Terdapat kemudahan akses jalan menuju Kawasan Bangbarung</p> <p>Tersedia paket wisata Halal</p> <p>Tersedia pramuwisata</p>
	<p><i>Ancillary</i></p>	<p>Peran Pemerintah Daerah dan Pusat</p> <p>Peran Industri Kreatif</p>	<p>-Sumber Daya Manusia</p> <p>-Program Pelatihan/ sosialisasi</p>

	Peran MUI	-Strategi Marketing, dll
	Peran Masyarakat	
	Peran Akademisi	
	Peran Masyarakat sekitar	

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

25

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan melaksanakan observasi dan wawancara kepada pelaku usaha di Kota Bogor, Dinas Pariwisata Kota Bogor, MUI Kota Bogor, akademisi serta wisatawan di Kota Bogor, kawasan Bangbarung terpilih sebagai objek penelitian di wilayah kota Bogor. Kawasan Bangbarung memiliki beberapa usaha yang menggunakan konsep industri kreatif dibandingkan kawasan lain yang ada di kota Bogor. Bangbarung terletak di kecamatan Tegal Gundil, Bogor Utara, Kota Bogor. Kawasan Bangbarung sampai dengan saat ini merupakan kawasan wisata kuliner karena hampir sebagian besar kawasan tersebut dipenuhi oleh tempat-tempat makan yang unik dan bervariasi. Berbagai penjual makanan di kawasan tersebut mayoritas menempati bangunan berbentuk rumah, kios atau ruko. Berbagai jenis sajian makanan terdapat di kawasan ini. Sebut saja berbagai macam aneka bakso, ayam, makanan internasional, *seafood* dengan desain fasilitas yang instagramable, sampai minuman kekinian juga berada di kawasan tersebut. Ketika Ramadhan tiba, kawasan ini juga dipenuhi oleh tenda-tenda kecil untuk menyajikan berbagai makanan untuk berbuka puasa.

Tabel 3. Industri Kreatif Kuliner di Bangbarung Area

No	Nama	Lokasi	Keterangan
1	Shirazi Sisha Coffee Eatery	Jl. Bangbarung Raya No. 1, Bogor Utara, Bogor.	Shirazi, sebuah kafe unik di bilangan Bangbarung. Uniknya terletak pada coffeeshop ini menyatu dengan tempat shisha, karena memang belum pernah ada yang menggabungkan keduanya seperti ini.
2	Imah Nini	Jl. Bangbarung Raya No.6C, Bogor Utara, Bogor	Kafe yang berlokasi di Jalan Bangbarung Raya ini memang terkesan mungil. Ruangannya tak luas tapi cukup nyaman. Sesuai dengan namanya, berbagai perabotan klasik menghias area kafe, ada piano, mesin tik, sepeda kumbang hingga jam meja tua, mirip seperti di rumah nenek.
3	Kue Putu Rindu	Jalan 21 Bangbarung Raya, Bantar Jati, Tegal Gundil, Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat 16152 Indonesia	Kue putu kekinian yang disajikan masih menggunakan bambu dalam proses pengukusannya sehingga ciri khas kue putu tidak hilang.
4	Kopi Baheula	Jl. Achmad Sobana (Bangbarung Raya) No. 14, Bogor Utara, Bogor	Coffee shop yang menggunakan kopi liong ciri khas kotabogor
5	Warung Urban	Jl. Achmad Sobana No. 2, Bogor Utara, Bogor	Warung kekinian yang menjual berbagai kopi nusantara dan menu – menu anak muda lainnya

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Selain sebagai objek wisata kuliner, kawasan Bangbarung sendiri memiliki toko fesyen untuk wanita Muslim seperti Myra Moslem Fashion Boutique, salon khusus untuk wanita House of Aisyah, berbagai klinik kecantikan dan juga memiliki masjid yang cukup besar yang terletak di tengah dari daerah tersebut.

¹⁶ Kondisi lingkungan internal dan eksternal memiliki faktor-faktor yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang bisa menjadi pengaruh terhadap pengembangan rantai nilai (*value chain*) kualitas produk utama (Kawasan wisata Halal) sehingga analisis data internal dan eksternal dalam mengembangkan produk yang merupakan rantai pendukung (*supply chain*) dikembangkan berdasarkan fenomena pengembangan wisata Halal yang relevan. ⁸

Analisis lingkungan internal pertama adalah memasukkan bobot pada tabel dan rating pada tabel dari masing-masing variabel dan indikator ke dalam matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) berdasarkan hasil kuesioner, wawancara, observasi langsung dan juga berdasarkan penelitian sebelumnya, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Hasil Pembobotan dan Rating Lingkungan Internal

No	Internal Environmental Factors	Bobot	Rata-rata Rating	Rating	Temuan
A	Atraksi				
1	Logo/ sertifikasi Halal	0.09	2.9	0.09	Kekuatan
2	Paket Menu Ramadhan	0.09	2.9	0.09	Kekuatan
3	Bazar Ramadhan	0.09	2.7	0.09	Kekuatan
4	Tidak Disediakan minuman beralkohol	0.10	3.1	0.10	Kekuatan
5	Pakaian Pramusaji sesuai kaidah Islam	0.08	2.8	0.09	Kekuatan
B	Amenity				
1	Fasilitas Sholat	0.10	2.9	0.09	Kekuatan
2	Tempat Wudhu	0.09	2.8	0.09	Kekuatan
3	Toilet	0.10	2.8	0.09	Kekuatan
4	Fasilitas Spa terpisah	0.09	2.9	0.09	Kekuatan
5	Toko Muslim	0.08	2.7	0.09	Kekuatan
6	Paket Wisata Halal	0.08	2.3	0.07	Kelemahan

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Jika rata-rata rating 2.5 ke bawah menandakan secara internal kawasan adalah lemah. Jika diatas 2.5 menandakan secara internal kawasan mempunyai posisi yang kuat

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa para *stake holders* menganggap bahwa berbagai indikator atraksi maupun *amenity* memiliki kekuatan untuk menjadikan

kawasan Bangbarung sebagai kawasan wisata Halal. Namun untuk indikator paket wisata Halal sendiri masih menjadi kelemahan. Hal ini selaras dengan memang belum adanya paket wisata Halal yang ditawarkan pihak *tour* dan *travel* yang berada di kawasan Bangbarung.

Analisis selanjutnya adalah memasukan bobot pada tabel dan rating dari masing-masing variabel dan indikator ke dalam matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS) seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Matrix Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No	Variabel / Indikator	²⁸ Bobot	Rating	Bobot x Rating
A	Attraction			
1	Logo/ sertifikasi Halal	0.09	2.9	0.27
2	Paket Menu Ramadhan	0.09	2.9	0.27
3	Bazar Ramadhan	0.09	2.7	0.24
4	Tidak Disediakan minuman beralkohol	0.10	3.1	0.31
5	Pakaian Pramusaji sesuai kaidah Islam	0.08	2.8	0.22
B	Amenity			
1	Fasilitas Sholat	0.10	2.9	0.29
2	Tempat Wudhu	0.09	2.8	0.26
3	Toilet	0.10	2.8	0.28
4	Fasilitas Spa terpisah	0.09	2.9	0.27
5	Toko Muslim	0.08	2.7	0.22
6	Paket Wisata Halal	0.08	2.3	0.18
TOTAL				2.81

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Dalam analisis eksternal ini upaya yang dilakukan adalah mengetahui seberapa kuat peluang dan ancaman yang berasal dari luar manajemen penyedia jasa pariwisata dalam proses mengembangkan produk pariwisata. Pembobotan dan peratingan dinilai oleh berbagai pemangku kepentingan pariwisata. Adapun hasil pembobotan dan rating yang dilakukan oleh para *stakeholder* berupa:

Tabel 6. Hasil Pembobotan dan Rating Lingkungan Eksternal

No	Faktor Lingkungan Eksternal	Bobot	Rata-rata Rating	Rating	Temuan
C	Ancillary				
1	Peran Pemerintah Pusat dan Daerah	0.25	2.4	0.24	Ancaman
2	Peran LPPOM MUI	0.25	2.4	0.24	Ancaman
3	Peran MUI dalam mendukung Sertifikasi Halal	0.24	2.4	0.24	Ancaman
4	Peran Masyarakat sekitar	0.25	2.8	0.28	Peluang

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Analisis selanjutnya adalah memasukan bobot masing-masing indikator dari tiap-tiap variabel pada lingkungan eksternal sesuai dengan pembobotan pada tabel dan penilaian informan pada tabel. Skor analisis lingkungan eksternal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Matrix Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)

No	Variabel/ Indikator	Bobot	Rating	Bobot x Rating
C	Ancillary			
1	Peran Pemerintah Pusat dan Daerah	0.25	2.4	0.61
2	Peran LPPOM MUI	0.25	2.4	0.61
3	Peran MUI dalam mendukung Sertifikasi Halal	0.24	2.4	0.57
4	Peran Masyarakat sekitar	0.25	2.8	0.71
Total		2.50		

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Strategi umum yang dapat dierncanakan adalah menggunakan kesempatan yang ada sebaik-baiknya, mencoba mengantisipasi dan menanggulangi ancaman yang ada, menggunakan kekuatan sebagai dasar operasional pengelolaan dan memanfaatkannya semaksimal mungkin, serta berupaya untuk mengurangi dan menghilangkan kelemahan yang masih ada.

Berdasarkan pengolahan data, hasil analisis faktor internal dan eksternal telah diperoleh masing - masing total skor faktor internal dan eksternal yaitu 2.81 dan 2.50. Langkah selanjutnya membuat 27 plotting pada matriks internal dan eksternal Matrik IE berupa diagram sembilan sel. Adapun hasil yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Internal – External Matrix

		Total Nilai IFAS 2.81			
Total Nilai EFAS 2.50		4 3.99	3 3	2.99 2	1.99 1
	3.99 3	Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi vertikal)	II Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi horizontal)	III Pertahankan pelihara (pertumbuhan berputar)	
	2.99 2	IV Tumbuh dan bina	V Pertahankan dan pelihara	VI Panen dan divestasi (kawasan terkait atau jual habis kewaspadaan)	
	1.99 1	VII Pertahankan dan pelihara (diversifikasi konsentrasi)	VIII Panen atau divestasi diversifikasi kongklomerasi)	IX Panen atau divestasi (likuidasi)	

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan Matrik Internal Eksternal (IE) di atas menunjukkan bahwa pertemuan antara nilai lingkungan internal dan lingkungan eksternal berada pada sel V yakni

strategi pertahankan dan pelihara. Strategi yang dapat diterapkan pada sel V adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Strategi yang dijabarkan saat ini dapat dikatakan masih bentuk umum yang sangat mengambang dan belum jelas arahnya. Perumusan strategi sebaiknya diikuti oleh suatu rencana konkret yang disebut program yang nanti jika tersedia anggaran dapat direalisasikan menjadi program aksi atau proyek pengembangan. Program-program yang dapat dirumuskan dari setiap strategi yang telah dijabarkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 9. SWOT Analysis of Halal Tourism Development

<p style="text-align: center;"><i>Internal Factor</i></p> <p style="text-align: center;"><i>External Factor</i></p>	<p style="text-align: center;"><i>Strengths</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Logo/ Sertifikasi Halal 2. Paket Menu Ramadhan 3. Bazaar Ramadhan 4. Tidak adanya minuman beralkohol 5. Pakaian sesuai kaidah Islam 6. Tersedianya fasilitas sholat 7. Tersedianya tempat wudhu 8. Toilet yang bersih higienis 9. Tersedia fasilitas spa terpisah 10. Tersedianya toko muslim fashionable 	<p style="text-align: center;"><i>Weaknesses</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Paket wisata Halal
<p style="text-align: center;">33</p> <p style="text-align: center;"><i>Opportunities</i></p> <ol style="list-style-type: none"> I. Peran Masyarakat Sekitar 	<p style="text-align: center;">12</p> <p style="text-align: center;"><i>Strategi SO</i></p> <p style="text-align: center;">Strategi yang menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang</p> <p style="text-align: center;">Strategi Pengembangan Produk</p>	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <p style="text-align: center;">Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang</p> <p style="text-align: center;">Strategi Pengembangan Promosi</p>
<p style="text-align: center;"><i>Threats</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peran Pemerintah Pusat dan Daerah 2. Peran LPPOM MUI dalam mendukung sertifikasi Halal untuk industry kuliner 3. Peran MUI dalam mendukung sertifikasi Halal pada industry beauty clinic maupun salon syariah 	<p style="text-align: center;">8</p> <p style="text-align: center;"><i>Strategi ST</i></p> <p style="text-align: center;">Strategi yang menggunakan kekuatan dan meminimalisir Ancaman</p> <p style="text-align: center;">Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan</p>	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <p style="text-align: center;">Strategi yang meminimalkan kelemahan dan ancaman dari pihak luar</p> <p style="text-align: center;">Strategi Pengembangan Kelembagaan</p> <p style="text-align: center;">Strategi Pengembangan SDM</p>

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan SWOT analisis di atas ada beberapa strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk menjadikan kawasan Bangbarung sebagai kawasan Wisata Halal di kota Bogor seperti tabel di bawah ini :

**Tabel 10. Program Pengembangan Wisata Halal
Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Kawasan Bangbarung, Kota Bogor**

SO	Strategi Pengembangan Produk Wisata	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan fasilitas wisata Halal 2. Penambahan paket wisata Halal 3. Membuat <i>event- event</i> menarik menekankan pada wisata Halal 4. Mengoptimalkan masyarakat sekitar untuk berpartisipasi dalam mengembangkan wisata Halal dan kreatif
ST	Strategi pengembangan Pariwisata Berkelanjutan	
WO	Strategi Pengembangan Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan <i>stakeholder</i> lain 2. Peningkatan <i>Tourist Information Centre</i> mengenai wisata Halal di Kawasan Bangbarung
WT	Strategi Pengembangan kelembagaan dan SDM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlu adanya kebijakan Pemerintah Daerah untuk mewajibkan para Industri Kreatif dalam mengurus Logo/ Sertifikasi Halal

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai strategi pengembangan pariwisata Halal dengan mengoptimalkan industri kreatif di kota Bogor ditemukan bahwa kawasan Bangbarung siap menjadi kawasan wisata Halal di Bogor. Kawasan Bangbarung didukung dengan beberapa industri kreatif seperti kuliner, fesyen dan spa yang sudah mengikuti persyaratan pariwisata Halal seperti ketersediaan Logo atau sertifikasi Halal, ketersediaan ruang sholat dan wudhu, toilet yang bersih, pakaian pelayan yang sesuai dan lain-lain. Skor IFAS adalah 2,81 dan nilai EFAS 2,50 yang

menghasilkan strategi untuk pengembangan produk di daerah Bangbarung masuk ke dalam kesadaran untuk menjaga dan mempertahankan. Meskipun daerah Bangbarung siap menjadi tujuan wisata Halal di Bogor tetapi masih membutuhkan dukungan dari pemerintah daerah untuk sertifikasi Halal karena masih ada restoran dan tempat makan di daerah itu yang tidak memiliki sertifikasi Halal atau logo dan membuat paket wisata Halal untuk menambah jumlah wisatawan muslim ke daerah Bangbarung. Peran masyarakat juga penting untuk menjaga dan mempertahankan pengembangan pariwisata Halal di daerah Bangbarung.

References

- Akyol, M. and Kilinc, O.2014. Internet and Halal Tourism Marketing. Electronic Turkish Studies; Volume 9/8.
- Butler, R. W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Cooper, D.R.& Schindler, P.S. (2000). *Business Research Methods*. 7 th edition. New York: MacGraw-Hill/Irwin
- Crescent Rating. 2017. Global Moslem Travel Index 2017. Diunduh dari : <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2017.html>
- Crescent Rating. 2019. Global Moslem Travel Index 2019. Diunduh dari : <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor. 2018. Data Kepariwisata Kota Bogor.
- Hariani, Dina. 2017. Pengaruh Ketersediaan Fasilitas *Moslem Friendly* Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Moslem Indonesia Ke Jepang. Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
- Howkins, John. 2001. *The Creative Economy How People Make Money from Ideas*. Penguin Grup (USA) Incorporated.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2012. Rencana Strategis 2012 - 2014 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diunduh dari : <http://www.kemenpar.go.id/post/rencana-strategis-2012-2014-kementerian-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif>
- Marlina, Leni. 2017. Industri Kreatif dalam Menopang Pariwisata Syariah. Diunduh dari : <http://www.jabarpos.id/industri-kreatif-dalam-menopang-pariwisata-syariah/>
- Ridwan. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Soft Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swarbrooke, John. 2012. *The Development and Management of Visitor Attraction*. 2nd Ed. Butterworth-Heinemann.
- Takayuki Mori. The present condition and the subject of Halal in Japan, In comparison with Malaysia. Diunduh dari :<http://www.cai.ku.ac.th/Paper-ARD/paper34.pdf>.

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA HALAL KOTA BOGOR DENGAN MENGOPTIMALKAN INDUSTRI KREATIF

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.darunnun.com Internet Source	1%
2	jnaim455.blogspot.com Internet Source	1%
3	kodediskonruangguru.com Internet Source	1%
4	wisataperadaban.com Internet Source	1%
5	ml.scribd.com Internet Source	1%
6	library.binus.ac.id Internet Source	1%
7	www.beritamometer.com Internet Source	1%
8	www.slideshare.net Internet Source	1%
9	fdas.sumsel.org	

Internet Source

1%

10

e-journal.uajy.ac.id

Internet Source

1%

11

Submitted to Institut Pemerintahan Dalam Negeri

Student Paper

1%

12

Ferawaty Martha Kary, Aphrodite Milana Sahusilawane, Natelda R Timisela. "KELAYAKAN USAHA TERNAK SAPI POTONG DI DESA WAIMITAL KABUPATEN SERAM BARAT PROVINSI MALUKU", Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan, 2019

Publication

1%

13

sujudgandas.blogspot.com

Internet Source

1%

14

www.cariin.net

Internet Source

<1%

15

www.joomag.com

Internet Source

<1%

16

Submitted to Politeknik Negeri Jember

Student Paper

<1%

17

Submitted to IAI KAPD Jawa Timur

Student Paper

<1%

blog.uad.ac.id

18

Internet Source

<1%

19

kaos-greenlight.blogspot.com

Internet Source

<1%

20

Submitted to Surabaya University

Student Paper

<1%

21

idalamat.com

Internet Source

<1%

22

kuliahkanada.com

Internet Source

<1%

23

eprints.uns.ac.id

Internet Source

<1%

24

bappeda.padang.go.id

Internet Source

<1%

25

ar.scribd.com

Internet Source

<1%

26

trisnahadipranata.blogspot.com

Internet Source

<1%

27

ejurnal.tunasbangsa.ac.id

Internet Source

<1%

28

Submitted to Syiah Kuala University

Student Paper

<1%

29

Submitted to Universitas Ibn Khaldun

Student Paper

<1%

30 mardoto.wordpress.com <1%
Internet Source

31 www.kerja-palembang.id <1%
Internet Source

32 journal.ubm.ac.id <1%
Internet Source

33 Submitted to STIKOM Surabaya <1%
Student Paper

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On