

Halal Tourism Development Strategy in Tasikmalaya: Using SOAR Analysis Model

Muhamad Fasya Nur Arbaien^{1*}, Elga Sheila Aprilia², Syifa Syafiyatul Huda³, Lina Marlina⁴

^{1,2,3,4}Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Studies, Universitas Siliwangi
211002061@student.unsil.ac.id

*Corresponding Author

Received: September 20, 2023 | Accepted: December 31, 2023 | Published: June 2024

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to formulate superior strategies and alternative measures for the Tasikmalaya Regional Government in developing halal tourism.

Method: The method used in this article is the SOAR analysis method with a qualitative approach and through several stages of the method. The data sources contained in this research are primary and secondary data. Data collection techniques were carried out by library research and distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is using SOAR analysis.

Design/methodology/approach: The method used in this article is the SOAR analysis method with a qualitative approach and through several stages of the method. The data sources contained in this research are primary and secondary data. Data collection techniques were carried out by library research and distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is using SOAR analysis.

Findings: The findings of this study there are 5 main alternative strategies in the development of halal tourism in Tasikmalaya, namely: Socialization of the concept of halal tourism; Making local regulations on the implementation of halal tourism; Strengthening the potential, attractiveness, and innovation of halal tourist attractions; and conducting training for managers or local residents related to the management of the implementation of halal tourism.

Research Implication: The implications obtained are not only the development of halal tourism, but will have an impact on the economy of the people in Tasikmalaya.

Originality/value: the originality of this research lies in its innovative approach to analyzing and addressing the challenges and opportunities in halal tourism development in Tasikmalaya, as well as its broader implications for local economic development.

Keywords: Halal Tourism; Tasikmalaya; Muslim Travel; SOAR Analysis

Introduction

Indonesia adalah negara dengan potensi wisata yang sangat beragam baik dalam keindahan alam, suku, maupun bangsa. Menurut Laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC, 2023), jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 237,55 juta jiwa atau setara 86,7% dari total populasi di Indonesia. Hal tersebut menjadi peluang untuk meningkatkan pangsa pasar berbagai sektor industri halal di Indonesia. Konsep industri halal telah menjadi tren dalam ekonomi global,

mulai dari sektor makanan dan minuman, keuangan, kosmetik, hingga gaya hidup. Sebagai tren baru gaya hidup, banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisatanya dengan konsep halal dan Islami. Dengan semakin berkembangnya tren dalam lingkup pariwisata saat ini, destinasi pariwisata juga ikut berkembang salah satunya dengan menyediakan pariwisata berbasis syariah atau yang biasa disebut pariwisata halal.

Pariwisata halal adalah segmen pasar yang berkembang pesat tidak hanya di negara-negara Muslim tetapi secara global. Dalam skala global, pariwisata halal menjadi pasar yang menjanjikan. Hal ini dapat dilihat dari Laporan *Global Muslim Travel Index* (GMTI, 2019), memprediksi akan ada 230 juta wisatawan muslim secara global bahkan diprediksi meningkat USD 220 miliar pada tahun 2020 dan diekspektasikan meningkat USD 80 miliar menjadi USD 300 miliar pada tahun 2026. Selain itu, menurut laporan *State of the Global Islamic Economy Report* dari *Dinar Standard* (2022), pariwisata halal pada tahun 2023 diprediksi meningkat menjadi USD 274 miliar. Sektor pariwisata halal pada 2017 hanya mencapai USD 177 miliar. Pengeluaran tersebut paling banyak didominasi oleh wisatawan Muslim yang berasal dari Timur Tengah khususnya Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Qatar.

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS, 2018), menuturkan bahwa pariwisata merupakan sektor yang potensial di dunia. Meningkatnya jumlah destinasi dan investasi pariwisata, mendorong sektor ini menjadi faktor utama dalam pendapatan devisa, penyerapan tenaga kerja, dan pengembangan usaha serta infrastruktur. Selain itu, pariwisata juga menjadi salah satu sektor terbesar dan tercepat pertumbuhannya dibandingkan sektor lain. Sehingga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat yang lebih luas yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara keseluruhan yang akhirnya dapat meningkatkan kemakmuran masyarakat.

Pengembangan pariwisata halal merupakan salah satu bagian dari pembangunan ekonomi dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam suatu daerah dan Negara, (Rahmi, 2020). Menurut Soleman (2023), pengembangan pariwisata halal bukanlah wisata eksklusif karena wisatawan non-muslim juga dapat menikmati pelayanan yang berbasis syariah. Wisata halal tidak hanya meliputi keberadaan tempat wisata ziarah dan religi, melainkan pula mencakup kearah *muslim friendly travel*, yaitu ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat ibadah. Produk serta tujuan wisata halal sama dengan pariwisata pada umumnya selama tidak ada unsur yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah.

Menurut Cadith et al., (2022), pengembangan pariwisata di Indonesia telah ditetapkan bahwa pariwisata halal sebagai salah satu sektor unggulan dengan destinasi utamanya di Aceh, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Lombok dengan target menjadikan Indonesia ranking 1 destinasi pariwisata halal di dunia pada tahun 2019. Target tersebut berhasil dicapai dengan kunjungan lebih dari 5 juta wisatawan mancanegara muslim di 2019 telah mengeser posisi Malaysia pada peringkat 1 sebagai destinasi pariwisata halal dunia dilansir dari GMTI dengan skor 78.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu sektor unggulan wisata halal yang telah memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pencapaian pengembangan wisata halal. Hal tersebut didukung oleh data menurut Bappeda Jawa Barat (2019), Jawa Barat meraih penghargaan destinasi wisata halal unggulan. Selain itu, Provinsi Jawa Barat memiliki 27 Kabupaten dan Kota yang mendukung pengembangan wisata halal dan terdapat beberapa Kota Santri didalamnya menurut Pemerintah Provinsi Jawa Barat (2023). Salah satu Kota yang berpotensi untuk mengembangkan pariwisata halal adalah Kota Tasikmalaya.

Kota Tasikmalaya dijuluki sebagai Kota Santri yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim. Hal tersebut dikuatkan oleh data menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tasikmalaya (2021), terdapat 721.034 masyarakat yang beragama muslim, atau 98,62% dari jumlah masyarakat Kota Tasikmalaya. Menurut Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) cabang Kota Tasikmalaya dan wakil Walikota Tasikmalaya tahun 2019 menuturkan bahwa, konsep pariwisata halal akan

dibangun di Kota Tasikmalaya dan siap menjadi pelopor wisata halal di Jawa Barat. Maka dari itu, penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Wisata Halal di Kota Tasikmalaya dengan Model Analisis SOAR bertujuan untuk merumuskan strategi unggulan dan langkah-langkah alternatif bagi Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya dalam mengembangkan pariwisata halal.

Penelitian mengenai pengembangan wisata syariah dengan model analisis SOAR di Kota Bandung oleh Ramdhani et al., (2020), digunakan sebagai rujukan utama dan kebaharuan dari penelitian tersebut adalah objek yang diteliti, yaitu Kota Tasikmalaya. Riset menurut Mahsun et al (2022), mengenai strategi pengembangan industri kreatif pariwisata ramah muslim melalui SOAR Analysis dan QSPM digunakan sebagai rujukan pendamping. Penelitian Sayekti (2019) tentang strategi pengembangan wisata halal di Indonesia dan penelitian mengenai strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya oleh Dodi Hidayah & Rismania Dewi (2023), menjadi rujukan pendukung yang membahas mengenai pengembangan wisata di wilayah priangan timur.

Literature Review

Konsep Wisata Halal

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Menurut (Samsuduha, 2020) Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mampu menghasilkan perubahan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan pekerjaan yang dapat meningkatkan pendapatan pemerintah dan masyarakat sekitar (Febriani, 2021).

Pengembangan pariwisata menjadikan pemanfaatan potensi bagi negara secara cerdas dan berkelanjutan sebagai kawasan wisata bahari terbesar didunia. Generasi milenial dihadapkan dengan kenyataan bahwa pariwisata menjadi komoditas utama untuk ditinggali, apalagi dengan banyaknya aktivitas yang memberikan momen- momen seru untuk diabadikan dalam perangkat elektronik (Iflah, 2019). Menurut (reza, 2020) Pengembangan wisata halal harus didukung oleh semua pihak, pemerintah dan rakyat harus saling bersinergi untuk mengembangkan potensi wisata halal yang mempunyai prospek cerah di masa depan. Teknologi saat ini sudah semakin berkembang. Teknologi tidak dapat dilepaskan sebagai faktor kunci pengembangan wisata halal di Indonesia. Teknologi mempunyai peran yang sangat penting bagi promosi wisata halal di Indonesia. Akses media sosial, sistem pembelian dan transaksi *online* akan membantu mempermudah wisatawan dalam mengakses berbagai informasi yang diperlukan.

Karakteristik Wisata Halal

Menurut Murobbi (2023), berpendapat bahwa pengembangan destinasi pariwisata setidaknya harus mencakup komponen utama, yaitu sebagai berikut :

1. Objek dan daya tarik (*Attractions*), meliputi atraksi yang terutama berbasis pada alam, budaya, dan pariwisata sumber daya. Dalam wisata halal objek dan daya tarik yang utama yaitu mesjid yang merupakan tempat ibadah bagi kaum muslim.
2. Aksesibilitas, termasuk penunjang sistem transportasi, meliputi trayek atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandar udara, pelabuhan, dan modal transportasi lainnya.
3. Amenitas, merupakan fasilitas yang dimiliki meliputi penunjang wisata antara lain seperti, akomodasi, restoran, detail, toko cinderamata, fasilitas penukaran mata uang, bus wisata, pusat informasi wisata dan kenyamanan lainnya. Terutama untuk pariwisata halal tentunya harus menyediakan fasilitas berdasarkan prinsip islam.
4. Pelayanan penunjang, yaitu tersedianya fasilitas pendukung yang digunakan wisatawan seperti, Bank Syariah atau ATM Syariah untuk fasilitas penukaran uang.

Kelembagaan, ini berkaitan dengan keberadaan dan peran unsur pendukung terselenggaranya kegiatan wisata, termasuk masyarakat lokal sebagai tuan rumah.

Kriteria Umum Wisata Halal

Kriteria umum pariwisata syariah menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta BPH DSN MUI dalam (Pelu et al., 2020), yaitu:

1. Berfokus pada kemaslahatan umum
2. Berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan
3. Menjauhi khurafat dan kemusyrikan
4. Menjauhi dan menjaga Perilaku, etika, dan nilai luhur kemanusiaan seperti menghindari perilaku hedonis dan asusila, menghindar maksiat seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba, dan judi.
5. Menjaga amanah, keamanan, dan kenyamanan
6. Bersifat universal dan inklusif
7. Memelihara kelestarian lingkungan, dan
8. Menghargai nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Apabila kriteria umum di atas diaplikasikan pada komponen usaha, profesi, dan daya tarik wisata maka dari panduan umum menurut Muhammad (2017), dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Daya Tarik/Objek Wisata Syariah Dari sisi objek wisata, hal-hal yang perlu mendapat perhatian adalah:

- a. Objek wisata meliputi wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan
 - b. Tersedia fasilitas untuk menunaikan ibadah
 - c. Tersedia makanan dan minuman bersertifikat halal
 - d. Penampilan atraksi dan seni budaya yang tidak bertentangan dengan standar pariwisata halal
 - e. Terjaga kebersihan dan sanitasi lingkungan.
2. Akomodasi pariwisata syariah atau objek wisata halal merupakan tempat wisata syariah yang harus memiliki standar penginapan sesuai syariah. Tentu saja, yang terbaik adalah jika ada hotel atau losmen syariah yang telah disertifikasi oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Namun mengingat fakta bahwa saat ini hanya ada beberapa hotel yang telah disertifikat oleh DSN MUI, hotel atau penginapan yang tersedia tidak harus memenuhi syarat berikut:
- a. Tersedia fasilitas yang layak untuk bersuci
 - b. Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah
 - c. Tersedia makanan dan minuman halal
 - d. Fasilitas dan suasana yang aman, nyaman dan kondusif untuk keluarga dan bisnis
 - e. Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan.
3. Usaha penyedia makanan dan minuman Seluruh restoran, kafe, dan jasa boga di objek wisata syariah harus terjamin kehalalan makanan yang disajikannya, sejak dari bahan baku hingga proses penyediaan bahan baku, dan proses memasaknya. Cara yang paling baik adalah restoran, kafe, maupun jasa boga tersebut sudah mendapatkan sertifikat halal dari LPPOM MUI. Kalau cara tersebut belum dapat dilakukan mengingat berbagai kendala maka minimal hal-hal yang harus diperhatikan adalah:
- a. Terjamin kehalalan makanan-minuman dengan sertifikat halal MUI
 - b. Ada jaminan halal dari MUI setempat, Tokoh muslim atau pihak terpercaya, dengan memenuhi ketentuan yang akan ditetapkan selanjutnya, apabila poin a belum terpenuhi.
 - c. Terjaga lingkungan yang sehat dan bersih.

Indikator Pariwisata Halal

Menurut Nugroho & Harianto (2022), terdapat beberapa indikator standar pengukuran pariwisata halal dari segi administrasi dan pengelolaannya, yaitu:

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip syariah secara keseluruhan;
2. Pemandu dan staf wisata harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip syariah;
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
4. Apabila hotel menyediakan fasilitas spa, maka terapis pria untuk pelanggan pria dan terapis wanita untuk pelanggan wanita. Terapi tidak menggunakan bahan yang mengandung bahan yang menggunakan babi, alcohol maupun produk turunannya
5. Restoran harus mengikuti standar pelayanan halal;
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;
7. Terdapat tempat-tempat yang disediakan kepada wisatawan untuk melaksanakan kegiatan ibadah; dan
8. Tidak adanya aktivitas non halal seperti, perjudian, minuman beralkohol dan kegiatan diskotik.

Manajemen Strategi

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai, (Sunarsasi & Hartono, 2020). Menurut Mularsari & Farika (2022), strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang diambil oleh manajemen puncak dan dilaksanakan oleh semua tingkat organisasi untuk mencapai tujuannya.

Strategi merupakan suatu pendekatan yang melibatkan implementasi ide, selama periode waktu, perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Strategi yang baik adalah dapat bekerja sama dalam kelompok kerja, menetapkan tema dan mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip penerapan ide yang baik dalam rangka mencapai kinerja yang efektif.

SOAR Analysis

Metode analisis SOAR (Strength, Opportunities, Aspiration, and Result) merupakan tools analysis perencanaan strategis melalui pendekatan yang memfokuskan terhadap kekuatan dengan upaya memahami terhadap semua sistem. Model analisis SOAR dikembangkan oleh David Cooperrider untuk mengukur kinerja individu dalam merancang strategi mengenai empat elemen (Strengths, Opportunities, Aspirations, Result) yang berorientasi masa depan. Analisis SOAR dapat menjadi rujukan komunikasi dalam pencapaian tujuan dengan prinsip saling menguntungkan antar pihak yang berkepentingan.

Method

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SOAR dengan pendekatan kualitatif dan melalui beberapa tahapan metode. Menurut (Yusuf, 2014), kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Tahapan pertama melalui identifikasi masalah dari kajian riset fenomena melalui kajian penelitian terdahulu. Selanjutnya dilakukan tahap pengumpulan data, pengolahan data dan tahap berikutnya dengan menggunakan analisis SOAR.

Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang bersangkutan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara menghimpun data dari buku, dan artikel ilmiah, (Sugiyono, 2013). Sumber data yang didapati peneliti diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu: Studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara menganalisa buku-buku, penelitian terdahulu, dan data terkait potensi wisata halal Kota Tasikmalaya; Studi lapangan yang dilakukan dengan cara melakukan observasi di tempat wisata yang ada di Kota Tasikmalaya, dan penyebaran kuesioner mengenai indikator pariwisata

halal kepada masyarakat sebagai dasar kekuatan dan peluang wisata halal di Kota Tasikmalaya, dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Berikut adalah tabel bobot penilaian yang digunakan:

Tabel 1. Bobot Nilai

Akumulasi	Bobot
1.0-1.9	Sangat Kurang
2.0-2.9	Kurang
3.0-3.9	Cukup
4.0-4.9	Baik
>5.0	Sangat Baik

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode kepustakaan (*library research*), dan penyebaran kuesioner. Metode kepustakaan adalah metode penelitian yang melakukan pengumpulan data-data dari buku serta artikel jurnal yang berasal dari pemikiran lain yang memberikan pembahasan tentang potensi pariwisata halal di Kota Tasikmalaya. Menurut Salim & Syahrudin (2012), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Uji validasi data menggunakan metode triangulasi data. Menurut Sarosa (2021), triangulasi data merupakan teknik validasi data dari beberapa sumber dengan berbagai teknik dan waktu. Menurut Yusuf (2014), triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah dihimpun. Metode uji keabsahan data melalui triangulasi data terbagi menjadi beberapa bagian, namun penulis menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan pengujian kredibilitas suatu data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil kuesioner, maupun dokumen lainnya, (Sarosa, 2021).

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SOAR. SOAR merupakan akronim dari *strength* (kekuatan), *opportunity* (peluang), *aspiration* (aspirasi), dan *result* (hasil), adalah kerangka baru dalam model perencanaan strategis yang dikembangkan oleh Stavros, Cooperider dan Kelley pada tahun 2009. Menurut Zamista dan Hanafi (2020), model analisis SOAR memadukan kekuatan dan peluang yang mengintegrasikan *appreciate inquiry* (AI) dengan meringkaskan ulang perencanaan strategis SWOT. Perbedaan model analisis SOAR dengan analisis SWOT adalah dengan mengidentifikasi dan memperluas kekuatan dan peluang daripada mengidentifikasi masalah, kekurangan, kelemahan, dan ancaman. Kelemahan dan ancaman tidak diabaikan, melainkan diubah kerangkanya dan difokuskan sesuai dengan peluang dan hasil percakapan sehingga kekurangan dan ancaman dapat dikurangi atau diubah menjadi kekuatan. Matriks SOAR yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks SOAR

Internal/Eksternal	<i>Strength</i>	<i>Opportunity</i>
<i>Aspirations</i> Daftar harapan dari Internal	Strategi SA menciptakan fokus strategi pada kekuatan untuk mencapai aspirasi.	Strategi OA strategi yang bertujuan pada aspirasi untuk memanfaatkan peluang.
<i>Results</i> Daftar hasil yang terukur untuk diwujudkan	Strategi SR menciptakan strategi berdasarkan kekuatan untuk mencapai hasil yang terukur.	Strategi OR strategi yang berorientasi pada kesempatan untuk mencapai hasil yang terukur.

Result and Discussion

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner mengenai implementasi dari indikator dan kriteria umum pariwisata halal di Kota Tasikmalaya, terdapat 50 informan yang mengisi dan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Indikator Pariwisata Halal

Kategori	Indikator dan Kriteria Umum Pariwisata Halal	Kode	Rata-Rata
----------	--	------	-----------

Komponen Kekuatan Pengembangan Wisata Halal	1. Kota Tasikmalaya mempunyai potensi memiliki daya tarik wisata yang beragam.	SP1	4.04/5.00
	2. Kota Tasikmalaya memiliki daya tarik aktivitas keislaman.	SP2	4.36/5.00
	3. Pariwisata halal memberi kemudahan memperoleh makanan minuman halal, menjalankan ibadah.	SP3	4.58/5.00
	4. Penyelenggaraan <i>event</i> muslim dan wisata belanja muslim.	SP4	3.8/5.00
	5. Aksebilitas Kota Tasikmalaya dapat ditempuh dengan mudah.	SP5	3.96/5.00
	6. Infrastruktur pariwisata di Kota Tasikmalaya sudah terbangun.	SP6	3.78/5.00
Destinasi Pariwisata Ramah Muslim	1. Tersedia pilihan aktivitas wisata, seni, dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi dan kemusyrikan.	DP1	4.02/5.00
	2. Menyelenggarakan minimal satu Festival Halal <i>Life Style</i> .	DP2	3.80/5.00
	3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.	DP3	4.16/5.00
	4. Pemandu dan staf wisata harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip syariah.	DP4	3.90/5.00
	5. Terdapat tempat-tempat yang disediakan kepada wisatawan untuk melaksanakan kegiatan ibadah.	DP5	4.44/5.00
	6. Pemandu yang terpisah untuk para pria dan wanita dan mempunyai aturan pengunjung tidak berpakaian minim.	DP6	3.44/5.00
	7. Restoran atau tempat makan harus mengikuti standar pelayanan halal;	DP7	3.24/5.00
	8. Tidak adanya aktivitas non halal seperti, perjudian, minuman berakohol dan kegiatan diskotik.	DP8	3.8/5.00

Berdasarkan tabel 2. terdapat beberapa indikator yang memiliki bobot beragam, dari cukup hingga baik. Indikator dengan nilai diatas 4.0 atau baik, menjadi fokus utama dalam perumusan strategi melalui pendekatan *SOAR Analysis*. Selain itu, terdapat 38 dari 50 responden atau sekitar 76% dari sampel yang digunakan, informan mengetahui konsep wisata halal, dan 12 responden atau 24% responden tidak mengetahui konsep wisata halal.

Strategi Pengembangan Wisata Halal Melalui *SOAR Analysis*

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, dapat dirumuskan strategi pengembangan wisata halal di Kota Tasikmalaya melalui matriks SOAR berikut ini:

Tabel 4. Analisis SOAR

Internal Eksternal	STRENGTH (S)	OPPORTUNITIES (O)
	1. Kota Tasikmalaya mempunyai potensi memiliki daya tarik wisata yang beragam.	1. Peningkatan pengunjung wisatawan di Kota Tasikmalaya.
	2. Kota Tasikmalaya memiliki daya tarik aktivitas keislaman.	2. Wisata Halal menjadi trend gaya hidup baru.
	3. Terdapat rumah makan yang menyediakan makanan minuman halal, dan tempat ibadah.	3. Penduduk Kota Tasikmalaya beragama Islam.
	4. Penyelenggaraan <i>event</i> muslim dan wisata belanja muslim.	4. Kota Tasikmalaya dijuluki sebagai Kota Santri.
		5. Pengaturan semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

ASPIRATION (A)	STRATEGI SA	OPPORTUNITIES OA
1. Pemberian edukasi mengenai konsep wisata halal. 2. Pemerataan standarisasi halal pada sektor makanan dan minuman, serta penginapan. 3. Peran aktif Pemerintah Daerah dalam pengembangan Wisata Halal di Kota Tasikmalaya. 4. Menjadi pelopor Wisata Halal di Jawa Barat	5. Akseibilitas Kota Tasikmalaya dapat ditempuh dengan mudah. 6. Infrastruktur pariwisata di Kota Tasikmalaya sudah terbangun. 1. Sosialisasi konsep wisata halal, urgensi makanan dan minuman halal, festival muslim melalui perayaan Kota Tasikmalaya atau bekerja sama dengan stakeholder seperti Pemda, Sekolah dan Universitas, dan Masyarakat Ekonomi Syariah Cabang Kota Tasikmalaya. 2. Optimalisasi sasaran <i>event</i> penyelenggaraan sertifikasi halal gratis disetiap daerah Kota Tasikmalaya. 3. Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya menyusun Perda tentang Pelaksanaan Wisata Syariah.	6. Perkembangan teknologi informasi yang pesat. 1. Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi dan penyebarluasan edukasi Wisata Halal. 2. Mengadakan kegiatan pelatihan kepada warga setempat atau mahasiswa untuk menjadi Pendamping Proses Produk Halal (PPH) untuk pemerataan sertifikasi produk halal. 3. Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya mendukung pengembangan Wisata Halal dan pemerataan sertifikasi halal bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Tasikmalaya.
RESULT (R)	STRATEGI SR	OPPORTUNITIES OR
1. Peningkatan perekonomian melalui sektor pariwisata. 2. Membuka lapangan pekerjaan baru. 3. Meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak.	1. Mengoptimalkan potensi diberbagai sektor industri pariwisata dan makanan halal untuk peningkatan wisatawan muslim. 2. Memperkuat daya tarik dan inovasi pariwisata, infrastruktur dan aksesibilitas di Kota Tasikmalaya beserta sektor makanan dan minuman halal.	1. Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya melakukan perencanaan dan pengembangan wisata halal melalui media promosi yang baik berupa media cetak, baliho, maupun media sosial yang terintegrasi dengan website untuk menarik wisatawan dan investor. 2. Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya menyelenggarakan pelatihan pengelolaan wisata syariah dan pelatihan bagi pelaku usaha atau UMKM setempat terkait industri halal.

Berdasarkan tabel matrik SOAR tersebut, menghasilkan alternatif strategi yang dapat digunakan oleh pihak pengelola wisata dan Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya dalam pengembangan wisata halal, sebagai berikut:

1. Sosialisasi konsep wisata halal, urgensi makanan dan minuman halal, festival muslim melalui media sosial atau *website*, perayaan Kota Tasikmalaya atau bekerja sama dengan *stakeholder* seperti Pemerintah Daerah, Sekolah dan Universitas, dan Masyarakat Ekonomi Syariah Cabang Tasikmalaya. Menurut penelitian terdahulu oleh Perbawasari et al., (2022), sosialisasi konsep wisata halal perlu dijadikan sebagai strategi awal dalam mengembangkan pariwisata halal di suatu daerah.
2. Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya perlu mendukung pengembangan Wisata Halal dengan merancang Peraturan Pelaksanaan Wisata Syariah. Selain itu, optimalisasi pemerataan sertifikasi halal bagi UMKM diseluruh kelurahan di Kota Tasikmalaya. Standar wisata halal di Kota Tasikmalaya belum ada pengaturan secara eksplisit yang mendukung pengembangan pariwisata halal.

3. Memperkuat potensi diberbagai sektor industri pariwisata dan makanan halal untuk peningkatan wisatawan muslim. Menurut Lustianah & Rahmi Fauziah (2022), Pariwisata Halal dan produk-produk halal berperan dalam meningkatkan pendapatan daerah. Alasannya karena tempat wisata serta produk makanan dan minuman tersebut memiliki citra yang baik, sehingga dapat menarik konsumen muslim untuk mengkonsumsinya.
4. Memperkuat daya tarik dan inovasi pariwisata, infrastruktur dan aksesibilitas di Kota Tasikmalaya beserta sektor makanan dan minuman halal. Menurut penelitian terdahulu dari Devitasari et al., (2022), pembangunan infrastruktur dan inovasi rekreasi wisata dapat membantu pengembangan pariwisata halal.

Mengadakan kegiatan pelatihan kepada warga setempat atau mahasiswa untuk pengelolaan wisata syariah, serta menjadi Pendamping Proses Produk Halal (PPH) untuk pemerataan sertifikasi produk halal.

Conclusion

Pengembangan wisata halal di Kota Tasikmalaya dapat diarahkan melalui strategi yang teridentifikasi dalam matriks SOAR, dan setidaknya terdapat 5 alternatif strategi utama dalam pengembangan wisata halal di Kota Tasikmalaya, yaitu: Sosialisasi konsep wisata halal; Pembuatan Perda pelaksanaan pariwisata halal; Memperkuat potensi, daya tarik, serta inovasi tempat wisata halal; dan melakukan pelatihan bagi pengelola atau warga setempat terkait manajemen pelaksanaan wisata halal. Implikasi yang didapatkan tidak hanya pengembangan wisata halal, namun akan berdampak pada ekonomi masyarakat di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini memiliki keterbatasan untuk pengujian hasil implementasi strategi, sehingga dapat diteliti lebih lanjut mengenai efektivitas strategi yang dijalankan

References

- Annur, C. M. (2023). Jumlah Populasi Muslim di Kawasan ASEAN. In *Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/28/ini-jumlah-populasi-muslim-di-kawasan-asean-indonesia-terbanyak>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Penduduk Menurut Agama dan Kecamatan (Jiwa)*.
<https://tasikmalayakota.bps.go.id/indicator/12/153/1/penduduk-menurut-agama-dan-kecamatan.html>
- Cadith, J., Yusuf, M., Yulianti, R., Program,), Publik, S. A., Sosial, I., & Politik, D. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta. *Publikauma : Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 10(1), 73–88.
<https://ojs.uma.ac.id/index.php/publikauma/article/view/6839>
- Devitasari, D., Fasa, M. I., & Soeharto, S. (2022). Analisis Pengembangan Wisata Halal Dalam Prospek Membantu Meningkatkan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 130–139. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.129>
- DinarStandard. (2022). State of the Global Islamic Economy Report. In *DinarStandard*.
<https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Dodi Hidayah, D., & Risma Dewa, N. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN TASIKMALAYA. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(12), 31–41. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i12.10324>

- Humas Bappeda Jawa Barat. (2019). *Jawa Barat Raih Penghargaan Destinasi Wisata Halal Unggulan*. Bappeda Provinsi Jawa Barat. <https://bappeda.jabarprov.go.id/jawa-barat-raih-penghargaan-destinasi-wisata-halal-unggulan/>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1–443. https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan Eksyar_Preview.pdf
- Lustianah, M., & Rahmi Fauziah, D. (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. <https://doi.org/10.37726/ee.v6i2.675>
- Mahsun, M., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Pariwisata Ramah Muslim Melalui SOAR Analysis dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *OECONOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 140–151. <https://doi.org/10.15642/oje.2022.6.2.140-151>
- Mastercard-CrescentRating. (2019). *Global Muslim Travel Index 2019*.
- Muhammad, D. (2017). Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia. In *Pariwisata Halal* (Cetakan I). UIN-Maliki Press.
- Mularsari, A., & Farika, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Roosseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. *Turn Journal*, 2(April), 17–30.
- Murobbi, M. N. (2023). Desa Wisata Halal: Potensi, Konsep Dan Implementasinya Dalam Meningkatkan Ekonomi. *El-Sanadi: Journal of Islamic Studies And Education*, 1(1), 12–23. <https://jurnal.unupurwokerto.ac.id/index.php/elsanadi/article/view/119/91>
- Nugroho, M. S., & Harianto, D. (2022). Pariwisata Halal: Studi Implementasi di Pantai Tanjung Bias Lombok Barat. *Paryataka: Jurnal Pariwisata Budaya Dan Keagamaan*, 1(1), 10–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/pyt.v1i1.640>
- Nur Arbaien, M. F., Aprilia, E. S., & Huda, S. S. (2023). *Kuesioner Strategi Pengembangan Wisata Halal Di Kota Tasikmalaya (Jawaban)*.
- Pelu, I. E. A., Kurniawan, R., & Akbar, W. (2020). Pariwisata Syariah Pengembangan Wisata Halal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah. In A. Dakhoir (Ed.), *K-Media* (I). K-Media. <http://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/>
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2023). *Daftar Kabupaten Kota di Jawa Barat*. PortalJabarProvGoID. <https://jabarprov.go.id/tentang-jawa-barat/daftar-kabupaten-kota>

- Perbawasari, O. S., Wardiana, D., Setianti, Y., Anisa, R., & Ruchiat Nugraha, A. (2022). SOSIALISASI KONSEP PARIWISATA HALAL MELALUI RADIO KOMUNITAS. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 94–102. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/swarna/article/view/32/32>
- Rahmi, A. N. (2020). Perkembangan Pariwisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 1–22. <https://doi.org/10.32678/ije.v11i1.226>
- Ramdhani, F. R., Srisusilawati, P., & Ibrahim, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Bandung dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 226–230. <http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22043>
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Haidir (ed.); II). Citapustaka Media.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (I). PT Kanisius.
- Sayekti, N. W. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. *Kajian*, 24(3), 159–171. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22212/kajian.v24i3.1866>
- Soleman, R. (2023). Strategi Pengembangan Halal Tourism And Human Development di Indonesia Melalui Pendekatan Competitive Advantage. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)*, 3(1), 282–296. <https://doi.org/10.56013/jebi.v3i1.2002>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Sunarsasi, & Hartono, N. R. H. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Zamista, A. A., & Hanafi. (2020). SOAR Analysis on Marketing Strategies in the Finance Services Industry. *Jurnal Teknik Industri*, 6(1), 27–33. <https://dinastirev.org/JMPIS%0Ahttps://core.ac.uk/download/pdf/299931315.pdf>