

STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL MELALUI ANALISIS SWOT DAN QSPM (STUDI KASUS PADA PARIWISATA HALAL DI MADURA)

Muhammad Sulthonnudzim^a, Muhammad Alkirom Wildan^b

^{a,b} Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

200211100127@student.trunojoyo.ac.id, wildan.alkirom69@trunojoyo.ac.id^b

ABSTRAK

Pariwisata halal merupakan salah satu pemenuh gaya hidup saat ini dimana telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang berkembang pesat. Pariwisata halal dipandang sebagai salah satu cara untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai keislaman. Madura memiliki beragam potensi pariwisata mulai dari wisata religi, wisata sejarah, wisata alam dan wisata budaya yang terdapat pada empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sumenep, Sampang, dan Pamekasan. Kekayaan potensi ini menjadi peluang bagi perkembangan konsep pariwisata halal dipulau Madura. Maka penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui strategi perencanaan dan pengembangan pariwisata halal di Madura melalui Analisis SWOT dan QSPM. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa pariwisata halal dimadura pada matrix IE dalam posisi kuadran lima yaitu Hold and Maintain dalam perencanaan strategi dan pengembangan pariwisata halal dimadura. yang berarti menjaga dan mempertahankan penetrasi pasar dan pengembangan produk. Dalam diagram SWOT berada pada kuadran satu dimana kekuatan dan peluang yang dimiliki sangat menguntungkan apabila dimanfaatkan secara maksimal serta meminimalisir kelemahan dan ancaman maka akan mengalami perkembangan kearah yang lebih baik, dengan mendukung strategi yang agresif. Pada Matriks SWOT didapatkan delapan alternatif strategi yang kemudian pada analisis QSPM didapatkan empat alternatif strategi prioritas yaitu Meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi objek pariwisata secara optimal, Peningkatan akses jalan, sarana, prasarana guna kenyamanan dan keamanan wisatawan, Meningkatkan kreatifitas dan inovasi bagi pengelola objek wisata, dan Membangun kerja sama dengan berbagai pihak yang ada dalam industri pariwisata.

Keywords: *Pariwisata halal, strategi, analisis SWOT dan QSPM, Madura*

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia merupakan penunjang perekonomian yang sangat berpengaruh bagi perekonomian negara dan perekonomian masyarakat khususnya

pada aspek pembangunan di suatu daerah. Indonesia memiliki banyak potensi yang sangat beragam pada aspek pariwisatanya seperti keunikan budaya, keanekaragaman hayati, peninggalan sejarah, serta keindahan alam yang masih terjaga dan dikelola dengan baik oleh pengelola. Pengembangan pariwisata diharapkan menjadi sarana untuk dijadikan sebagai daya tarik kepada wisatawan untuk meningkatkan daya guna berbagai potensi kepariwisataan nasional dalam meningkatkan lapangan pekerjaan, pendapatan daerah, dan penerimaan devisa Negara.¹

Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) kunjungan wisatawan pada tahun 2023 sebanyak 735.947 kunjungan wisatawan mancanegara yang naik 503,34% dari tahun 2022 yang berjumlah 121.978 kunjungan dan diprediksi kunjungan wisatawan mancanegara hingga akhir tahun ini bisa mencapai 9 juta kunjungan, sebagai salah satu sektor penting di Indonesia, menurut Badan Pusat Statistik saat ini industri pariwisata memiliki 2.552 objek wisata menarik pada tahun 2020 dengan 6 jenis objek wisata yaitu objek wisata buatan, objek wisata alam, objek wisata tirta, objek wisata budaya, objek kawasan pariwisata, dan objek taman hiburan & rekreasi. Indonesia juga menjadi Negara yang sangat potensial untuk pengembangan pariwisata halal.

Pariwisata halal merupakan salah satu pemenuh gaya hidup saat ini dimana telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang berkembang pesat. Pariwisata halal dipandang sebagai salah satu cara untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai keislaman. Sebelum adanya pariwisata halal, masyarakat Indonesia sudah menjalani wisata syariah yang diimplementasikan dengan melakukan wisata ke kuburan ziarah seperti wisata wali songo ataupun masjid. Padahal wisata syariah bisa diartikan lebih dari itu dengan melakukan wisata yang didalam berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai Islami².

Konsep pengembangan pariwisata halal Indonesia sendiri merupakan konsep wisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan pengalaman wisata muslim. Konsep itu diantaranya: layanan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah berkualitas, toilet bersih dengan air memadai, bebas dari islamophobia, memberi nilai manfaat sosial, program ramadan, pengalaman unik bagi wisatawan muslim, bebas dari aktivitas non halal, penyediaan area rekreasi dengan privasi.

Madura memiliki beragam potensi pariwisata mulai dari wisata religi, wisata sejarah, wisata alam dan wisata budaya yang terdapat pada empat kabupaten yaitu

¹ Rusyidi, Binahayati, and Muhammad Fedryansah. "Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat." *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial* 1.3 (2018): 155-165.

² Rahmawati, Rizqi, and Kaukabilla Alya Parangu. "Potensi pemulihan pariwisata halal di Ponorogo (Analisa strategi pada masa pandemi COVID-19)." *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 1.1 (2021): 97-110.

Bangkalan, Sumenep, Sampang, dan Pamekasan³. Kekayaan potensi ini menjadi peluang bagi perkembangan konsep pariwisata halal dipulau Madura.

Berdasarkan hal tersebut Para Stakeholder dapat memaksimalkan peluang yang ada, dimana pengembangannya harus dibangun dengan konstruktif, terencana dan memiliki strategi terintergritas dalam pengembangan pariwisata halal di Madura yang berkelanjutan. Sesuai Visi & Misi salah satu kepala daerah seperti kabupaten bangkalan. Visinya Terwujudnya Masyarakat kabupaten bangkalan yang religious dan sejahtera berbasis potensi lokal. Dan Misinya pada poin ketiga yang berbunyi, Menyelenggarakan Pelayanan Dasar Berkualitas dan Tata Kelola Pemanfaatan Potensi Ekonomi, Sosial dan Budaya Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah.

Namun Arus globalisasi pariwisata sudah tidak dapat dibendung disertai dengan perkembangan teknologi industri kreatif yang semakin pesat, dunia kini telah memasuki era revolusi industri 4.0, yakni menekankan pada pola digital economy, artificial intelligence, big data, robotic atau lebih dikenal dengan fenomena disruptive innovation. Menghadapi tantangan tersebut, mau tidak mau industri pariwisata pun dituntut untuk berubah. Revolusi Industri 4.0 yang telah bergemuruh disambut dengan perkembangan berbagai lini industri tak terlepas juga industri pariwisata yang kemudian mengharuskan industri pariwisata adaptif jika tidak ingin tergilas perkembangan zaman. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan industri pariwisata halal perlu strategi dalam perencanaan dan pengembangannya.

Berdasarkan Global Muslim Travel Index (GMTI) terdapat empat indikator dalam penilaian wisata halal yaitu Accessibility (aksesibilitas), communication (komunikasi), environment (lingkungan) dan service (layanan). Indikator inilah yang menjadi acuan dalam mengembangkan pariwisata halal di Madura.

Kekayaan wisata di Madura saat ini memiliki potensi dalam pengembangan pariwisata halal. Sehingga diperlukan tindakan yang konstruktif untuk mengelola dan mengembangkan beberapa potensi tersebut sehingga sesuai dengan tujuan pemerintah pusat yang ingin menguatkan kearifan dan budaya lokal sebagai kekayaan daerah Indonesia yang harus dilestarikan. Oleh karena itu peran serta masyarakat yang didukung penuh oleh pemerintah daerah menjadi modal yang besar dalam pengelolaan dan pengembangan wisata di pulau Madura⁴.

Penelitian ini dianggap penting karena perkembangan pariwisata erat kaitannya dengan strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata itu sendiri serta pengelola objek wisata. Sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam hal tersebut dengan menjadikan sebuah artikel ilmiah yang berjudul "STRATEGI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL MELALUI ANALISIS SWOT

³ Arifin, Syamsul. "Digitalisasi Pariwisata Madura." *Jurnal Komunikasi* 11.1 (2017): 53-60.

⁴ Ibid.

DAN QSPM (STUDI KASUS PADA PARIWISATA HALAL DI MADURA)". Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui potensi objek Pariwisata Halal yang ada di Madura, untuk mengetahui Strategi perencanaan pariwisata Halal yang ada di Madura melalui analisa SWOT dan QSPM. Dan untuk mengetahui Prioritas pengembangan berdasarkan analisis data.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Menurut Munarika "Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencan para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai"⁵

Perencanaan dan Pengembangan

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang terdiri dari 4 fungsi utama. Manajemen perencanaan (fungsi perencanaan), pengorganisasian (fungsi pengorganisasian), pengarahan (pengarahan) dan pengendalian (pengendalian). Sehingga perencanaan merupakan salah satu syarat mutlak untuk menerapkan manajemen yang baik, dan untuk membuat rencana yang baik harus hati hati memikirkan terlebih dahulu tindakan yang akan dilakukan nantinya. ini berarti bisa melakukan perencanaan yang baik.

Menurut Freddy Rangkuti Perencanaan merupakan potret atau gambaran bisnis yang akan dilakukan. Dalam penulisannya diperlukan gambaran yang menyeluruh sehingga dapat diketahui dengan jelas urutan dan logika proses berpikir dari perencanaan sampai pengambilan keputusan yang dipilih.

Analisis SWOT

Menurut Irawan menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakneses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan sinergi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi Perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman)⁶.

Analisis QSPM

⁵ Munarika, Nia. "Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung Dengan Akad Wadi'ah di Kantor Pusat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung." (2018).

⁶ Irawan, Mohammad Rizal Nur. "Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif pada PD. BPR. Bank daerah Lamongan." *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 2.1 (2017).

Quantitative Strategi Planning Matrix (QSPM) merupakan sebuah matriks yang digunakan untuk menganalisis berbagai alternatif strategi yang tersedia untuk mendapatkan strategi prioritas. Alternatif strategi yang dianalisis sebelumnya dengan memadukan faktor internal dan eksternal. Dengan matriks QSPM, manajemen dapat mengurutkan berbagai strategi yang ada untuk membentuk skala prioritas dalam penerapan strategi.⁷

Wisata Halal

Menurut Kemenpar istilah wisata halal baru mulai dikenal sejak 2015 ketika sebuah event World Halal Tourism Summit (WHTS) digelar di Abu Dhabi, UAE. Sebelumnya dunia pariwisata hanya mengenal sebagai Moslem tour atau semisalnya. Dalam event ini WHTS berusaha menyadarkan bahwa pangsa pasar dari wisata halal amatlah besar dan perlu untuk terus dikembangkan. Terminologi wisata halal di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti Islamic tourism, halal tourism, halal travel, halal lifestyle, ataupun as moslem friendly destination. Dari sisi industri, wisata halal merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah.⁸

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif dan menggunakan analisis SWOT dan QSPM untuk mengidentifikasi dan perumusan pada permasalahan yang ada pada pengembangan pariwisata halal. Data yang di ambil penulis dalam proposal penelitian ini adalah data mengenai Strategi perencanaan dan pengembangan pariwisata halal di Madura. Untuk mendapatkan kelengkapan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian maka yang dijadikan teknik pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan kuisioner⁹.

Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles and Huberman. Miles and Huberman mengungkapkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Komponen dalam analisis data yang

⁷ Qanita, Ariza. "Analisis strategi dengan metode swot dan qspm (quantitative strategic planning matrix): studi kasus pada d'gruz coffe di Kecamatan Bluto Sumenep." *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 1.2 (2020): 11-24.

⁸ Noviantoro, Kurnia Maulidi, and Achmad Zurohman. "Prospek pariwisata syariah (Halal Tourism): Sebuah tantangan di era revolusi industri 4.0." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 8.2 (2020): 275-296.

⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (2018). Bandung: Alfabeta

digunakan yaitu Reduksi data, Penyajian data, dan Verifikasi atau penyimpulan.¹⁰ Dalam penelitian kualitatif, instrument utamanya manusia karena itu yang diperiksa adalah keabsahan datanya. Untuk menguji kredibilitas data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Irawan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengts*) dan peluang (*oportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Matriks SWOT diperoleh dengan menggabungkan antara faktor internal dan eksternal yang diperoleh pada Perusahaan. Hasil dari matriks SWOT ini berupa empat sel kemungkinan strategi yaitu strategi SO (*Strenght-Opportunities*), strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi WT (*Weakness-Threats*), dan strategi ST (*Strenght-Threats*). Berdasarkan Matriks SWOT yang didapatkan terdapat 8 Alternatif strategi pengembangan pariwisata halal dimadura, yang ada pada tabel dibawah sebagai berikut:

- 1) Perluasan akses, informasi dan kualitas pada objek pariwisata (SO1)
- 2) Membangun kerja sama dengan berbagai pihak yang ada dalam industri pariwisata. (SO2)
- 3) Meningkatkan sosialisasi, Pelatihan pengembangan SDM dan mentoring untuk pengelola objek wisata (WO1)
- 4) Membuat strategi promosi/pemasaran secara optimal (WO2)
- 5) Meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi objek pariwisata secara optimal (ST1)
- 6) Meningkatkan kreatifitas dan inovasi bagi pengelola objek wisata (ST2)
- 7) Peningkatan akses jalan, sarana, prasarana guna kenyamanan dan keamanan wisatawan (WT1)
- 8) Peningkatan dan penguatan sistem manajemen (WT2)¹¹

Tabel 1. Analisis SWOT

Intenal Eksternal	Kekuatan	Kelemahan
	1. Harga yang masih relatif murah 2. Madura memiliki beragam potensi untuk menjadi salah satu destinasi desa wisata	1. SDM yang masih kurang akan kesadaran dan pengetahuan tentang pariwisata 2. kurangnya dana INVESTASI dan promosi untuk

¹⁰ Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. *Analisis data Kualitatif Terj. Tjejep Rohidi*. (2014). Jakarta : UI Press

¹¹ Irawan, op cit

	<p>halal yang strategis</p> <p>3. Mempunyai daya tarik wisatawan dengan wisata budaya, religi dan sejarah.</p> <p>4. Panorama alam yang masih indah dan asri</p> <p>5. Dukungan dari instansi pemerintahan dan pengelola yang ramah</p>	<p>pengembangan pariwisata</p> <p>3. adanya masyarakat yang kontra dalam pengembangan pariwisata</p> <p>4. belum maksimalnya tata kelola pada pengelola objek wisata</p> <p>5. akses jalan menuju objek wisata yang jauh</p>
<p>Peluang</p> <p>1.SDA yang masih indah dan masih alami</p> <p>2.Memanfaatkan perkembangan digital sebagai promosi</p> <p>3.Jarak yang jauh sehingga udara tidak tercemar</p> <p>4.Adanya rencana pengembangan instansi terkait</p> <p>5.Jaluran listrik dan jaringan Handphone yang memadai</p>	<p>Strategi SO</p> <p>1. Perluasan akses, informasi dan kualitas pada objek pariwisata (SO1)</p> <p>2. Membangun kerja sama dengan berbagai pihak yang ada dalam industri pariwisata. (SO2)</p>	<p>Strategi WO</p> <p>1. Meningkatkan sosialisasi, Pelatihan pengembangan SDM dan mentoring untuk pengelola objek wisata (WO1)</p> <p>2. Membuat strategi promosi/pemasaran secara optimal (WO2)</p>
<p>Ancaman</p> <p>1. Jumlah wisatawan yang fluktuatif</p> <p>2. Objek wisata berpengaruh terhadap lingkungan budaya dan masyarakat</p> <p>3. Terdapat objek wisata yang lebih menarik bagi wisatawan</p> <p>4. Kondisi infrastruktur jalan yang kurang memadai</p> <p>5. Maraknya tindak kejahatan disekitar objek pariwisata</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi objek pariwisata secara optimal (ST1)</p> <p>2. Meningkatkan kreatifitas dan inovasi bagi pengelola objek wisata (ST2)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Peningkatan akses jalan, sarana, prasarana guna kenyamanan dan keamanan wisatawan (WT1)</p> <p>2. Peningkatan dan penguatan sistem manajemen (WT2)</p>

Berdasarkan matriks SWOT didapatkan delapan alternatif strategi untuk kemajuan pariwisata halal di madura yang pada tahap ini akan diprioritaskan menjadi empat strategi alternatif dari perolehan nilai tertinggi pada matriks QSPM. Matriks QSPM bertujuan untuk mengetahui stragegi prioritas yang dapat diaplikasikan oleh pariwisata halal dimadura. Matriks QSPM menggunakan niali bobot dan nilai Attractive Score (AS) yang dinilai oleh responden staff Disbudporapar 4 kabupaten dimadura. Berdasarkan kedua nilai tersebut akan didapatkan nilai Total Attractive Score (TAS). Hasil perhitungan QSPM ada pada tabel berikut:

Tabel 2. Analisis QSPM

No	Strategi	Total TAS	Peringkat
1	Meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi objek pariwisata secara optimal (ST1)	6.751	1
2	Peningkatan akses jalan, sarana, prasarana guna kenyamanan dan keamanan wisatawan (WT1)	6.719	2
3	Meningkatkan kreatifitas dan inovasi bagi pengelola objek wisata (ST2)	6.711	3
4	Membangun kerja sama dengan berbagai pihak yang ada dalam industri pariwisata. (SO2)	6.685	4
5	Membuat strategi promosi/pemasaran secara optimal (WO2)	6.665	5
6	Meningkatkan sosialisasi, Pelatihan pengembangan SDM dan mentoring untuk pengelola objek wisata (WO1)	6.644	6
7	Peningkatan dan penguatan sistem manajemen (WT2)	6.635	7
8	Perluasan akses, informasi dan kualitas pada objek pariwisata (SO1)	6.453	8

Sumber : Data diolah

Hasil pengolahan data diatas menunjukkan prioritas alternatif strategi pada Matriks QSPM yang menunjukkan bahwa alternatif yang paling diminati oleh responden. Alternatif strategi dengan nilai TAS tertinggi merupakan strategi yang perlu dilaksanakan terlebih dahulu oleh Disbudporapar dalam Strategi perencanaan dan pengembangan pariwisata halal dimadura. Pada hasil olah data menunjukan nilai TAS tertinggi adalah Meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi objek pariwisata secara optimal. Pengaruh promosi pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan Promosi Pariwisata adalah kegiatan memberitahukan tentang keindahan ataupun keunikan dari suatu objek wisata yang ditawarkan kepada calon wisatawan/wisatawan. Semakin baik Promosi Pariwisata maka dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan sebaliknya¹², dan promosi pariwisata berpengaruh signifikan kepuasan wisatawan.

Alternatif Strategi prioritas kedua adalah Peningkatan akses jalan, sarana, prasarana guna kenyamanan dan keamanan wisatawan. Akses jalan atau infrastruktur jalan merupakan prasarana dalam bentuk fisik yang berfungsi untuk menghubungkan daerah satu dengan daerah lainnya dalam berbagai pusat kegiatan serta dapat mengembangkan ekonomi masyarakat.¹³ Pada strategi ini akses jalan memiliki urgensi sebagai prasana yang memudahkan memobilisasi para wisatawan dalam menuju objek

¹² Sangkaeng, Stela, Lisbeth Mananeke, and Sem G. Oroh. "Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3.3 (2015).

¹³ Hayati, Latifah Nur. "Analisis Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Perkembangan Pariwisata Kawasan Pinggiran Kota." *JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY* 3.2 (2022): 1-11.

wisata. akses jalan yang baik akan memberikan pengalaman yang baik pula bagi wisatawan.

Alternatif Strategi prioritas ketiga adalah Meningkatkan kreatifitas dan inovasi bagi pengelola objek wisata. Kreativitas merupakan salah satu modal Pembangunan promosi pariwisata sehingga dampak yang terbangun berupa citra positif yang didapat oleh sebuah persahaan atau lembaga pengembang kebudayaan lokal daerah. Selain design yang kreatif diperlukan juga penyediaan bahasa asing sehingga ketika diantara pengunjung website tersebut berasal dari luar negeri dengan sangat mudah memahami apa yang dipromosikan tersebut¹⁴, serta inovasi pariwisata juga harus terus dikembangkan dalam pengelolaan objek wisata.

Alternatif Strategi prioritas keempat adalah Membangun kerja sama dengan berbagai pihak yang ada dalam industri pariwisata. Menurut Faidal, untuk Daya saing Destinasi Desa Wisata halal di Madura, perlu ada sinergi antara tiga pelaku utama kepariwisataan, yaitu: pemerintah, swasta, dan masyarakat. Masing-masing pelaku memiliki peran dan fungsi yang berbeda sesuai dengan yang telah diatur dalam Undang-Undang kepariwisataan RI No. 10 tahun 2009 (yang dilampiri oleh buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata 2012 yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif).¹⁵

KESIMPULAN

Hasil analisis dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM menunjukkan bahwa Disbudporapar kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep dalam posisi kuadran lima yaitu Hold and Maintain dalam perencanaan strategi dan pengembangan pariwisata halal dimadura. yang berarti menjaga dan mempertahankan penetrasi pasar dan pengembangan produk. Dalam diagram SWOT berada pada kuadran 1 dimana kekuatan dan peluang yang dimiliki sangat menguntungkan apabila dimanfaatkan secara maksimal serta meminimalisir kelemahan dan ancaman maka akan mengalami perkembangan kearah yang lebih baik, dengan mendukung strategi yang agresif. Pada Matriks SWOT didapatkan delapan alternatif strategi yang kemudian pada analisis QSPM didapatkan empat alternatif strategi prioritas yaitu Meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi objek pariwisata secara optimal, Peningkatan akses jalan, sarana, prasarana guna kenyamanan dan keamanan wisatawan, Meningkatkan kreatifitas dan inovasi bagi pengelola objek wisata, dan Membangun kerja sama dengan berbagai pihak yang ada dalam industri pariwisata.

Secara keseluruhan, strategi perencanaan dan pengembangan pariwisata halal dimadura yang bisa diterapkan oleh Disbudporapar adalah Meningkatkan kualitas

¹⁴ Arifin, op cit.

¹⁵ Faidal, Faidal. "Wisata Halal Madura: Strategi Destinasi untuk Daya Saing Pasar Pariwisata pasca Pandemi Covid 19." *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 2.2 (2022).

sumber daya manusia, kreatifitas, inovasi dan promosi secara digital dalam pengelolaan, peningkatan infrastruktur akses jalan, sarana, prasarana, dan bekerja sama dengan semua pihak yang ada dalam industri pariwisata. Strategi tersebut diharapkan untuk Disbudporapar mampu melaksanakan pengembangan lanjutan dan unggul dalam persaingan diindustri pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S. (2017). Digitalisasi Pariwisata Madura. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 53-60.
- Faidal, F. (2022). Wisata Halal Madura: Strategi Destinasi untuk Daya Saing Pasar Pariwisata pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(2).
- Hayati, L. N. (2022). Analisis Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Perkembangan Pariwisata Kawasan Pinggiran Kota. *JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY*, 3(2), 1-11.
- Irawan, M. R. N. (2017). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif pada PD. BPR. Bank daerah Lamongan. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1).
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. (2014). *Analisis data Kualitatif Terj. Tjejep Rohidi*. Jakarta : UI Press
- Munarika, N. (2018). Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung Dengan Akad Wadi'ah di Kantor Pusat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung.
- Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek pariwisata syariah (Halal Tourism): Sebuah tantangan di era revolusi industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 275-296.
- Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode swot dan qspm (quantitative strategic planning matrix): studi kasus pada d'gruz caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11-24.
- Rahmawati, R., & Parangu, K. A. (2021). Potensi pemulihan pariwisata halal di Ponorogo (Analisa strategi pada masa pandemi COVID-19). *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(1), 97-110.
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155-165.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta