

## ANALIS SWOT PENGEMBANGAN WISATA HALAL DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI DAERAH LAMPUNG

Yuniar Sari<sup>1\*</sup>; Ridwansyah<sup>2</sup>; Erike Anggraeni<sup>3</sup>

Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung<sup>1,2,3</sup>

Email : Yuniarsari1996@gmail.com\*

### ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu kawasan pengembangan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah. Pariwisata memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan lokal di provinsi Lampung karena ada banyak wisata di daerah tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi dan strategi pengembangan pariwisata halal sebagai faktor penting untuk meningkatkan pendapatan asli daerah di Provinsi Lampung, dengan memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan meliputi survei di tempat, wawancara mendalam, dan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Studi ini memberikan wawasan rinci tentang preferensi dan harapan Halal dalam pengembangan pariwisatanya melalui wawancara dengan pengelola taman wisata lembah hijau. Selain itu, studi ini juga akan mengidentifikasi infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan untuk mendukung pengembangan pariwisata halal di provinsi Lampung. Studi ini menggunakan kerangka ekonomi Islam untuk menyelidiki dampak ekonomi dan sosial dari pengembangan pariwisata halal, termasuk distribusi pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan dampak positif pada masyarakat lokal. Hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi kebijakan kepada pemerintah daerah dan pemangku kepentingan industri pariwisata untuk memanfaatkan potensi pariwisata halal sebagai sumber pendapatan yang berkelanjutan. Kesimpulan dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan bimbingan kepada pemerintah provinsi Lampung dalam mengembangkan sektor pariwisata dengan tetap memperhatikan nilai-nilai ekonomi Islam. Penerapan strategi pengembangan wisata halal yang tepat diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan pendapatan asli daerah, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan penguatan posisi Provinsi Lampung sebagai destinasi pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci : Wisata; Pendapatan Daerah; Ekonomi

### ABSTRACT

*Tourism is one of the development areas currently being promoted by the government. Tourism plays an important role in increasing local income in Lampung province as there are many tours in the area. The purpose of this study is to analyze the potential and strategies of halal tourism development as an important factor to increase local income in Lampung province, taking into account the principles of Islamic economics. The research methods used include on-site surveys, in-depth interviews, and SWOT analysis (strengths, weaknesses, opportunities, and threats). This study provides detailed insight into Halal's preferences and expectations in the development of his tourism through interviews with Green Valley Tourism's park managers. Additionally, this study will also identify the necessary infrastructure and facilities to support the development of halal tourism in Lampung province. This study uses an Islamic*

*economic framework to investigate the economic and social impacts of halal tourism development, including income distribution, job creation, and positive impacts on local communities. The results of this study aim to provide policy recommendations to local governments and tourism industry stakeholders to harness the potential of halal tourism as a sustainable source of income. The conclusions of this study aim to provide guidance to the Lampung provincial government in developing the tourism sector keeping Islamic economic values in mind. The implementation of appropriate halal tourism development strategies is expected to have a positive impact on increasing local income, improving public welfare, and strengthening Lampung Province's position as an inclusive and sustainable tourism destination.*

*Keywords : Tourism; Regional Revenue; Economy*

## PENDAHULUAN

Tumbuh pesatnya global muslim travellers yang diprediksikan akan semakin terus meningkat dari tahun ke tahun dan dari hal itu juga dapat diperkirakan total pembelajarannya di tahun 2026 akan mencapai 158 juta (2018, *Global Muslim Travel Index* (GMTI)). Mengingat Indonesia merupakan negara Muslim terbesar di dunia dan memiliki berbagai tempat wisata yang banyak dikunjungi wisatawan, maka banyak negara yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pasar ini, dan upaya untuk mengembangkan pasar ini sangat masuk akal dan menguntungkan. Oleh karena itu, mempunyai potensi besar untuk menjadi destinasi wisata halal global (Cadith et al., 2022) Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia, yang terdiri dari lebih dari 17.000 pulau, dan karenanya dianugerahi banyak sumber daya alam. Konsep syariah kini menjadi tren perekonomian global, mulai dari makanan dan minuman hingga keuangan dan gaya hidup. Sebagai tren gaya hidup baru, banyak negara yang mulai memperkenalkan produk pariwisata yang mengusung konsep Halal dan Islami (Rozalinda, Nurhasanah, 2019) Wisata halal merupakan salah satu jenis pariwisata yang sedang gencar dikembangkan oleh banyak negara di dunia. Wisata halal pada dasarnya merupakan jenis wisata yang ramah terhadap wisatawan muslim dan nyaman bagi wisatawan non muslim. (Maryati, 2019) Dilihat dari kondisi atau letak geografis negara Indonesia mayoritas negara berpenduduk beragama Islam menjadi potensi besar untuk membuka peluang atau lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat di sektor pariwisata halal. (Lustianah & Fauziah, 2022).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat potensial dalam memberikan kontribusi untuk meningkatkan perekonomian suatu negara. (Muhammad Ersya Faraby, 2021) Saat ini industri pariwisata menjadi penggerak dan andalan dalam

menambah devisa Negara. (Nurohman et al., 2022) Inilah yang menjadikan potensi pariwisata di Indonesia begitu besar untuk dikembangkan. Provinsi Lampung terdiri atas 13 kabupaten dan 2 kotamadya yakni Kota Bandar Lampung dan Metro. Provinsi Lampung memiliki 431 objek wisata yang tersebar di 15 kabupaten dan kota berdasarkan data yang dirilis Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung pada tahun 2022. Ratusan objek wisata tersebut terdiri dari taman hiburan, peninggalan sejarah, wisata alam dan tirta, budaya, religi, agro, bahari dan wisata buatan. Letak geografis Provinsi Lampung yang merupakan pintu gerbang Pulau Sumatera dari Pulau Jawa dan dibatasi dengan laut tentu menjadikan Lampung memiliki wisata bahari yang mumpuni. Hal ini dibuktikan dengan tingginya jumlah kunjungan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Lampung.

Kementerian Pariwisata pada tahun 2015 dalam laporannya (Gambar 1) mencatat bahwa terdapat 13 provinsi yang siap untuk menjadi destinasi wisata halal (halal tourism) yaitu Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali. (Noviarita et al., 2021) Di Indonesia, wisata halal masih menjadi topik menarik untuk dikembangkan. (Nurohman et al., 2022) Provinsi Lampung memiliki daya tarik wisatawan yang sangat tinggi. Hal ini berpeluang untuk menjadikan sektor unggulan di Provinsi Lampung. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk Islam terbanyak, memiliki peluang yang besar untuk mewujudkan konsep wisata halal.

Berdasarkan gambaran di atas, ada banyak objek wisata yang tersebar di 15 Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, ini menjadi potensi yang besar pada sektor industri pariwisata, apalagi mengingat bahwa masyarakat Indonesia mayoritas muslim dan sangat membutuhkan wisata halal dalam perjalanan wisatanya, maka menarik untuk pengkajian lebih lanjut tentang analisis pengembangan wisata halal dalam meningkatkan pendapatan daerah provinsi lampung dalam perspektif ekonomi Islam.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI**

### **Wisata Halal**

Wisata halal menjadi jenis wisata yang mulai berkembang di Indonesia tetapi sudah menjadi trend dan menjadi salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini. (Fadly & Ismail, 2019) Wisata halal saat ini menjadi mulai banyak diminati, hal tersebut seiring dengan peningkatan wisatawan muslim dari tahun ke tahun. Pengembangan wisata halal

kini banyak dilakukan oleh berbagai negara, baik negara mayoritas muslim maupun non-muslim. (Iflah, 2019) Wisata halal merupakan salah satu sektor pariwisata yang telah memiliki perkembangan yang cukup baik saat ini dan telah menjadi trend bagi para wisatawan. (Hermawan, 2019). Wisata Halal merupakan bagian dari industri pariwisata yang dikhususkan untuk wisatawan muslim. Pelayanan dalam wisata halal didasarkan pada peraturan Islam. Wisata semacam ini muncul karena pasar wisata muslim di dunia sangat besar. Kemudian, tren pariwisata semacam ini menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia (Sukirman, D., & Zulkarnaen, W., 2022).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat potensial dalam memberikan kontribusi untuk meningkatkan perekonomian suatu negara. Menurut Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan objek dan daya tarik wisata. (Muhammad Ersya Faraby, 2021) Fundamental pariwisata syariah yaitu pemahaman makna halal disemua kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata. Menteri pariwisata telah mengatur tentang pelaksanaan pariwisata syariah dalam Undang-Undang pasal 6 ayat 1 Nomor 1 tahun 2016 mengatakan bahwa segala pelaksanaan yang berkaitan dengan usaha pariwisata syariah harus memiliki sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh DSN- MUI. (Noviarita et al., 2021).

### **Pertumbuhan Ekonomi**

Perekonomian suatu negara dikatakan mengalami perkembangan dan peningkatan pertumbuhan berdasarkan tingkat kegiatan ekonominya (Yuniarti et al., 2020) Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah yang banyak dihadapi sebuah Negara, dalam perekonomian jangka panjang, dan pertumbuhan ekonomi merupakan fenomena penting. (Syahputra, 2017) Keberhasilan Pertumbuhan ekonomi sebuah negara dapat dilihat dari kemampuan suatu negara dalam menyediakan berbagai jenis barang dan jasa secara ekonomi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan kemajuan teknologi informasi yang saat ini terus mengalami perkembangan. (Lili Marlinah, 2019) Bidang-bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari fashion, kuliner, kerajinan hingga pertanian yang ada di Indonesia khususnya di daerah Lampung, menjadi salah satu kunci keberhasilan peningkatan perekonomian.

## Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi yang menganalisis dan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. (Wicaksono, 2018) Dalam upaya untuk menentukan strategi, maka diperlukan analisis dasar yang berkaitan dengan faktor internal dan eksternal, yaitu: menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). (Kusbandono, 2019) Sebuah metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu proyek atau proposisi bisnis. Keempat unsur tersebut membentuk akronim SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). SWOT merupakan akronim dari lingkungan “kekuatan dan kelemahan internal” serta lingkungan “peluang dan ancaman” eksternal yang dihadapi dunia usaha (Mashuri, 2020) Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) (Istiqomah, 2017) :

1. Kekuatan (*Strength*) adalah keadaan internal suatu organisasi yang dinyatakan dalam bentuk kompetensi/kemampuan/sumber daya yang dimiliki organisasi tersebut yang dapat dijadikan alternatif cara menghadapi ancaman.
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah kondisi dalam suatu organisasi yang menyebabkan sulitnya memanfaatkan kapabilitas/kompetensi/sumber daya organisasi untuk menghadapi peluang dan ancaman.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi di luar organisasi yang berpotensi memberikan manfaat. Organisasi yang beroperasi di industri yang sama biasanya mendapatkan keuntungan dari kondisi eksternal ini. Misalnya, ada segmen pasar tertentu yang belum dimasuki pemain lain. Secara umum, hal ini memberikan peluang bagi perusahaan yang berhasil memasuki pasar ini.
4. Ancaman (*Threat*) adalah keadaan luar yang dapat menimbulkan kesulitan. Organisasi yang beroperasi di industri yang sama biasanya merasa dirugikan, kompleks, dan terancam ketika dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Contoh: Dalam dua tahun ke depan, "pemain baru" dengan teknologi dan modal kuat akan memasuki

pasar dari luar negeri. Secara umum, kondisi ini menjadi ancaman bagi seluruh organisasi (Istiqomah, 2017).

Menganalisis dan mengambil keputusan strategis dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Anda dapat menggunakan matriks SWOT untuk menggambarkan peluang dan ancaman yang ada dan menyesuaikannya dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan Anda, sebagai berikut: (Fahmi, 2014) Iskandar Putong mengatakan bahwa, jika nilai peringkat dan pembobotan dikalikan maka akan diperoleh hasil kombinasi untuk beberapa situasi sebagai berikut :

a. *Strenght* dan *Opportunities* (SO), artinya organisasi dapat menetapkan strategi melalui kombinasi kekuatan dan peluang, memanfaatkan peluang yang ada dan memanfaatkan kekuatan.

*Weakness* dan *Opportunities* (WO), artinya suatu perusahaan dapat menyusun strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada dengan cara memanfaatkan peluang yang menguntungkan.

b. *Strenght* dan *Threats* (ST), artinya suatu organisasi dapat menyusun strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengatasi ancaman yang ada.

c. *Weakness* dan *Threats* (WT), artinya suatu organisasi dapat menetapkan strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Penggunaan analisis SWOT dalam skenario penelitian ini yakni pengembangan pariwisata halal di Provinsi Lampung adalah sebagai berikut: (Lihat Tabel 1).

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau purposive yaitu di Kota Bandar Lampung yaitu di Taman Wisata Lembah Hijau. Hal ini dikarenakan lokasi tersebut merupakan tempat rekreasi dan hiburan warga di Bandar Lampung. Penelitian dilakukan pada bulan Juni hingga September 2023.

### Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisata yang ada di Provinsi Lampung, namun karena keterbatasan waktu dan biaya maka hanya diambil sampel khusus dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel melalui *random sampling*. Sampel dalam penelitian ini yakni tempat wisata yang ada di Kota Bandar Lampung

yakni Taman Wisata Lembah Hijau yang dijadikan lokasi penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 1 responden.

### **Data, Instrumen dan Teknik**

#### **Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan bantuan kuesioner kepada para responden yaitu pengelola wisata, pengunjung wisata dan Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) Lampung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait antara lain Badan Pusat Statistik, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) Lampung, instansi terkait lainnya serta publikasi ilmiah. Data dan informasi yang diperlukan untuk suatu penelitian diperoleh dengan terlebih dahulu menentukan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan studi multi lokasi. Studi multi-lokasi ini menggunakan tiga teknik utama pengumpulan data, yaitu (1) Wawancara. (2) Observasi. (3) Penelitian dokumenter. Menurut beberapa ahli di bidang penelitian kualitatif, ketiga teknik tersebut merupakan teknik dasar yang selalu digunakan oleh peneliti kualitatif dalam penelitiannya.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengembangan wisata halal di Provinsi Lampung. Penelitian ini, dilakukan di Taman Wisata Lembah Hijau Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner dan kepustakaan. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, serta peluang dan ancaman yang datang dari luar organisasi, dan diwakili oleh kombinasi keempat dimensi tersebut. Setelah organisasi memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya, organisasi dapat memutuskan strategi mana yang akan diterapkan. Hasilnya, strategi yang dihasilkan dapat digunakan untuk memanfaatkan kekuatan yang ada, memanfaatkan peluang yang ada, dan mengatasi kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman. Apa yang ada. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Analisis SWOT yang digunakan meliputi teknik analisis deskriptif, analisis matriks SWOT, dan analisis diagram SWOT.

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Bedarkan Pemaparan hasil identifikasi peneliti terhadap Taman Wisata Lembah Hijau yang diresmikan pada 14 April 2007. Taman Wisata Lembah Hijau yang merupakan taman wisata berwawasan lingkungan yang memadukan rekreasi dengan kesegaran dan pengetahuan akan alam. Taman wisata di Provinsi Lampung yang terletak di Kota Bandar Lampung ini terletak di kawasan lembah seluas 30 hektar di Jalan Raden Inba Kesma Ratu, Desa Sukadana Ham, Tanjung Karang Barat, Bandar Lampung. Kami sengaja menawarkan berbagai wahana rekreasi yang menarik untuk memberikan momen bersantai kepada pengunjung kami, mulai dari wahana air, outbond, wahana perkemahan dan satwa liar hingga wahana rekreasi yang secara halus memadukan pengetahuan tentang alam. Di sini Anda juga akan menemukan berbagai fasilitas seperti ruang pertemuan, musala, restoran, taman bermain, taman binatang, waterpark, dan aktivitas luar ruangan.

Peneliti telah mempersiapkan pertanyaan yang berkaitan dengan analisis pengembangan wisata halal dalam meningkatkan pendapatan daerah provinsi lampung dalam perspektif ekonomi Islam dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities dan Threats*). Dengan mengetahui analisis SWOT tersebut, Taman Wisata Lembah Hijau menjadi semakin berkualitas dan maju, mengingat Taman Wisata Lembah Hijau bergerak dalam bisnis profit, tentu dibutuhkan kinerja yang baik pada manajemen Taman Wisata Lembah Hijau, agar mendapat daya tarik pengunjung.

### **Analisis SWOT Taman Wisata Lembah Hijau**

1. Kekuatan (*Strenghts*) adalah Kekuatan adalah kondisi internal suatu organisasi yang dinyatakan dalam bentuk kemampuan/keterampilan/sumber daya yang dimiliki organisasi tersebut yang dapat digunakan sebagai alternatif cara menghadapi ancaman. Taman Wisata Lembah Hijau mempunyai kekuatan telah mengidentifikasi kekuatan berikut :

- a) Taman Wisata Lembah Hijau memiliki tempat rekreasi hiburan dan edukasi.
- b) Taman Wisata Lembah Hijau memiliki berbagai fasilitas *meeting room*, musholla, restaurant, wahana bermain, taman satwa, waterboom dan *outdoor activity*.
- c) Struktur Organisasi di Taman Wisata Lembah Hijau sudah tertata dengan baik.
- d) Taman Wisata Lembah Hijau memiliki daya tarik khusus karena salah satu tempat wisata yang memiliki satwa seperti gajah, harimau, buaya dan lain sebagainya.

- e) Pengunjung yang datang ke Taman Wisata Lembah Hijau, mendapatkan keistimewaan, bisa menikmati wisata rekreasi dan wisata edukasi.
  - f) Taman Wisata Lembah Hijau menyediakan tempat ibadah untuk umat muslim sesuai dengan prinsip Islam.
  - g) Taman Wisata Lembah Hijau tidak menyediakan minuman beralkohol sesuai dengan prinsip Islam.
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah kondisi dalam suatu organisasi yang menyulitkan pemanfaatan kapabilitas/kompetensi/sumber daya organisasi untuk mengelola peluang dan ancaman. Kerentanan berikut ada di Taman Wisata Lembah Hijau:
- a) Tempat yang luas, sehingga membuat pengunjung harus menggunakan kendaraan untuk dapat menjangkau dari tempat rekreasi water boom ke tempat satwa. Diperlukan adanya kendaraan yang disediakan oleh pengelola wisata
  - b) Jalur transportasi umum yang belum memasuki wilayah Taman Wisata Lembah Hijau, sehingga pengunjung yang datang harus menggunakan kendaraan pribadi atau memakai jasa ojek online (ojol).
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi di luar organisasi yang berpotensi memberikan manfaat. Organisasi yang beroperasi di industri yang sama biasanya mendapatkan keuntungan dari kondisi eksternal ini. Identifikasi Peluang yang ditawarkan Taman Wisata Lembah Hijau adalah :
- a) Daya Tarik Taman Satwa di Lembah Hijau, yang tidak dimiliki tempat wisata lainnya.
  - b) Daya Tarik tersendiri ada tempat rekreasi dan tempat edukasi wisata
  - c) Menggunakan media promosi seperti media cetak, online dan media sosial untuk menjangkau lebih luas daya tarik pengunjung.
  - d) Tidak membatasi pengunjung dalam tata cara berpakaian. Namun untuk mengkhususkan busana muslim tidak ada, namun berpakaian secara sopan.
  - e) Taman Wisata Lembah Hijau memiliki potensi bisa menjadi wisata ramah muslim, karena terdapat beberapa indikator terkait fasilitas wisata ramah muslim seperti sarana ibadah.
  - f) Meningkatkan Pendapatan Aset Daerah (PAD) bersamaan dengan meningkatnya jumlah pengunjung dari adanya pengenaan pajak di tempat wisata.

4. Ancaman (*Threat*) adalah situasi eksternal yang dapat menimbulkan kesulitan. Organisasi yang beroperasi di industri yang sama biasanya merasa dirugikan, kompleks, dan terancam ketika dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Identifikasi terhadap ancaman yang ada di Taman Wisata Lembah Hijau yaitu :
- a) Persaingan dengan tempat wisata lainnya, biasanya persaingan ini muncul ketika memasuki musim liburan anak sekolah.
  - b) Perkembangan teknologi yang cepat, merupakan ancaman serius bagi pengelola wisata, oleh itu, harus dapat mengikuti perkembangan teknologi.
  - c) Jalur transportasi umum yang belum memasuki wilayah Taman Wisata Lembah Hijau.
  - d) Kondisi lingkungan bisnis yang cepat berubah, merupakan ancaman, apabila pengelola wisata tidak segera beradaptasi dengan lingkungan dapat menghambat perkembangan kegiatan wisata.

#### **Matriks SWOT Taman Wisata Lembah Hijau**

Setelah memahami *strength* (Kekuatan), *weakness* (ancaman), *opportunity* (peluang), *threat* (ancaman) yang ada di Taman Wisata Lembah Hijau, langkah selanjutnya adalah membuat matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat penting yang membantu pengelola pariwisata mengembangkan empat jenis strategi yaitu SO (*strengths-opportunities*), WO (*weakness-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weakness-threats*) :

1. Strategi SO adalah strategi yang didasarkan pada pola pikir organisasi: meraih dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, dengan menggunakan seluruh sumber daya yang ada. Ini adalah strategi serangan aktif, serangan dengan inisiatif dan perencanaan yang lengkap. Data mengenai kapan dan dimana sesuatu dilakukan agar tujuan organisasi tercapai secara terencana dan terukur. Dalam strategi SO, organisasi mengejar peluang eksternal dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi.. (Istiqomah, 2017) Strategi yang disusun berdasarkan analisis ini adalah :

- a) Meningkatkan Kualitas dan Pelayanan Wisata

Kualitas dan pelayanan tempat wisata bilamana terus menerus ditingkatkan, maka akan berdampak baik untuk wisata tersebut. Dengan terus menjaga kualitas dan pelayanan, maka akan menjadi citra baik terhadap pengunjung yang datang.

- b) Meningkatkan Promosi

Promosi adalah salah satu cara untuk menjangkau pengunjung lebih banyak, dengan memperlihatkan berbagai fasilitas yang tersedia dan juga promo menarik serta dukungan pemerintah memegang peranan penting.

2. Strategi WO adalah strategi yang didasarkan pemanfaatan peluang, dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini perlu dirancang strategi turn around yaitu strategi merubah haluan. Peluang eksternal yang besar penting untuk diraih, namun permasalahan internal atau kelemahan yang ada pada internal organisasi lebih utama untuk dicarikan solusi, sehingga capaian peluang yang besar tadi perlu diturunkan skalanya sedikit. Dalam hal ini kelemahan-kelemahan organisasi perlu diperbaiki dan dicari solusinya untuk memperoleh peluang tersebut. Identifikasi strategi dari hasil analisis ini adalah :

- a) Meningkatkan kualitas dan pelayanan serta dukungan berbagai pihak terutama Pemerintah, Pengelola Wisata, Pengunjung dan Masyarakat untuk dapat membantu proses kegiatan di taman wisata dapat berjalan dengan baik.
- b) Sumber Daya Manusia (SDM) perlu dikembangkan dan juga ditingkatkan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengikutkan karyawan ke dalam pelatihan-pelatihan sesuai bidang komptensinya. Pemerintah juga dapat mengambil bagian, dalam meningkatkan kualitas SDM.

3. Strategi ST adalah strategi yang ditentukan berdasarkan kekuatan organisasi untuk mengatasi ancaman yang teridentifikasi. Strategi ini disebut strategi diversifikasi atau strategi diferensiasi. Artinya, betapapun besarnya ancaman yang ada, kepanikan dan ketergesaan hanya akan memperburuk situasi. Oleh karena itu, organisasi yang berdaya tinggi, independen, dan dapat dijadikan senjata untuk mengatasi ancaman tersebut diharapkan mampu mengidentifikasi kekuatan dan memanfaatkannya untuk memitigasi ancaman eksternal. . Strategi yang teridentifikasi hasil analisis ini adalah :

- a) Meningkatkan minat pengunjung dengan cara melakukan promosi, misalnya melalui media cetak, online dan media sosial.
- b) Meningkatkan kreatifitas dalam beriklan. Penggunaan media promosi terus ditingkatkan agar Taman Wisata Lembah Hijau dapat diketahui khalayak ramai.
- c) Pemerintah terus berusaha meningkatkan pengetahuan tentang wisata ramah muslim. Hal ini dapat dilakukan dengan cara misalnya dengan menggelar acara rutin, diskusi, dan pertemuan lainnya.

4. Strategi WT merupakan strategi yang digunakan dalam bentuk operasi defensif yang berupaya meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Dalam keadaan ini, organisasi berada dalam risiko, kelemahan mempengaruhi keadaan internal, dan ancaman eksternal juga menyerang. Jika strategi yang tepat tidak diikuti, situasi ini dapat berdampak negatif terhadap citra dan kelangsungan hidup organisasi di masa depan. Yang perlu dilakukan adalah merencanakan kegiatan bekerjasama dengan seluruh elemen organisasi untuk mengurangi kelemahan organisasi dan menghindari ancaman eksternal. Identifikasi strategi untuk analisis ini adalah :

- a) Meningkatkan kerjasama antar pengelola wisata dengan instansi/lembaga/sekolah dan lain sebagainya, misalnya menawarkan paket khusus.
- b) Munculnya permasalahan dapat diantisipasi dengan cara pengelola wisata melakukan pengecekan bilamana terjadi permasalahan yang terjadi.

#### **Analisis Wisata Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Lampung**

Perkembangan wisata di Lampung terus tumbuh dari tahun ke tahun dan wisata memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan potensi wisata halal. Adanya pertumbuhan pada sektor wisata diharapkan mampu meningkatkan perekonomian suatu daerah melalui volume pengeluaran yang selalu meningkat. Berdasarkan data penelitian mengenai perkembangan jumlah wisatawan ke Lampung dapat diamati pada tabel berikut ini: (Lihat Tabel 2).

Data tabel diatas memberikan informasi mengenai perkembangan jumlah wisatawan ke provinsi Lampung, pada tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan pengunjung, hal ini disebabkan karena adanya penyebaran Covid-19, kemudian di tahun 2021 perkembangan pengunjung sedikit mengalami kenaikan, hingga di tahun 2022 perkembangan wisatawan ke Lampung mengalami kenaikan, hal ini pun berpengaruh dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di provinsi Lampung.

#### **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengkaji potensi dan strategi pengembangan wisata halal untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Lampung dengan mengacu pada prinsip ekonomi Islam. Temuan tersebut menunjukkan bahwa Taman Wisata Lembah Hijau berpotensi menjadi objek wisata ramah muslim. Hal ini akan menjadi daya tarik besar bagi wisatawan muslim. Di sisi lain, sebagai kontribusi ekonomi, pariwisata ini dapat

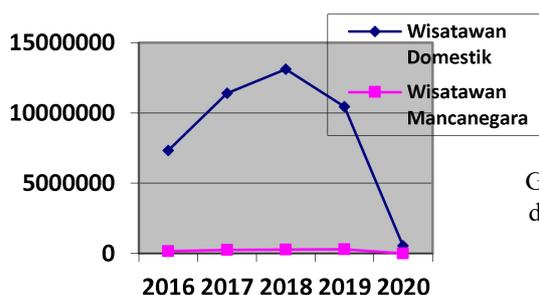
menjadi sumber pendapatan bagi aset daerah. Prasarana dan fasilitas taman wisata ini, termasuk berbagai fasilitas penunjang seperti akomodasi, restoran, dan sarana ibadah menjadi kunci untuk memaksimalkan potensi wisata ramah muslim di Provinsi Lampung. Kerjasama antara pemerintah daerah, sektor swasta, dan masyarakat lokal sangat penting untuk mengoptimalkan pengembangan pariwisata ramah Muslim. Dengan membangun kemitraan yang kuat, berbagai pemangku kepentingan dapat saling melengkapi dan mendukung pertumbuhan sektor ini. Berdasarkan temuan tersebut, maka dibuatlah rekomendasi untuk mendukung pengembangan pariwisata ramah Muslim di Provinsi Lampung. Hal ini mencakup upaya meningkatkan aksesibilitas, memperkuat promosi pariwisata halal, dan mengembangkan program pelatihan bagi karyawan industri. Dengan langkah-langkah tersebut, Provinsi Lampung mempunyai potensi besar untuk menjadi destinasi wisata halal yang berkelanjutan dan berdaya saing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. H. (2022). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Objek Wisata, Dan Retribusi Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Annur Hanafi Ahmad. *DECISION: Jurnal Sosial Ekonomi Bisnis*, 2(1), 50–61. <https://doi.org/10.55587/jseb.v2i1.34>
- Bakar, A. (2020). Prinsip Ekonomi Islam Di Indonesia Dalam Pergulatan Ekonomi Milenial. *SANGAJI: Jurnal Pemikiran Syariah Dan Hukum*, 4(2), 233–249. <https://doi.org/10.52266/sangaji.v4i2.491>
- Cadith, J., Yusuf, M., & Yulianti, R. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta. *PUBLIKAUMA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik UMA*, 10(1), 73–88.
- Fadly, M., & Ismail, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Dalam Pengembangan Wisata Halal di Kabupaten Solok. *Jurnal Altasia*, 1(1), 1–11.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (p. 265). ALFABETA.
- Fefri Y. Roslin, Daisy S.M Engka, S. Y. . T. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata Buntu Burake Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(7), 49–60.
- Hermawan, E. (2019). Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Vol.*, 7(2), 87–95.
- Iflah, K. Y. S. P. (2019). Wisata Halal Muslim Milenial. *Jurnal Common*, 3(2), 153–166.
- Inayah, I. N. (2020). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Investasi Syariah. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 2(2), 90–100.
- Istiqomah, I. A. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis ( Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus ). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363–382.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM) Cetak*, 4(2), 921–932.
- Lubaba, A., Paturrohan, P., & Khori'ah, F. (2021). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap

- Mekanisme Dropshipping Dalam Jual Beli Online Dengan Menggunakan Konsep Bai' As-Salam. *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(2), 186. <https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v2i2.459>
- Lustianah, M., & Fauziah, D. R. (2022). Pengaruh Produk Halal dan Wisata Halal dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Banten. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 6(2), 272–284.
- Maryati, S. R. I. (2019). Persepsi Terhadap Wisata Halal di Kota Padang. *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(2), 1–12.
- Mashuri, D. N. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Muhammad Ersya Faraby, F. R. (2021). Potensi Kabupaten Bangkalan Menjadi Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 67–74.
- Noviarita, H., Kurniawan, M., & Nurmalia, G. (2021). Analisis Halal Tourism dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 302. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1574>
- Nurohman, Y. A., Safitri, L. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Potensi Pengembangan Wisata Halal di Wisata Religi Desa Menggoro Untuk Menunjang Ekonomi Kerakyatan. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 171–179. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.14413>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Rajab, A. (2020). Kontribusi Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 144–156.
- Rozalinda, Nurhasanah, S. R. (2019). Industri Wisata Halal Di Sumatera Barat: Potensi, Peluang Dan Tantangan. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 1–12.
- Sahla, H. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 5(2), 57–61. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>
- Sukirman, D., & Zulkarnaen, W. (2022). Manajemen Pariwisata Halal Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 36-47.
- Wicaksono, A. (2018). Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 192–201.
- Yani Rizal, E. (2019). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Terhadap Belanja Modal di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 74–83.

### GAMBAR DAN TABEL



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik dan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Lampung tahun 2016-2021

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung (2022)

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT Pengembangan Pariwisata Halal Di Provinsi Lampung

<p><b>Strength (S)</b> Daftar semua kekuatan yang dimiliki dengan mengetahui potensi wisata untuk dapat bersaing dalam pasar dan mampu untuk pengembangan selanjutnya. Hal ini dapat digunakan untuk meraih peluang</p>	<p><b>Opportunities (O)</b> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi sebagai kesempatan yang ada seperti kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian</p>
<p><b>Weakness (W)</b> Daftar semua kelemahan yang dimiliki yang dapat merugikan sektor pariwisata. Pada umumnya kelemahan-kelemahan yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya promosi, pelayanan yang tidak maksimal, kurang profesional dalam pengadaan pariwisata di lapangan, dan sulitnya lokasi dijangkau.</p>	<p><b>Threats (T)</b> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti peraturan yang tidak memudahkan dalam berusaha, rusaknya lingkungan dan lainnya.</p>
<p><b>Strategi SO</b> Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam menciptakan Pengembangan ekosistem infrastruktur Pariwisata</p>	<p><b>Strategi WO</b> Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada. dengan menerbitkan regulasi yang mendukung iklim pengembangan pariwisata halal di Provinsi Lampung, sosialisasi mengenai konsep pariwisata halal, dan</p>
<p><b>Strategi ST</b> Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman dengan memberdayakan masyarakat sekitar destinasi wisata dan mengintensifkan eventevent festival halal</p>	<p><b>Strategi WT</b> Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman melalui peningkatan kualitas dan kapasitas program maupun kegiatan yang variatif dan inovatif dalam upaya melakukan sosialisasi promosi, branding, positioning dan investasi</p>

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2019 - 2022

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara (Pergerakan)	Mancanegara (Kunjungan)	
1	2	3	4
2019	10.445.855	298.063	10.743.918
2020	2.911.406	1.647	2.913.053
2021	2.937.395	1.757	2.939.152
2022	4.597.534	7.014	4.604.548

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung (2022)