

Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Kota Pekanbaru dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif

Murah Syahrial^{1*}, Wawan Kurniawan²

^{1,2} Prodi Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Lukman Edy Pekanbaru, Indonesia

*e-mail: syahrialsyahdan@gmail.com

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi Pariwisata halal yang ada di kota Pekanbaru, dan mencari strategi pengembangan industri kreatif yang bisa digunakan dalam pengembangan Pariwisata halal di kota Pekanbaru terutama di kawasan Masjid Raya Annur. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, kualitatif, dan tehnik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan kawasan Masjid Raya Annur siap menjadi kawasan Pariwisata halal di Pekanbaru. Kawasan Masjid Raya Annur didukung dengan beberapa industri kreatif seperti kuliner, dan fesyen yang sudah mengikuti persyaratan Pariwisata Halal seperti ketersediaan logo atau sertifikasi Halal, ketersediaan ruang sholat dan wudhu, toilet yang bersih, pakaian pelayan yang sesuai Strategi untuk pengembangan produk di daerah Masjid Raya Annur masuk ke dalam kesadaran untuk menjaga dan mempertahankan. Meskipun daerah Masjid Raya Annur siap menjadi tujuan Pariwisata halal di Pekanbaru tetapi masih membutuhkan dukungan dari pemerintah daerah untuk sertifikasi halal karena masih ada restoran dan tempat makan di daerah itu yang tidak memiliki sertifikasi halal atau logo dan membuat paket Pariwisata halal untuk menambah jumlah wisatawan muslim ke daerah Masjid Raya Annur. Peran masyarakat juga penting untuk menjaga dan mempertahankan pengembangan Pariwisata halal di daerah Masjid Raya Annur.

Kata Kunci: *Parwisata Halal, Pekanbaru, Industri Kreatif*

ABSTRACT

The aim of this research was to identify the potential for halal tourism in the city of Pekanbaru, and to search a strategy for creative industrial development halal tourism in Pekanbaru city especially in Masjid Raya Annur region. The study uses qualitative approach and analysis using SWOT analysis. Research has shown that Masjid Raya Annur areas are supported by several by several creative industry such as culinary, fashion and spas already following halal tourism requirements such as the availability of logos or halal certification, the availability of prayer rooms and the wudhu room, clean toilets, service clothing that fit the development of products in Masjid Raya Annur area enters the consciousness to guard and maintain. Although Masjid Raya Annur areas are ready to become halal tourist purpose in Pekanbaru but still need the support of local governments for halal certification because there are still restourants and places in the area that do not have halal certification and make halal tourist package to increase muslim tourist to Masjid Raya Annur. The role of community is also important to preserve and maintain Halal tourism development in the Masjid Raya Annur area.

Keyword: *Halal Tourism, Pekanbaru, Creative Industry*

PENDAHULUAN

Tren Pariwisata Halal dunia meningkat seiring dengan perkembangan industri Pariwisata diseluruh dunia. Pariwisata Halal juga meningkat menjadi salah jenis pariwisata baru yang patut dikembangkan. *Crecent Rating* yang merupakan konsultan Pariwisata halal

menjelaskan bahwa jika dilihat dari populasi muslim di dunia sebanyak 1,8 milyar atau sekitar 28% dari total populasi dunia sebesar 6,4 miliar yang tersebar di 148 negara potensi terhadap pasar untuk pengembangan Pariwisata halal (muslim) sangat besar dari total muslim di dunia, 62% muslim berasal dari Asia Pasifik atau sama dengan sekitar 972

juta jiwa. Maka dari itu, muncullah Pariwisata halal sebagai tren dari Pariwisata saat ini.

Melihat tren tersebut, Indonesia sebagai negara dengan jumlah muslim terbanyak juga sedang fokus mengembangkan Pariwisata halal. Berbagai cara dilakukan agar Indonesia dapat bersaing dengan negara Asia Tenggara lain dalam menarik wisatawan lokal maupun internasional. Di tahun 2019 ini Pemerintah Indonesia dapat berbangga hati karena mampu membuktikan potensinya sebagai destinasi Pariwisata halal terbaik di dunia bersanding dengan Malaysia menempati peringkat pertama destinasi Pariwisata Halal berdasarkan standar Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 mengungguli 130 destinasi dari seluruh dunia. Menteri Pariwisata Arief Yahya pada waktu mengharapkan dengan Indonesia menjadi destinasi Pariwisata halal terbaik dunia maka akan semakin banyak mengundang minat Pariwisatawan muslim dunia berkunjung ke Indonesia. Berdasarkan Global Muslim Travel Index (GMTI) hal-hal yang dianalisis dalam kriteria Pariwisata halal adalah berdasarkan 4 (empat) kriteria penilaian strategis, yaitu akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan. Sebuah destinasi pariwisata dapat dikatakan sebagai Pariwisata halal jika memenuhi kebutuhan utama Pariwisatawan muslim. Dikutip dari GMTI (2019), ada 6 kebutuhan utama wisatawan muslim pada saat sedang berwisata, yaitu: tersedianya makanan halal (tidak ada alkohol, daging babi, dan sejenisnya), tersedianya fasilitas ibadah atau tempat sholat, kamar mandi dengan air untuk wudhu, pelayanan saat bulan Ramadhan, misalnya santapan berbuka dan sahur, pencantuman label non-halal apabila terdapat makanan yang tidak halal, dan fasilitas rekreasi yang menjaga privasi, tidak bercampur secara bebas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hal ini dilakukan atas dasar pertimbangan bahwa metode penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan

hasil penelitian secara sistematis, faktual dan akurat fakta, karakteristik dan hubungan antar fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2010).

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk membuat peringkat data kualitatif sehingga lebih mudah untuk menarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2010) dijelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data berupa angka atau data kualitatif yang diharapkan sedangkan pendekatan kualitatif bertujuan agar peneliti mendapatkan informasi dalam melihat potensi pariwisata halal di Pekanbaru khususnya di kawasan Masjid Raya Annur. Penelitian Strategi Pengembangan Pariwisata halal Kota Pekanbaru dengan mengoptimalkan industri kreatif ini akan menggunakan kawasan Masjid Raya Annur yang ada di kota Pekanbaru. Industri kreatif yang diteliti dalam penelitian ini adalah kuliner, spa, dan fesyen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata halal merupakan konsep yang relatif baru dalam industri Pariwisata. Pariwisata halal telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata halal merupakan suatu permintaan Pariwisata yang didasarkan pada gaya hidup dan kebutuhan wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, Pariwisata halal merupakan Pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT (Munirah, 2012). Definisi Pariwisata halal menurut Kementrian Pariwisata Indonesia tahun 2012 adalah seluruh kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Di dalam Muri (2014) disebutkan

"Halal is an Arabic word which means lawful in Sharia, and refers to what a muslim can eat satisfactorily. In general it is required to carry out the contraindications of pork, alcohol, and its derivative, and to be

processed according to Sharia also about the other foods, and it is also forbidden that Halal food and the other food contact."

Kebalikan dari halal disebut haram atau Non-Halal. Status halal ditujukan kepada makanan, kosmetik, dan lain-lain yang diproduksi tanpa menggunakan produk babi, alkohol, dan lain-lain yang memang dilarang dalam agama Islam. Bahkan makanan seperti ayam dan daging pun mesti diproses mulai dari penyembelihannya sampai dengan proses masak dengan menggunakan cara Islam. Selain itu, proses keseluruhan dari seluruh proses bahan makanan, seperti jalur produksi, penyimpanan, transportasi, penyajian, dan penjualannya harus dengan cara yang halal atau sesuai dengan syariat Islam. Saat ini telah terjadi evolusi dalam industri halal hingga penyebarannya meluas ke berbagai produk, seperti produk keuangan (perbankan dan asuransi) produk gaya hidup (travel, hospitalitas, rekreasi, mall dan perawatan kesehatan). Sektor ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk gaya hidup di sektor pariwisata adalah wisata halal. Menurut Howkins (2001), ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan output-nya adalah gagasan.

Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya paling baru, tapi juga tidak terbatas, seperti ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Di era kreatif ini nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, akan tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui 5 (lima) perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak bisa bersaing di pasar global hanya dengan mengandalkan harga atau kualitas produk, tetapi harus bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Terdapat beberapa sub-sektor yang merupakan industri berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik

Indonesia. Beberapa sub sektor tersebut adalah: periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukkan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan, dan kuliner.

Sejarah Kota Pekanbaru

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama "Senapelan" yang ada pada saat itu dipimpin oleh seorang kepala suku disebut Batin. Daerah yang mulanya sebagai ladang, lambat laun menjadi perkampungan. Kemudian perkampungan Senapelan berpindah ke tempat pemukiman baru yang kemudian disebut Dusun Payung Sekaki yang terletak ditepi muara sungai siak.

Kota Pekanbaru adalah ibu kota Provinsi Riau yang memiliki sejarah tersendiri dalam pembentukannya, mulai dari nama hingga menjadi salah satu daerah otonom. Sebelumnya, Kota Pekanbaru merupakan suatu perkampungan kecil yang bernama Payung Sekaki atau Senapelan. Suatu areal perladangan yang dibuka Hulubalang Kerajaan Gasib bernama Jumba atas perintah Raja pada masa itu. Kampung ini terletak dekat muara anak sungai Senapelan di pinggiran sungai Siak yang bentuknya seperti payung. Sehingga kampung disebut sebagai kampung Payung Sekaki atau Kampung Senapelan. Secara administratif pada waktu itu, kampung Payung Sekaki termasuk wilayah kekuasaan dari Kerajaan Gasib. Suatu Kerajaan yang letaknya di pinggiran sungai Siak, tepatnya bagian hilir mengikuti aliran sungai dari Kampung Payung Sekaki (<https://www.pekanbaru.go.id>).

Namun payung sekaki tidak begitu dikenal pada masanya melainkan Senapelan. Perkembangan Senapelan berhubungan erat dengan perkembangan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah mempunyai inisiatif untuk membuat pekan di senapelan tetapi tidak berkembang. Usaha yang telah dirintis tersebut kemudian dilanjutkan oleh raja mudah muhammad ali ditempuh yaitu disekitar pelabuhan sekarang.

Kampung Payung Sekaki atau Senapelan dalam perkembangannya tumbuh menjadi kota perdagangan. Banyak pedagang-pedagang yang datang, tidak hanya dari daerah sekitar kampung seperti Tapung dan Kampar, namun juga dari luar yakni pedagang Sumatera Barat. Melihat kondisi tersebut, Sultan Abdul Jalil Alamuddin Syah mendirikan pasar yang disebut dengan Pekan, sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian rakyatnya. Kemudian setelah Sultan Abdul Jalil Alamuddin Syah wafat, raja digantikan oleh anaknya yaitu Raja Muhammad Ali dengan gelar Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazzam.

Pada masa ini, perkembangan Kampung Payung Sekaki atau Senapelan sebagai daerah perdagangan semakin pesat. Kondisi ini menyebabkan Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazzam ingin menambah Pekan (pasar) lagi. Sang Raja, sebagaimana ayahnya juga berpandangan perlu mendirikan Pekan sebagai tempat untuk memajukan perekonomian rakyatnya.

Untuk merealisasikan keinginannya, Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazzam melakukan musyawarah dengan datuk-datuk (pembesar kerajaan) yaitu datuk pesisir, datuk lima puluh, datuk tanah datar, dan datuk kampar. Berdasarkan hasil musyawarah tersebut, maka disepakati pembangunan Pekanbaru (pasar baru) yang letaknya arah ke hilir mengikuti sungai Siak, tidak jauh dari pasar yang dibangun sang Ayah sebelumnya. Pekanbaru ini dibangun pada 23 Juni 1784 atau 21 Rajab hari selasa tahun 1204 Hijiriah. Dalam perkembangannya penyebutan nama Pekanbaru mengalami perubahan menjadi Pekanbaru (Firdaus,2015:5).

Selanjutnya pada hari selasa tanggal 21 Rajab 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datar dan Kampar), negeri senapelan diganti namanya menjadi "Pekan Baharu" selanjutnya diperigati sebagai hari lahir kota pekanbaru. Mulai saat ini sebutan senapelan sudah ditinggalkan dan mulai populer sebutan "Pekanbaru", yang dalam bahasa sehari-hari disebut Pekanbaru.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan melaksanakan

observasi dan wawancara kepada pelaku usaha di Kota Pekanbaru, Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, MUI Kota Pekanbaru, akademisi serta wisatawan di Kota Pekanbaru, kawasan Masjid Raya Annur terpilih sebagai objek penelitian di wilayah Kota Pekanbaru. Kawasan Masjid Raya Annur memiliki beberapa usaha yang menggunakan konsep industri kreatif dibandingkan kawasan lain yang ada di Kota Pekanbaru. Masjid Raya Annur terletak di Kecamatan Sumahilang Kota Pekanbaru. Kawasan Masjid Raya Annur sampai dengan saat ini merupakan kawasan wisata kuliner karena hampir sebagian besar kawasan tersebut dipenuhi oleh tempat-tempat makan yang unik dan bervariasi.

Berbagai penjual makanan dikawasan tersebut mayoritas menempati bangunan berbentuk rumah, kios atau ruko. Berbagai jenis sajian makanan terdapat di kawasan ini. Sebut saja berbagai macam aneka bakso, ayam, makanan internasional, seafood dengan desain fasilitas yang instagramable, sampai minuman kekinian juga berada di kawasan tersebut. Ketika Ramadhan tiba, kawasan ini juga dipenuhi oleh tenda-tenda kecil untuk menyajikan berbagai makanan untuk berbuka puasa.

Selain sebagai objek wisata kuliner, kawasan Masjid Raya Annur sendiri memiliki toko fesyen untuk wanita Muslim seperti Toko Batik Moslem Fashion Boutique, salon khusus untuk wanita House of Aisyah, berbagai klinik kecantikan dan juga memiliki masjid yang cukup besar yang terletak di tengah dari daerah tersebut. Kondisi lingkungan internal dan eksternal memiliki faktor-faktor yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang bisa menjadi pengaruh terhadap pengembangan rantai nilai (*value chain*) kualitas produk utama (Kawasan wisata Halal) sehingga analisis data internal dan eksternal dalam mengembangkan produk yang merupakan rantai pendukung (*supply chain*) dikembangkan berdasarkan fenomena pengembangan wisata halal yang relevan.

Analisis lingkungan internal pertama adalah memasukkan bobot pada tabel dan rating pada tabel dari masing-masing variabel

dan indikator ke dalam matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) berdasarkan hasil kuesioner, wawancara, observasi langsung dan juga berdasarkan penelitian sebelumnya, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini: Jika rata-rata rating 2.5 ke bawah menandakan secara internal kawasan adalah lemah. Jika diatas 2.5 menandakan secara internal kawasan mempunyai posisi yang kuat. Para *stakeholders* menganggap bahwa berbagai indikator atraksi maupun *amenity* memiliki kekuatan untuk menjadikan kawasan Masjid Raya Annur sebagai kawasan wisata halal. Namun untuk indikator paket wisata halal sendiri masih menjadi kelemahan. Hal ini selaras dengan memang belum adanya paket wisata halal yang ditawarkan pihak tour dan travel yang berada di kawasan Masjid Raya Annur. Analisis selanjutnya adalah memasukan bobot pada tabel dan rating dari masing-masing variabel dan indikator ke dalam *matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS).

Dalam analisis eksternal ini upaya yang dilakukan adalah mengetahui seberapa kuat peluang dan ancaman yang berasal dari luar manajemen penyedia jasa pariwisata dalam proses mengembangkan produk pariwisata. Pembobotan dan peratingan dinilai oleh berbagai pemangku kepentingan pariwisata. Analisis selanjutnya adalah memasukan bobot masing-masing indikator dari tiap-tiap variabel pada lingkungan eksternal sesuai dengan pembobotan pada tabel dan penilaian informan pada tabel. Skor analisis lingkungan eksternal dapat dilihat pada tabel berikut ini strategi umum yang dapat direncanakan adalah menggunakan kesempatan yang ada sebaik-baiknya, mencoba mengantisipasi dan menanggulangi ancaman yang ada, menggunakan kekuatan sebagai dasar operasional pengelolaan dan memanfaatkannya semaksimal mungkin, serta berupaya untuk mengurangi dan menghilangkan kelemahan yang masih ada.

Berdasarkan pengolahan data, hasil analisis faktor internal dan eksternal telah diperoleh masing-masing total skor faktor internal dan eksternal yaitu 2.81 dan 2.50. Langkah selanjutnya membuat plotting pada matriks internal dan eksternal Matrik IE

berupa diagram sembilan sel. Berdasarkan Matrik Internal Eksternal (IE) menunjukkan bahwa pertemuan antara nilai lingkungan internal dan lingkungan eksternal berada pada sel V yakni strategi pertahankan dan pelihara. Strategi yang dapat diterapkan pada sel V adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi yang dijabarkan saat ini dapat dikatakan masih bentuk umum yang sangat mengambang dan belum jelas arahnya.

Perumusan strategi sebaiknya diikuti oleh suatu rencana konkret yang disebut program yang nanti jika tersedia anggaran dapat direalisasikan menjadi program aksi atau proyek pengembangan. Berdasarkan SWOT analisis di atas ada beberapa strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk menjadikan kawasan Masjid Raya Annur sebagai kawasan wisata halal di Kota Pekanbaru yaitu strategi untuk pengembangan produk di daerah Masjid Raya Annur masuk ke dalam kesadaran untuk menjaga dan mempertahankan. Meskipun daerah Masjid Raya Annur siap menjadi tujuan wisata halal di Bogor tetapi masih membutuhkan dukungan dari pemerintah daerah untuk sertifikasi Halal karena masih ada restoran dan tempat makan di daerah itu yang tidak memiliki sertifikasi Halal atau logo dan membuat paket wisata Halal untuk menambah jumlah wisatawan muslim ke daerah Masjid Raya Annur. Peran masyarakat juga penting untuk menjaga dan mempertahankan pengembangan pariwisata halal di daerah Masjid Raya Annur.

Persepsi masyarakat akan wisata masih kurang. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai definisi wisata halal menjadi salah satu kendala yang menyebabkan salah dalam mendefinisikan wisata halal.. Masyarakat di negara mayoritas muslim seperti Indonesia cenderung melihat wisata halal sama dengan wisata religi. Beberapa wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat akan wisata halal masih ada yang belum sesuai dengan difinisi dan konsep wisata halal. Hal ini membuat banyak pemahaman yang keliru terkait wisata halal. Namun bukan berarti pemahaman masyarakat tidak sesuai dengan

definisi wisata halal. Masyarakat yang sudah bersentuhan langsung dengan wisata halal atau teredukasi maka pemahaman akan wisata halal menjadi semakin baik.

Difinisi pariwisata halal sangat mungkin berbeda bagi masing-masing individu. Bisa jadi orang akan berpikir wisata yang berkaitan dengan makanan halal di suatu area wisata, atau juga ada yang mengartikan sebagai wisata yang harus disertifikasi halal karena bertentangan dengan syariat Islam. Apapun itu dalam konteks “tourism”, kata “wisata” sangat identik dengan liburan atau berlibur, refreshing, dan rekreasi. Sedangkan kata “halal” merupakan istilah yang berhubungan erat dengan justifikasi terhadap hukum dalam syariat Islam. Wisata halal bermakna industri pariwisata yang diselenggarakan atas dasar ketentuan syariat Islam dan diperuntukkan bagi seluruh pengunjung atau wisatawan. Dengan kata lain secara legal pemerintah melarang seluruh stake holder yang berkaitan dengan pariwisata melakukan aktivitas bertentangan dengan norma syariat Islam. Misalnya menyediakan fasilitas yang bebas tanpa aturan contoh: diberi pembatas terpisah antara laki-laki atau perempuan yang non-muhrim serta menyuguhkan minuman yang mengandung alkohol atau minuman haram dalam konteks syariat Islam.

Sikap masyarakat akan wisata halal menunjukkan penerimaan terhadap wisata halal. Pengaruh agama yang di jalankan membuat seluruh responden mempunyai sikap menerima wisata halal. Penerimaan wisata halal ini berdasarkan ingin menjalankan perintah agama. Tenayan raya memiliki penduduk yang mayoritas beragama islam mempunyai keinginan yang kuat akan wisata halal. Dilihat dari harapan mereka terhadap wisata halal kedepannya bisa berjalan dengan sesuai dengan konsep halal Islam.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode mengembangkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar yaitu strengths, weakness, opportunities

dan threats, metode ini paling sering di gunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan di lakukan analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan hanya memecahkan masalah.¹¹⁰ Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu:

Pertama, Kekuatan (*Strengths*) Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekuatan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek konsep bisnis itu sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata, dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat di kembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasara dan mampu bersain untuk perkembangan selanjunya yang menyangkut pariwisata.

Kedua, Kelemahan (*Weakness*) Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kelemahan yang di analisis, merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata.

Ketiga, Peluang (*Opportunities*) Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi, kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis, itu sendiri misalnya kompetitor, kebijakan.

Keempat, Ancaman (*Threats*) Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Dalam penelitian ini, alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis dalam suatu pengembangan Pariwisata Halal di Kota Pekanbaru adalah matrik SWOT. Menurut Hunger dan Wheelen, Matrik SWOT menggambarkan bagaimana manajemen dapat mencocokkan peluang-peluang dan ancaman-ancaman

eksternal yang dihadapi dalam suatu perusahaan tertentu dengan kekuatan dan kelemahan internalnya, untuk menghasilkan empat rangkaian kegiatan. Berdasarkan hasil observasi dilapangan, berikut penjelasan hasil matrixs SWOT.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan, berikut penjelasan hasil matrixs SWOT:

Pertama, Kekuatan (*Strengths*): Kekuatan (*Strengths*) Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kekutan yang di analisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek konsep bisni situ sendiri, yaitu kekuatan apa saja yang dimiliki pariwisata, dengan mengetahui kekuatan, pariwisata dapat di kembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasara dan mampu bersain untuk perkembangan selanjunya yang menyangkut pariwisata. Berikut kekuatan (*Strengths*) dalam usaha mendirikan pariwisata halal di Kota Pekanbaru: Mayoritas penduduk kota pekanbaru muslim, tingkat relegius masyarakat pekanbaru yang tinggi, visi dan misi kota peknbaru sebagai kota metropolotan yang madani,hal ini sangat sesuai dengan pengembangan pariwisata halal.

Kedua, Kelemahan (*Weakness*): Kelemahan (*Weakness*) merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada, kelemahan yang di analisis, merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi pengembangan objek wisata. Berikut kelemahan (*weakness*) dalam menerapkan wisata halal pada Kota Pekanbaru : kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pariwisata halal, kurangnya kesadaran akan sertifikat halal usaha kuliner, kurangnya sosialisasi pariwisata halal oleh stakeholder terhadap masyarakat pekanbaru.

Ketiga, Peluang (*Opportunities*): Peluang (*Opportunities*) Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi,

kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis, itu sendiri minsalnya kompetitor, kebijakan. Berikut peluang dalam mengembangkan wisata halal di Kota Pekanbaru : Kota pekanbaru sudah menjalin kerjasama dengan kemenparkef dalam pengembangan pariwisata halal dan keinginan kuat pemerintah kota dalam pariwisata halal.

Keempat, Ancaman (*Threats*): Ancaman (*Threats*) Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Berikut adalah ancaman (*Threats*) dalam menerapkan wisata halal pada Kota Pekanbaru: Persaingan dengan pasar pariwisata yang sudah mapan, penurunan pendapatan karena PHK karyawan, kurangnya kepedulian masyarakat terhadap konsumsi halal haram.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai strategi pengembangan pariwisata Halal dengan mengoptimalkan industri kreatif di Kota Pekanbaru ditemukan bahwa kawasan Masjid Raya Annur siap menjadi kawasan wisata Halal di Bogor. Kawasan Masjid Raya Annur didukung dengan beberapa industri kreatif seperti kuliner, fesyen dan spa yang sudah mengikuti persyaratan pariwisata Halal seperti ketersediaan Logo atau sertifikasi Halal, ketersediaan ruang sholat dan wudhu, toilet yang bersih, pakaian pelayan yang sesuai dan lain-lain. Skor IFAS adalah 2,81 dan nilai EFAS 2,50 yang menghasilkan strategi untuk pengembangan produk di daerah Masjid Raya Annur Pekanbaru masuk ke dalam kesadaran untuk menjaga dan mempertahankan. Meskipun daerah Masjid Raya Annur siap menjadi tujuan wisata Halal di Pekanbaru tetapi masih membutuhkan dukungan dari pemerintah daerah untuk sertifikasi Halal karena masih ada restoran dan tempat makan di daerah itu yang tidak memiliki sertifikasi Halal atau logo dan membuat paket wisata Halal untuk menambah jumlah wisatawan muslim ke daerah Masjid Raya Annur. Peran masyarakat juga penting untuk menjaga dan

mempertahankan pengembangan pariwisata Halal di daerah Masjid Raya Annur.

Dari analisis SWOT, Kota Pekanbaru sudah menjadi kota pariwisata syariah. Namun belum banyaknya sosialisasi dalam perancangan pariwisata syariah membuat masyarakat tidak mengetahui apa itu pariwisata syariah dan apa saja yang harus mereka lakukan. Sehingga menjadi catatan khusus bagi stakeholder untuk perkembangan pariwisata syariah di Kota Pekanbaru.

REFERENSI

- Akyol, M., & Kilinc, Ö. (2014). Internet and Halal Tourism Marketing. *Electronic Turkish Studies*, 9(8).
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.
- Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Sun, J. (2006). *Business research methods* (Vol. 9, pp. 1-744). New York: McGraw-hill.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru 2018.
- Hariani, D. (2017). Pengaruh Ketersediaan Fasilitas Moslem Friendly Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Moslem Indonesia Ke Jepang. *Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti*.
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2012. Rencana Strategis 2012-2014 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Diunduh dari : <http://www.kemenpar.go.id/post/rencana-strategis-2012-2014-kementerianpariwisata-dan-ekonomi-kreatif>.
- Marlina, L. (2017). Industri Kreatif dalam Menopang Pariwisata Syariah. Diunduh dari: <http://www.jabarpos.id/industri-kreatif-dalam-menopang-pariwisata-syariah>.
- Mori, T. The present condition and the subject of Halal in Japan, In comparison with Malaysia. Diunduh dari: <http://www.cai.ku.ac.th/PaperARD/paper34.pdf>.
- Rating, C. (2017). Global Moslem Travel Index 2017. Diunduh dari : <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2017.html>.
- Rating, C. (2019). Global Moslem Travel Index 2019. Diunduh dari : <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>.
- Ridwan. (2012). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Soft Media.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swarbrooke, J. (2012). *The development and management of visitor attractions*. Routledge.