

# ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL MENGUNAKAN KONSEP SMART TOURISM PADA MASJID SULTAN RIAYAT SYAH BATAM

Salsabillah Arisandy<sup>a,1\*</sup>, Muhammad Zaenuddin<sup>b</sup>

<sup>a</sup>*Business Management, Politeknik Negeri Batam, salsabillaharisandy51@gmail.com, Indonesia*

<sup>b</sup>*Business Management, Politeknik Negeri Batam, zaen@polibatam.ac.id, Indonesia*

**Abstract.** Pariwisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata yang menyediakan layanan wisatawan dengan merujuk pada aturan-aturan Islam. Dalam pengembangan pariwisata saat ini, berbagai daerah menawarkan pelayanan yang maju dan inovatif melalui penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi bagi wisatawan yang sering disebut dengan Pariwisata cerdas (*Smart Tourism*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi pengembangan wisata halal di kota Batam salah satunya di Masjid Sultan Riayat Syah dengan menggunakan konsep *smart tourism*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang dengan kriteria, (1) Berdomisili Batam (2) Memiliki kompetensi di bidangnya (3) Bersedia memberikan informasi serta data yang dibutuhkan (4) Menguasai permasalahan yang menjadi topik penelitian. Data penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara dan kuesioner yang diisi oleh partisipan. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis tematik untuk data wawancara dan analisis kuesioner dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan bantuan *Microsoft Excel*. Untuk menjamin keabsahan data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, memunculkan beberapa tema, seperti pengetahuan tentang pariwisata halal, potensi pengembangan pariwisata halal, pengetahuan tentang *smart tourism*, pengembangan *smart tourism* di Kota Batam, bentuk dukungan untuk pengembangan pariwisata halal, dan strategi promosi yang dilakukan. Sejalan dengan itu, hasil *rating* dari *expert* menunjukkan bahwa terdapat lima kriteria dan alternatif pembandingan beserta bobotnya yang dipertimbangkan dalam mengembangkan pariwisata halal menggunakan konsep *smart tourism* pada Masjid Sultan Riayat Syah Batam dengan bobot tertinggi yaitu pemasaran pariwisata sebesar 0.201, destinasi pariwisata dengan bobot 0.200, industri pariwisata dengan bobot 0.199, SDM dengan bobot 0.193, dan kelembagaan pariwisata dengan bobot 0.182. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata halal menggunakan konsep *smart tourism* pada Masjid Sultan Riayat Syah Batam sangat berpotensi untuk dilakukan, dimulai dari pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, industri pariwisata, Sumber Daya Manusia, dan kelembagaan.

**Keywords:** *Analytical Hierarchy Process (AHP), pariwisata halal, pengembangan, dan smart tourism.*

---

<sup>1\*</sup> Corresponding author. E-mail: editorial@iospress.nl. Check if the checkbox in menu *Tools/Options/Compatibility/Lay out footnotes like Word 6.x/95/97* is selected if you make a footnote for the corresponding author.

## Latar Belakang

Saat ini di Indonesia, wisata halal masih menjadi topik yang menarik untuk dikembangkan. Menurut Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 (DSN-MUI, 2016), pariwisata syariah ini adalah wisata yang menganut prinsip syariah. Konsep yang belum begitu banyak ditawarkan di masing-masing kota dan kabupaten ialah wisata yang menggunakan konsep dan nilai-nilai keislaman. Keberhasilan konsep wisata halal bisa berkaca dari Aceh. Aceh dikenal dengan kota serambi Mekah yang merupakan provinsi dengan program mengembangkan wisata halal (Nurohman et al., 2022). GMTI (*Global Muslim Travel Index*) merupakan hasil riset Crescent Rating yang memeringkat negara berdasarkan standar pariwisata halal. Menurut data GMTI 2022, jumlah populasi muslim diperkirakan mencapai 2 miliar atau sekitar 25% dari populasi di dunia. Pada tahun 2030, wisatawan muslim di seluruh dunia diperkirakan mencapai hingga 2,3 miliar (Mastercard-Crescentrating, 2022). Potensi pariwisata halal ini diperkirakan akan terus bertumbuh. Tetapi, faktanya kondisi pariwisata halal di Indonesia masih belum maksimal, padahal potensi geografi Indonesia terbentang luas tidak hanya terbatas pada 3 provinsi yaitu Nusa Tenggara Barat (NTB), Sumatera dan Aceh sebagai destinasi pariwisata halal yang telah ditetapkan. Hal inilah yang nampaknya dapat menghambat untuk melakukan percepatan dalam pengembangan pariwisata halal secara menyeluruh.

Indonesia menduduki rangking kedua sebagai destinasi terbaik wisata halal di dunia dalam 138 destinasi wisata syariah yang layak untuk dikunjungi, diantaranya NTB, Riau dan Kepulauan Riau, Aceh, DKI Jakarta, DIY dan Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera Barat, Sulawesi Selatan dan Malang Raya (Mastercard-Crescentrating, 2022). Sumber daya alam kota Batam yang sangat melimpah jika tidak ada strategi yang dapat mengembangkan potensi tersebut, Batam akan mendapatkan pangsa yang kecil dibandingkan dengan negara lain. Dengan menerapkan konsep pariwisata cerdas (*smart tourism*) maka industri pariwisata akan mendapatkan daya saing yang lebih di mata para wisatawan. *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) telah memprediksi bahwa industri pariwisata pada tahun 2020 akan menjadi salah satu industri terbesar dan menjadi sumber utama pendapatan negara. Oleh karena itu, saat ini berbagai negara dan juga daerah sedang

berupaya meningkatkan nilai jual dan daya saing pariwisatanya agar lebih kompetitif. Saat ini dalam pengembangan pariwisata di berbagai daerah menawarkan pelayanan yang maju dan inovatif melalui penerapan teknologi informasi dan komunikasi bagi wisatawan yang disebut dengan pariwisata cerdas (*Smart Tourism*).

Konsep *Smart Tourism* tersebut merupakan sektor pariwisata melalui penerapan platform pariwisata. *Smart tourism* merupakan sebuah konsep yang dapat diterapkan di berbagai daya tarik wisata baik itu alam, budaya, ataupun buatan yang juga dapat menstimulasi berbagai jenis destinasi pariwisata. Untuk saat ini penerapan *smart tourism* lebih banyak diterapkan di kawasan wisata kota yang telah memiliki kelengkapan infrastruktur dasar, sistem transportasi yang cukup baik, adanya ketersediaan infrastruktur TIK yang memadai dan sistem pelayanan yang menyeluruh (Trinanda et al., 2017). Hal tersebut tentunya membuat konsep Smart Tourism ini masih sangat jarang diterapkan di kawasan wisata bahari yang berada di sekitaran pesisir dan pulau-pulau kecil. Sedangkan, Batam memiliki potensi dan daya tarik wisata yang besar dengan letaknya yang strategis yaitu berbatasan dengan Singapura dan Malaysia.

*Smart tourism* bagi para wisatawan memiliki manfaat untuk dapat menyediakan informasi terkini dan mudah diakses tentang produk pariwisata yang dapat diakses melalui berbagai platform teknologi yang didesain nyaman (*user friendly*) bagi pengguna. Melihat dari antusias nya negara dalam menerapkan konsep *smart tourism*, maka seharusnya penerapan konsep *smart tourism* ini menjadi sebuah tantangan dalam pariwisata Indonesia khususnya kota Batam. Apabila dibandingkan dengan negara lain, Batam masih harus banyak pengembangan dan penerapan dari sistem *smart tourism* ini. Masyarakat awam yang tidak berkecimpung di dunia pariwisata akan kurang memahami mengenai *smart tourism* ini karena belum banyaknya sosialisasi yang diadakan di Indonesia khususnya kota Batam. Jika *smart tourism* dapat diimplementasikan dengan baik, maka akan meningkatkan potensi kepariwisataan di Batam yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat di kota Batam. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Ferdiansyah, 2020) tentang pengembangan pariwisata halal di Indonesia menggunakan konsep *smart tourism*. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian

sebelumnya yaitu pada lokasi dan metode analisis data yang digunakan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Menggunakan Konsep Smart Tourism Pada Masjid Sultan Riayat Syah Batam**”

## Kajian Literatur

### *Pariwisata*

Pariwisata merupakan industri yang terdiri atas banyak perusahaan yang beragam, dengan tema umumnya menyediakan produk, jasa, dan layanan kepada pengunjung (KREATIF, 2023). Sektor ini menjadi faktor penting dalam mempromosikan ekonomi regional dan nasional. Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia (Rahma, 2020). Salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan dalam mengembangkan pariwisata terdapat di dalam negeri. Selain sumber daya manusia, sumber daya yang dimaksud adalah letak geografis antara lain luas wilayah serta keragaman sumber daya alam, budaya, kuliner, dan kekayaan yang ada di tanah air. Sumber daya inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan domestik.

Menurut (Cooper, Fletcher et al., n.d.) dalam mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu :

1. *Attraction* (daya tarik), merujuk kepada daya tarik yang dimiliki sebuah tempat wisata yang menjadi faktor penarik wisatawan untuk berwisata objek wisata tersebut. Daerah tujuan wisata pada dasarnya memiliki daya tarik wisata yang baik berupa alam, buatan manusia, dan atraksi hybrid atau campuran antara alam dengan buatan manusia.
2. *Accesibility* (aksesibilitas), yaitu terkait dengan cara wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah berpindah untuk mencapai tujuan ke tempat wisata. Aksesibilitas yang baik akan mempermudah wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata dan melakukan perpindahan ke tempat wisata lainnya.
3. *Amenities* (fasilitas), menjadi salah satu unsur penting yang harus dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata, agar para wisatawan dapat lebih nyaman dan tinggal lebih lama di salah satu

objek wisata tersebut. Akomodasi dasar yang harus dimiliki tempat wisata adalah hotel dan restoran yang mudah dijangkau.

4. *Ancillary* (kelembagaan), adanya lembaga pariwisata mampu menunjang terlaksananya serta berjalannya suatu aktivitas pariwisata, wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari daerah tujuan wisata apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan sebuah kenyamanan, keamanan, dan terlindung.

### *Konsep Pengembangan Pariwisata Halal*

Definisi pariwisata adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mencari sebuah kesenangan. Namun dalam pandangan Islam, pengertian pariwisata adalah suatu bentuk kegiatan wisata yang mengedepankan nilai-nilai syariat Islam sebagai landasan dasarnya (Carollina & Triyawan, 2019). Definisi pariwisata yang diberikan oleh UNWTO meliputi aspek target konsumen, tujuan perjalanan, destinasi serta produk dan juga jasa yang ditawarkan. Daya tarik dari wisata halal atau wisata religi ini berkaitan dengan kualitas destinasi yang terdiri dari atraksi, amenities, aksesibilitas, dan Lembaga Kepengurusan Pengelola (Nurohman et al., 2022). Pengembangan pariwisata pada hakikatnya adalah suatu proses dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang telah ada, perkembangan pariwisata ini contohnya dapat berupa kegiatan pembanguan, pemeliharaan dan pelestarian tanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya (Sampul et al., 2021). Dalam penelitian (Effendi et al., 2021) konsep wisata halal Indonesia merupakan sebuah kegiatan wisata secara umum namun tetap memperhatikan prinsip syariah. Menurut (Rendayani, 2018) adapun beberapa prinsip dalam pengembangan pariwisata berbasis syariah dalam skala besar maupun kecil, yaitu:

1. Adanya pengembangan fasilitas wisata berbasis syariah dalam skala besar maupun kecil beserta pelayanan dekat lokasi wisata
2. Fasilitas dan pelayanan berbasis syariah tersebut dimiliki dan dikerjakan oleh masyarakat setempat, yang dilakukan dengan bekerja sama.
3. Dalam pengembangan wisata syariah didasarkan pada salah satu “sifat” budaya tradisional yang melekat pada suatu lingkungan religius atau “sifat” atraksi berbasis syariah yang dekat dengan alam dimana pengembangan lingkungan dijadikan sebagai pusat pelayanan berbasis

syariah bagi para wisatawan yang mengunjungi kedua atraksi tersebut.

Pengembangan pariwisata syariah ini memerlukan pengenalan pasar pariwisata syariah yang jelas agar dapat memancing para pelaku bisnis wisata untuk terlibat langsung ke industri. dalam (Santoso et al., 2021) konsep “pengembangan” ini dimaknai sebagai sebuah proses perubahan sistem yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk menuju kondisi yang lebih baik dalam aspek sumber daya manusia, fisik, maupun non fisik.

### **Konsep Smart Tourism**

Dalam (Putra et al., 2020) konsep smart dalam smart tourism merupakan sebuah hasil dari pengembangan inovasi teknologi dan informasi. Secara umum, smart tourism ini bertujuan untuk mengembangkan infrastruktur dan kemampuan informasi serta komunikasi untuk meningkatkan manajemen maupun tata kelola, memfasilitasi layanan (inovasi produk), meningkatkan ragam wisata dan meningkatkan daya saing perusahaan serta wisata yang ada (Matematika et al., 2018). Penerapan *smart tourism* adalah sebuah solusi dalam menawarkan inovasi di berbagai lokasi, sehingga jarak maupun waktu bukan menjadi sebuah permasalahan. Tujuan dari *smart tourism* ini adalah berfokus pada pemenuhan kebutuhan wisatawan dengan menggabungkan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dengan upaya mempromosikan, meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata dan meningkatkan manajemen pariwisata sehingga memperbesar skala industri menjadi lebih luas (Yono, 2020).

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif, sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi maupun situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai satu ciri, karakter, sifat atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang dengan kriteria, (1) Berdomisili Batam (2) Memiliki kompetensi di bidangnya (3) Bersedia memberikan informasi serta data yang dibutuhkan (4) Menguasai permasalahan yang menjadi topik penelitian. Data penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara dan kuesioner yang diisi oleh partisipan. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis tematik untuk data

wawancara dan analisis kuesioner dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan bantuan *Microsoft Excel*. Untuk menjamin keabsahan data penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data.

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu hasil wawancara dan hasil *rating* oleh *expert* menggunakan kuesioner.

### **Hasil wawancara**

#### **1. Pengetahuan tentang pariwisata halal**

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada tiga narasumber terkait pariwisata halal, para informan menyatakan bahwa mereka mengetahui tentang pariwisata halal, yaitu sebuah industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim. Ibu Ratna Sari mengatakan bahwa (*Wawancara Ibu Ratna Sari*, n.d.). “Wisata Halal kan lebih kepada bagaimana layanan pariwisata segala infrastruktur, fasilitas pokoknya dia baik lah gitu, dia mengarah ke muslim, mirip-mirip gitu lah, hampir kayak muslim friendly juga sih. Jadi maksudnya bagaimana turis bisa mendapatkan makanan mungkin yang baik, yang halal, terus layanan terhadap kebutuhan turis untuk fasilitas-fasilitas yang ramah muslim.” Selanjutnya menurut informan bapak Annas Mubarak terkait pariwisata halal adalah (*Wawancara Bapak Annas*, n.d.). “wisata halal adalah wisata yang sesuai dengan syariat islam dan tentunya diperuntukkan untuk masyarakat muslim karena masyarakat kita kan majmuk, tempat wisata juga majmuk jadi sebuah upaya dari pemerintah untuk membandingkan muslim dari halal tidak diinginkan atau terlarang secara syariat islam.”

Menurut informan yang bernama Nico Prayoga (*Nico Prayoga*, n.d.) selaku pengunjung masjid, beliau menyebutkan “hm menurut saya wisata halal ini adalah wisata yang pastinya ditujukan kepada wisatawan muslim agar ketika mereka ketika berwisata tetap dipermudah.”

#### **2. Potensi pengembangan pariwisata halal**

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terkait potensi pengembangan pariwisata halal terhadap informan. Menurut ibu Ratna (*Wawancara Ibu Ratna Sari*, n.d.) mengatakan bahwa “untuk potensi dilakukannya pengembangan wisata halal di Batam ini mungkin ada ya, tapi tidak untuk saat ini karena ini masih masuk dalam perencanaan, dari stakeholder juga cukup mendukung. seperti misalnya dari asosiasi kita, karena benar-benar kultur kita itu. Memang seperti yang tadi saya bilang, Melayu yang identiknya ke muslim. Turis-turis yang datang juga basicnya Malaysia dan nggak terlalu bertentangan

lah. Kalau dari sisi ini enggak ada kendala lah, kecuali tadi, Penganggaran, Atau mungkin kita di dokumen-dokumen, apa namanya aturan-aturan itu tadi dan karena kita belum punya landasan bijak kan. Karena belum ada riparda kita, Kalau di riparda kan, nanti mungkin diterapkan itu”

Menurut Bapak Annas (Wawancara Bapak Annas, n.d.) terkait potensi pengembangan wisata halal ‘kalau ke arah sana saya rasa iya, karena satu, ini masjid adalah rumah ibadah yang kedua, di samping rumah ibadah ini juga sebagai destinasi wisata artinya bukan hanya untuk umat muslim, tentunya karena kita beragam agama tentu kita harus mengamalkan tentang Islam kepada agama lain”

Menurut informan Nico (Nico Prayoga, n.d.) terkait potensi pengembangan wisata halal. “Menurut saya sih Batam sangat berpotensi ya dalam mengembangkan wisata halal ini karena kalau dilihat kota Batam yang letaknya strategis dan banyak wisatawan luar yang juga mayoritas muslim sering berkunjung ke Batam untuk berwisata, tapi itu balik lagi ke aturan pemerintah ya.”

### 3. Pengetahuan tentang Smart Tourism

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 3 narasumber terkait *smart tourism*, para informan menyatakan mereka mengetahui sekilas tentang smart tourism tersebut. Menurut ibu Ratna mengatakan bahwa (Wawancara Ibu Ratna Sari, n.d.) “Pariwisata smart tourism itu yang maksudnya orang mudah untuk mendapatkan informasi, itu misalnya melalui teknologi, jadi tidak susah-susah mencari informasi yang dengan jari saja dia sudah bisa mendapatkan informasi terkait pariwisata” Menurut Bapak Annas dan Nico mengatakan bahwa “smart tourism ini seperti pengaplikasian yang memudahkan wisatawan dalam mencari informasi pariwisata”.

### 4. Pengembangan Smart Tourism di kota Batam

Tentang pengembangan smart tourism ini di kota Batam, Menurut ibu Ratna (Wawancara Ibu Ratna Sari, n.d.) selaku Kabid Pengembangan & Promosi Pariwisata “Seharusnya sangat bisa ya, karena kita dekat juga dengan, negara Singapura yang memang negara yang cukup modern, cuma kalau dari sisi pemerintah, kita kan memang bolak-balik nih, kalau pemerintah kan membuat sesuatu itu, tidak bisa kita hanya, planningnya saja yang ada, tapi harus juga didukung, baik itu, anggaran, maupun SDM, Nah kita selanjutnya, beberapa kali mengusulkan agar, kita membuat aplikasi yang, kalau, Kami dulu mengistilahkannya, pariwisata dalam genggamannya, karena kami kemarin itu berupaya agar, Informasi pariwisata itu bisa diakses orang

yang punya hape, gitu. Jadi, Ada salah satu mungkin fiturnya, ataupun, apa namanya menu-nya itu, yang mereka klik atau mereka download, Bisa dapat informasi dari pariwisata batam, bisa dapat informasi.”

Menurut Bapak Annas Mubarak (Wawancara Bapak Annas, n.d.) “terkait pengembangan smart tourism ini di kota Batam menurut saya sangat bagus untuk diterapkan ya, karena dengan sekarang kita sangat bergantung dengan teknologi sehingga kita dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk memudahkan kita dan para wisatawan.

Menurut Nico (Nico Prayoga, n.d.) selaku pengunjung masjid Sultan Riayat Syah. “ kalau menurut pandangan saya ini sangat bagus ya untuk dikembangkan ataupun diterapkan di kota Batam karena dengan adanya teknologi yang dapat memudahkan wisatawan dapat menunjang kenaikan jumlah wisatawan di kota Batam ini.

### 5. Bentuk dukungan untuk pengembangan pariwisata halal

Menurut Bapak Annas Mubarak (Wawancara Bapak Annas, n.d.) “Salah satu yang untuk menunjang apbd kita atau keuangan daerah kita adalah dengan wisata salah satunya yang disebut adalah wisata halal tentunya artinya kita sebagai warga melayu yang mayoritas adalah penduduk Muslim, tentunya itu yang jadi target utama di samping kita tetap mengumpulkan juga wisata-wisata yang lain, tentunya target pemerintah pasti akan memulai kesana dan itu sudah mulai dilaksanakan, artinya beberapa tempat wisata yang bernuansa Islam sudah mulai dibuka Mesjid Raya sudah dibuka, Masjid Sultan sudah dibangun dan juga tempat-tempat yang lain, barangkali bandara sudah mulai diperbaiki dalam rangka untuk menunjang semua untuk mengenalkan batam, khususnya wisata batam di mata internasional.”

Menurut ibu Ratna Sari (Wawancara Ibu Ratna Sari, n.d.) “Saat ini kita pernah lakukan itu menghimbau seluruh mall-mall tadi untuk menyediakan fasilitas untuk ibadah solat yang representatif, karena kita melihat itu tadi kunjungan yang banyak itu kan dari Malaysia, yang mereka mayoritas muslim mereka butuh sarana ibadah yang nyaman. Jadi, maksud saya kita belum ada aturan yang kita buat atau kebijakan tertulis untuk ini sebagai wisata halal, nggak ada sih. Cuma hanya himbauan lah sifatnya ya. Tapi tidak mengkhususkan ke halal, hanya melihat kebutuhan turis. Turis-turis ini apa sih kebutuhannya? Kita mencoba untuk

mengajak persalitasi agar stakeholders itu atau pelaku-pelaku wisata itu menyiapkan kebutuhan mereka, seperti toilet yang bersih, tempat makan yang layak, yang gampang didapat..

6. Strategi promosi yang dilakukan

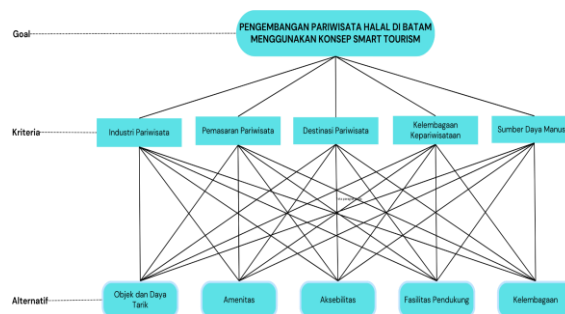
Menurut Bapak Annas Mubarak (*Wawancara Bapak Annas, n.d.*) “Masjid Sultan yang merupakan kebanggaan kita warga Batam karena Masjid terbesar se-Sumatera kemudian tentunya dari segi pemasaran atau promosi atau memperkenalkan batam, secara umum atau Mesjid Sultan secara khusus itu sudah dimulai kita punya namanya Dinas Pariwisata di sana sudah dikemas dan bagus semua ikon-ikon yang ada di batam untuk dikenalkan kepada dunia internasional termasuk mempersiapkan agen tour dan sebagainya memudahkan sarana dan prasarana agar wisatawan dari manca negara bisa berkunjung ke Indonesia memfasilitasi mereka, memudahkan mereka, membantu mereka dari sisi apapun itu dari mungkin tempat tinggal, kemudian transportasi, kemudian tourguide dan sebagainya itu sudah dikerjakan dengan baik di dinas pariwisata tentunya tak lepas juga dari dukungan seluruh masyarakat kota batam agar tujuan pemerintah ini tercapai.”

Menurut Ibu Ratna Sari (*Wawancara Ibu Ratna Sari, n.d.*) “Dari sisi atraksi, kita mendorong bagaimana pelaku pariwisata atau komunitas atau masyarakat untuk membuat kegiatan-kegiatan, event-event. Makanya banyak dilihat Batam ini hampir setiap minggu paling sedikit kan mengeluarkan dua sampai tiga surat dukungan untuk penyelenggaraan kegiatan. Kayak kemarin jamselinas itu dihadiri hampir empat ribu peserta dari dalam dan luar negeri, terus sebelumnya juga kita ada colour run , lomba lari itu lima ribu orang, dalam luar negeri juga. Selanjutnya Promosi karena kita punya sarana media sosial, yaitu juga dibantu dengan hubungan baik kita dengan teman-teman media juga cukup bagus. Jadi mereka juga selalu membantu kita dalam memberikan informasi kepariwisataan. Terus kita juga ada bekerja sama dengan Batam TV. Nah itu kita semua untuk media promosi kita. di Batam TV kita setiap minggu, dua kali seminggu, sekarang ini ya, dari bulan 10 kemarin, ada empat kegiatan yang kita kerjasamakan, khusus untuk media elektronik. Ada terkait dengan talkshow di sini kita mendatangkan menghadirkan arah sumber, Pak Kadis, terus bersama asosiasi pariwisata, sarana pilihan, menyampaikan kegiatan atau pun program-program melakukan terkait dengan pengembangan pariwisata kota Batam.”

**Hasil rating oleh expert**

Data rating oleh expert dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode AHP dengan bantuan *Microsoft Excel*. Adapun tahapan yang dilakukan sebagai berikut.

1. Menyusun hirarki dan permasalahan yang terjadi



**Gambar 2. Hirarki pengembangan pariwisata halal menggunakan konsep smart tourism**

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa penyusunan hirarki terdiri atas tiga level. Level pertama menentukan tujuan yaitu mengembangkan pariwisata halal menggunakan konsep *smart tourism*, level kedua yaitu menentukan kriteria yang mempengaruhi pengembangan pariwisata halal di antaranya industri pariwisata, pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, kelembagaan pariwisata, dan sumber daya manusia. Pada level ketiga, menentukan alternatif yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata halal yang terdiri atas lima alternatif, yaitu objek dan daya tarik, aksesibilitas, amenitas (fasilitas penunjang), fasilitas pendukung, dan kelembagaan.

2. Menentukan penilaian kriteria dan alternatif. Penilaian kriteria dan alternatif diperoleh melalui tiga expert dengan cara perbandingan berpasangan yang berkisar dari 1-9 guna mengekspresikan pendapat. Untuk skala perbandingan pasangan, peneliti menggunakan nilai definisi pendapat kualitatif dari Saaty (2008).

**Tabel 2. Skala Perbandingan Berpasangan**

1	Sama pentingnya
3	Pentingnya moderat satu atas yang lain
5	Kuat atau penting pentingnya
7	Sangat kuat atau menunjukkan pentingnya
9	Yang sangat penting
2, 4, 6, 8	Nilai menengah
Gunakan resiprokal untuk kebalikannya perbandingan	

Setelah ketiga *expert* mengisi *rating* untuk kriteria dan alternatif sesuai dengan skala perbandingan di atas, lalu peneliti mengubah perbandingan *rating* ke pecahan desimal untuk memperoleh nilai *geomean*. Apabila nilai *geomean* setiap *expert* sudah diperoleh lalu dijumlahkan dan diperoleh hasil untuk *geomean* kriteria dan alternatif.

- Menentukan bobot (prioritas) untuk kriteria Bobot atau prioritas untuk kriteria diperoleh melalui penjumlahan nilai-nilai sel tiap kolom kriteria dan dibagi dengan jumlah kriteria yaitu sebanyak lima kriteria. Langkah awal yang dilakukan yaitu menentukan matriks perbandingan kriteria. Matriks perbandingan kriteria diperoleh dari akumulasi *geomean* dari setiap *expert* sebagaimana yang terdapat dalam Tabel 3.

**Tabel 3. Matriks Perbandingan Kriteria**

Kriteria	IP	DP	PP	KP	SDM	Prioritas vector
Industri Pariwisata	1.00	0.71	0.44	0.13	0.14	1.08
Destinasi pariwisata	0.71	1.00	0.14	0.13	0.44	1.08
Pemasaran Pariwisata	0.44	0.14	1.00	0.20	0.21	0.97
Kelembagaan Pariwisata	0.13	0.13	0.20	1.00	0.19	0.91
SDM	0.14	0.44	0.21	0.19	1.00	0.96
<b>Jumlah</b>	<b>2.41</b>	<b>2.42</b>	<b>1.98</b>	<b>1.63</b>	<b>1.97</b>	<b>5.00</b>

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa jumlah atau *prioritas vector* untuk matriks perbandingan kriteria berkisar antara 0.91-1.08. Selanjutnya, menentukan bobot kriteria. Jumlah (*prioritas vector*) dalam **Tabel 3**, digunakan untuk memperoleh bobot dengan cara pembagian antara *prioritas vectir* dengan jumlah kriteria yaitu 5, sehingga diperoleh hasil seperti pada **Tabel 4**.

**Tabel 4. Bobot Kriteria**

Kriteria	Bobot	Eigen Value ( $\lambda$ maks)
Objek dan daya tarik (ODT)	0.22	0.52
Akseibilitas (AK)	0.22	0.52
Amenitas (AM)	0.19	0.38
Fasilitas pendukung (FP)	0.18	0.30
Kelembagaan (K)	0.19	0.38
<b>Jumlah</b>	<b>1.00</b>	<b>2.10</b>
<b>CI = 0.10</b>		
<b>CR= 0.09</b>		
<b>Konsisten</b>		

Setelah *eiden value* diperoleh, maka dilanjutkan dengan mencari nilai CI dengan formula ( $\lambda$  maks-kriteria/kriteria-1) dan didapatkan hasilnya sebesar 0.10. Selanjutnya, untuk mencari nilai CR diperoleh dari perbandingan antara nilai nilai CI dengan *random index* (RI). Berikut merupakan ketentuan nilai RI.

**Tabel 5. Nilai Random Index**

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0	0	5,8	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

Karena kriteria di dalam penelitian ini berjumlah 5 buah, diketahui nilai RI sebesar 1.12. Maka, untuk nilai CR yaitu 0.10 dibagi 1.12, lalu diperoleh hasilnya sebesar 0.09. Apabila nilai CR dibawah 0.1 atau dibawah 10%, maka data diterima dan dikatakan konsisten. Artinya, matriks perbandingan berpasangan antar kriteria dapat diandalkan.

4. Menentukan bobot (prioritas) untuk alternatif  
 Bobot atau prioritas untuk alternatif diperoleh melalui penjumlahan nilai-nilai sel tiap kolom kriteria dan dibagi dengan jumlah alternatif yaitu sebanyak lima alternatif. Langkah awal yang dilakukan yaitu menentukan matriks perbandingan alternatif. Matriks perbandingan alternatif diperoleh dari akumulasi geomean dari setiap *expert*. Berikut merupakan matriks perbandingan masing-masing alternatif.

a. Alternatif Industri Pariwisata  
 Berikut merupakan hasil matriks perbandingan alternatif industri pariwisata.

**Tabel 6. Matriks Perbandingan Alternatif Industri Pariwisata**

Altern	ODT	AK	AM	FP	K	JML	Bobot
ODT	0.54	0.07	0.07	0.17	0.09	0.94	0.19
AK	0.07	0.57	0.09	0.07	0.10	0.90	0.18
AM	0.07	0.09	0.54	0.11	0.30	1.11	0.22
FP	0.16	0.07	0.10	0.58	0.21	1.12	0.22
K	0.16	0.19	0.21	0.06	0.30	0.93	0.19
JML	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00
Eigen Value ( $\lambda$ maks) = 2.07							
CI = 0.07							
CR= 0.06							
Konsisten							

Dari tabel 6, diketahui bahwa nilai CR sebesar 0.06 ( $CR < 0.1$  (10%). Apabila nilai CR dibawah 0.1 atau dibawah 10%, maka data diterima dan dikatakan konsisten. Artinya, matriks perbandingan berpasangan antar alternatif terhadap kriteria industri pariwisata dapat diandalkan.

b. Alternatif Pemasaran Pariwisata  
 Berikut merupakan hasil matriks perbandingan alternatif pemasaran pariwisata.

**Tabel 7. Matriks Perbandingan Alternatif Pemasaran Pariwisata**

Altern	ODT	AK	AM	FP	K	JML	Bobot
ODT	0.46	0.21	0.21	0.11	0.14	1.13	0.23
AK	0.22	0.43	0.13	0.19	0.10	1.06	0.21
AM	0.14	0.12	0.44	0.16	0.10	0.96	0.19
FP	0.11	0.16	0.15	0.49	0.07	0.97	0.19
K	0.08	0.07	0.08	0.05	0.60	0.87	0.17

JML	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00
Eigen Value ( $\lambda$ maks) = 2.11							
CI = 0.11							
CR= 0.10							
Konsisten							

Dari tabel 7, diketahui bahwa nilai CR sebesar 0.10 ( $CR < 0.1$  (10%). Apabila nilai CR dibawah 0.1 atau dibawah 10%, maka data diterima dan dikatakan konsisten. Artinya, matriks perbandingan berpasangan antar alternatif terhadap kriteria pemasaran pariwisata dapat diandalkan.

c. Alternatif Destinasi Pariwisata  
 Berikut merupakan hasil matriks perbandingan alternatif destinasi pariwisata.

**Tabel 8. Matriks Perbandingan Alternatif Destinasi Pariwisata**

Altern	ODT	AK	AM	FP	K	JML	Bobot
ODT	0.47	0.12	0.12	0.17	0.19	1.08	0.22
AK	0.12	0.46	0.19	0.16	0.09	1.03	0.21
AM	0.14	0.19	0.47	0.14	0.09	1.03	0.21
FP	0.16	0.15	0.14	0.48	0.06	0.99	0.20
K	0.11	0.08	0.08	0.05	0.56	0.87	0.17
JML	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00
Eigen Value ( $\lambda$ maks) = 2.07							
CI = 0.01							
CR= 0.07							
Konsisten							

Dari tabel 8, diketahui bahwa nilai CR sebesar 0.07 ( $CR < 0.1$  (10%). Apabila nilai CR dibawah 0.1 atau dibawah 10%, maka data diterima dan dikatakan konsisten. Artinya, matriks perbandingan berpasangan antar alternatif terhadap kriteria destinasi pariwisata dapat diandalkan.

d. Alternatif Kelembagaan Pariwisata  
 Berikut merupakan hasil matriks perbandingan alternatif kelembagaan pariwisata.

**Tabel 9. Matriks Perbandingan Alternatif Kelembagaan Pariwisata**

Altern	ODT	AK	AM	FP	K	JML	Bobot
ODT	0.55	0.10	0.12	0.08	0.08	0.93	0.19
AK	0.13	0.43	0.10	0.24	0.18	1.08	0.22
AM	0.14	0.09	0.49	0.14	0.13	0.99	0.20
FP	0.10	0.23	0.16	0.45	0.10	1.04	0.21
K	0.09	0.15	0.12	0.08	0.51	0.96	0.19
JML	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00
Eigen Value ( $\lambda$ maks) = 2.09							
CI = 0.09							
CR= 0.08							
Konsisten							

Dari tabel 9, diketahui bahwa nilai CR sebesar 0.08 ( $CR < 0.1$  (10%). Apabila nilai CR dibawah 0.1 atau dibawah 10%, maka data diterima dan dikatakan konsisten. Artinya, matriks perbandingan berpasangan antar alternatif terhadap kriteria kelembagaan pariwisata dapat diandalkan.

e. Alternatif Sumber Daya Manusia  
Berikut merupakan hasil matriks perbandingan alternatif sumber daya manusia.

**Tabel 10. Matriks Perbandingan Alternatif Sumber Daya Manusia**

Altern	ODT	AK	AM	FP	K	JML	Bobot
ODT	0.43	0.24	0.23	0.19	0.11	1.19	0.24
AK	0.21	0.49	0.11	0.09	0.06	0.97	0.19
AM	0.11	0.12	0.45	0.12	0.13	0.93	0.19
FP	0.16	0.09	0.11	0.49	0.14	0.99	0.20
K	0.09	0.05	0.10	0.12	0.56	0.92	0.18
JML	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00
Eigen Value ( $\lambda$ maks) = 2.10							
CI = 0.10							
CR= 0.09							
Konsisten							

Dari tabel 10, diketahui bahwa nilai CR sebesar 0.09 ( $CR < 0.1$  (10%). Apabila nilai CR dibawah 0.1 atau dibawah 10%, maka data diterima dan dikatakan konsisten. Artinya, matriks perbandingan berpasangan antar alternatif terhadap kriteria sumber

daya manusia dapat diandalkan.

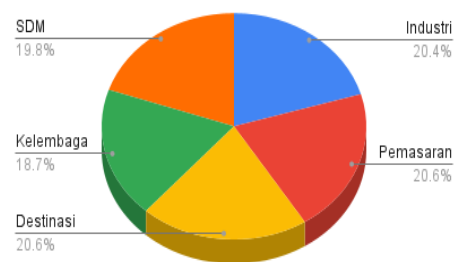
#### 5. Menghitung sintesa global

Untuk melihat potensi pengembangan pariwisata halal menggunakan konsep *smart tourism*, maka langkah selanjutnya yaitu menghitung Sintesa Global dengan cara mengalikan antara nilai prioritas atau bobot kriteria dengan bobot alternatif. yang terdapat dalam tabel 11.

**Tabel 11. Sintesa Global**

Kriteria	ODT	AK	AM	FP	K	Total	Posisi
Industri Pariwisata	0.041	0.039	0.043	0.041	0.036	0.199	3
Pemasaran Pariwisata	0.049	0.046	0.037	0.035	0.034	0.201	1
Destinasi pariwisata	0.046	0.044	0.040	0.036	0.034	0.200	2
Kelembagaan Pariwisata	0.034	0.039	0.036	0.038	0.035	0.182	5
SDM	0.046	0.037	0.036	0.038	0.036	0.193	4

Berdasarkan Tabel di atas, diketahui bahwa pemasaran pariwisata merupakan kriteria yang paling utama untuk dikembangkan, dilanjutkan dengan destinasi pariwisata, industri pariwisata, SDM, dan kelembagaan pariwisata. Hasil persentase sintesa global dapat dilihat dalam Gambar 3.



**Gambar 3. Hasil Persentase Nilai Prioritas Pengembangan Wisata Halal**

#### Pembahasan

Berdasarkan temuan di lapangan, diketahui bahwa pengembangan pariwisata halal di Masjid Sultan Riayat Syah menggunakan konsep *smart tourism* sangat berpotensi. Hal ini didukung oleh pengetahuan informan tentang pariwisata halal, potensi pengembangan pariwisata halal, pengetahuan tentang *smart tourism*, pengembangan *smart tourism* di Kota Batam bentuk dukungan untuk

pengembangan pariwisata halal, dan strategi promosi yang dilakukan. Lebih lanjut, potensi pengembangan ini dapat dilakukan dimulai dari pengembangan pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, industri pariwisata, SDM, dan kelembagaan pariwisata.

Hasil penelitian (Ismail, 2019) bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata halal, di antaranya adalah kelompok wisata, sosial ekonomi, budaya, dan pengetahuan. Jika dikaitkan dengan temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok wisata sangat banyak datang Masjid Sultan Riayat Syah, seperti dari negara-negara tetangga yaitu Malaysia dan Singapura. Selain itu, kondisi sosial dan ekonomi sangat mendukung, terlebih Kota Batam dikenal sebagai kota industri. Sedangkan untuk pengetahuan tentang potensi pengembangan ini dibuktikan dari pengetahuan yang dimiliki oleh informan tentang pariwisata halal, konsep *smart tourism*, dan langkah untuk pengembangannya.

Potensi pengembangan wisata halal pada Masjid Sultan Riayat Syah Batam menggunakan konsep *smart tourism* perlu adanya perhatian didukung kuat oleh pemerintah dan seluruh pihak terkait terhadap berbagai aspek. Sebagaimana penelitian (Lutfi et al., 2023), bahwa yaitu peran pemimpin, motivasi, ekonomi, pengetahuan, lingkungan dan persepsi sangat mendukung lahirnya dan terwujudnya pariwisata halal. Di antara faktor tersebut yang paling berperan adalah peran pemimpin dan pengetahuan yang berkaitan dengan pariwisata halal. Dalam rangka pengembangan wisata halal di Kota Batam, berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa pemanfaatan media seperti *website* dan Batam TV sebagai salah satu langkah atau strategi untuk melakukan promosi tentang pariwisata halal. Ini sejalan dengan temuan (Priyana et al., 2022), bahwa promosi sangat penting untuk mengembangkan pariwisata halal.

Hal ini dapat diwujudkan melalui dukungan untuk peningkatan layanan dan pengelolaan wisata halal secara baik, mengoptimalkan promosi dan citra sebagai penggerak pariwisata halal, mengembangkan infrastruktur pendukung pariwisata halal, membuat paket wisata halal yang lebih menarik dan melakukan promosi ke setiap daerah dengan penduduk muslim dominan di Indonesia, serta pelatihan dan peningkatan pengetahuan kepada masyarakat daerah berpotensi pariwisata halal. Harapannya, beberapa faktor di atas dapat diaplikasikan guna mempersiapkan pengembangan pariwisata halal pada Masjid Sultan Riayat Syah Batam.

Pariwisata halal berbasis masjid merupakan salah satu jenis pengembangan pariwisata halal yang dikembangkan di Indonesia. Hasil penelitian (Ferdiansyah, 2020), menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata halal sangat berpotensi yang dapat dilakukan melalui pengembangan destinasi wisata yang ramah keluarga, layanan dan fasilitas yang ramah terhadap Muslim, serta sadar halal dan program pemasaran yang memanfaatkan konsep *smart tourism*. Penelitian yang dilakukan (Ferdiansyah, 2020), lingkungannya terlalu luas, yaitu Indonesia, sehingga tidak terlalu spesifik Selanjutnya, temuan (Bustamam & Suryani, 2022), menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata halal berdampak signifikan terhadap pembangunan ekonomi daerah melalui munculnya berbagai usaha di lokasi objek wisata, infrastruktur beberapa objek wisata semakin baik, terbentuk lapangan pekerjaan baru, dan pendapatan asli daerah meningkat.

Penelitian tentang pengembang pariwisata halal pada masjid juga dilakukan oleh (Nusardi, 2022). Berdasarkan temuan yang diperoleh, perlu adanya pengembangan pariwisata halal di Masjid Agung Syahrudin Nur yang teridentifikasi memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan, meliputi manajemen masjid, pemerintah, dan pengembangan ekonomi. Sejalan dengan itu, penelitian (Amri et al., 2022), membuktikan bahwa pengembangan wisata halal berbasis masjid sangat berpotensi karena didukung oleh tata letak yang strategis, dukungan pendanaan yang baik, dan sumber daya jamaah yang responsif.

Lebih lanjut, temuan (Amri et al., 2022), menunjukkan bahwa terdapat dampak positif dari pengembangan pariwisata halal berbasis masjid, salah satunya yaitu terdapat model bisnis untuk pengembangan ekonomi masjid dan halal tourism, seperti sales dan distributor produk program bantuan ekonomi, penghimpun dana dan investasi jamaah, Lembaga Keuangan Syariah unit usaha masjid, marketplace Unit Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal, multi business sector yang dikelola melalui Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata halal memberikan dampak terhadap masyarakat. Di antaranya, meningkatkan perekonomian masyarakat dan UMKM secara langsung (Ivansyah, 2023), berdampak terhadap kehidupan sosial antar pedagang (Herman et al., 2019), dan meningkatkan pendapatan asli daerah (Afifah Harashta, 2020).

Hasil penelitian (Erythrea Nur Islami et al., 2020), menunjukkan bahwa masjid berperan dalam pengembangan pariwisata halal, yang berarti bahwa masyarakat juga berperan dalam pengembangan industri pariwisata halal. Lebih lanjut, temuan (Erythrea Nur Islami et al., 2020), menemukan bahwa peran Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta dalam wisata halal tercermin melalui 1) norma-norma yang telah ditetapkan masjid bagi para pengunjung; 2) pemanfaatan ruang di dalam dan di luar masjid; 3) itu. Suasana Islami di sekitar masjid. Jadi, masjid tidak hanya sebagai tempat beribadah kepada Tuhan namun juga dapat memberi rezeki

Dengan demikian, pengembangan pariwisata halal bermanfaat tidak hanya bagi perseorangan, namun juga kelompok. Selain itu, pengembangan pariwisata halal juga bermanfaat pada seluruh aspek, seperti sosial, ekonomi, budaya, dan pemerintahan.

### Kesimpulan

Simpulan dari hasil penelitian ini adalah pengembangan pariwisata halal menggunakan konsep *smart tourism* sangat berpotensi pada Masjid Sultan Riayat Syah. Hal ini dibuktikan dari dua hasil studi dalam penelitian ini. Pertama yaitu berdasarkan wawancara yang dilakukan, memunculkan beberapa tema, seperti pengetahuan tentang pariwisata halal, potensi pengembangan pariwisata halal, pengetahuan tentang *smart tourism*, pengembangan *smart tourism* di Kota Batam, bentuk dukungan untuk pengembangan pariwisata halal, dan strategi promosi yang dilakukan. Kedua yaitu sesuai dengan hasil analisis *rating* yang diberikan oleh *expert* menunjukkan bahwa potensi pengembangan pariwisata halal menggunakan konsep *smart tourism* pada Masjid Sultan Riayat Syah Batam dimulai dari pengembangan pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, industri pariwisata, SDM, dan kelembagaan pariwisata. Adapun pengimplikasian dalam penelitian ini yaitu membantu meningkatkan pengalaman para wisatawan dalam mencari layanan pariwisata sesuai dengan prinsip halal, dapat membuka peluang baru bagi pengembangan ekonomi local, dan dengan adanya penelitian ini dapat mendorong pengembangan layanan wisata yang memenuhi standar halal.

### Saran

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode penelitian lain atau teknik

pengumpulan data lain seperti FGD ataupun observasi yang dapat memperluas pengetahuan mengenai *smart tourism*.

### Daftar Pustaka

- (DSN-MUT), D. S. N.-M. U. I. (2016). *No Title*.
- Afifah Harashta, -. (2020). *Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (Halal Tourism) Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Kampung Bandar Senapelan)*.
- Amri, A., Yusuf, M. Y., & Maulana, H. (2022). Model Pengembangan Wisata Halal Berbasis Masjid di Provinsi Aceh. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1115–1123.
- Bustamam, N., & Suryani, S. (2022). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(2), 146–162. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).8839](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).8839)
- Carollina, R., & Triyawan, A. (2019). Analysis of Halal Tourism Development Strategy in East Java Province. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 2(01), 27–35. <https://doi.org/10.21111/jiep.v2i01.3099>
- Cooper, Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (n.d.). *Tourism : Principles and Practice Sixth Edition | Enhanced Reader*.
- Effendi, D., Rosadi, A., Prasetyo, Y., Susilawati, C., & Athoillah, M. A. (2021). Preparing Halal tourism regulations in Indonesia. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9(1), 58–69. <https://doi.org/10.21427/gt5w-sy51>
- Erythrea Nur Islami, M., Erningdyah K., N., & Enggarwati, D. (2020). *The Role of Mosque in The Development of Halal Tourism (Case Study in Masjid Gedhe Kauman, Yogyakarta)*. *111(Icoborot 2018)*, 238–242. <https://doi.org/10.2991/icoborot-18.2019.35>
- Ferdiansyah, H. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Tornare*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25831>
- Herman, S., Studi, P., Mesin, T., Mesin, J. T., Teknik, F., Sriwijaya, U., Saputra, R. A., IRLANE MAIA DE OLIVEIRA, Rahmat, A. Y., Syahbanu, I., Rudiyansyah, R., Sri Aprilia and Nasrul Arahman, Aprilia, S., Rosnelly, C. M., Ramadhani, S., Novarina, L., Arahman, N., Aprilia, S., Maimun, T., ... Jihannisa, R. (2019). Dampak PENGEMBANGAN OBJEK

- WISATA HALAL TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL DAN PENDAPATAN PEDAGANG DI KAPAL PLTD APUNG KOTA BANDA ACEH TAHUN 2015-2017. *Jurusan Teknik Kimia USU*, 3(1), 18–23.
- Ismail, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Dalam Pengembangan Wisata Halal Di Kabupaten Solok. *Altasia : Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.37253/altasia.v1i1.484>
- Ivansyah, harahap hafif. (2023). Potensi Pengembangan pariwisata halal dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di kabupaten asahan. *Journal of Engineering Research*.
- KREATIF, K. P. D. E. (2023). jurnal kepariwisataan indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*.
- Lutfi, M., Azizah, W., Syariah, M., Masyarakat, P., Faktor, A., Berganda, R. L., & Barat, S. (2023). *PENGEMBANGAN WISATA HALAL DI PROVINSI SUMATERA BARAT* Mohammad Lutfi<sup>1</sup>, Wafiq Azizah<sup>2</sup> UIN Syarif Hidayatullah Jakarta *PENDAHULUAN Provinsi Sumatera Barat merupakan satu diantara provinsi yang diresmikan selaku kawasan wisata halal . Daerah yang kental deng*. 6(1), 68–80.
- Mastercard-Crescentrating. (2022). *Global Muslim Travel Index 2022 Report*. June, 31–62.  
[https://www.crescentrating.com/download/thankyoun.html?file=j-EXWnF4\\_GMTL\\_2022\\_Report\\_-\\_FINAL.pdf](https://www.crescentrating.com/download/thankyoun.html?file=j-EXWnF4_GMTL_2022_Report_-_FINAL.pdf)
- Matematika, D., Mada, U. G., Pariwisata, M. K., & Mada, U. G. (2018). *FRAMEWORK PENGEMBANGAN CITY BRANDING KABUPATEN*. 9.
- Nico Prayoga. (n.d.).
- Nurohman, Y. A., Safitri, L. A., & Qurniawati, R. S. (2022). *Potensi Pengembangan Wisata Halal di Wisata Religi Desa Menggoro Untuk Menunjang Ekonomi Kerakyatan*. 13(September), 171–179.  
<https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.14413>
- Nusardi, K. (2022). Analisis Pengembangan Potensi Wisata Halal Masjid Agung Syahrur Nur Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan Dengan Pendekatan .... *Jurnal Eksklusif Generasi Ekonomi* .... <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/jeges/article/view/6640>
- Priyana, E. B., Nugroho, D. S., Wiradharma, G., & Triyanti, N. A. (2022). *Volume . 18 Issue 2 ( 2022 ) Pages 262-266 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 ( Print ) 2528-1097 ( Online )* *Identifikasi faktor pendukung pariwisata halal Identify factors supporting halal tourism*. 18(2), 262–266.  
<https://doi.org/10.29264/jinv.v18i2.10916>
- Putra, R. R., Siti Khadijah, U. L., & Rakhman, C. U. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Penerapan Konsep Smart Tourism di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, July, 257.  
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v07.i01.p12>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Rendayani, M. (2018). Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Syariah Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung. *Prosiding National Conference on Applied Business*, 1–10.  
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/12672>
- Sampul, H., Ekonomi, D. I., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Hasanuddin, U. (2021). *PARIWISATA HALAL DI KOTA MAKASSAR Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar*.
- Santoso, E. B., Rahmadanita, A., Rahmaniazar, L., Hidayat, E., & Alyani, N. (2021). Pengembangan Wisata Halal Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 47(2), 195–208.  
<https://doi.org/10.33701/jipwp.v47i2.2231>
- Trinanda, M. H., Pontoh, N. I. A. K., & Setianingrum, L. (2017). *Tingkat Kesiapan Penerapan Smart Tourism dalam Meningkatkan Potensi Sektor Pariwisata Pesisir di Kawasan Wisata Terintegrasi Teluk Lampung . Studi Kasus : Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Teluk Pandan*. 1–15.
- Wawancara Bapak Annas. (n.d.).
- Wawancara Ibu Ratna Sari. (n.d.).
- Yono, F. (2020). Pengelolaan Destinasi Pariwisata. *In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Issue March).  
<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=OTQhEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=digitalisasi+surat+menyurat&ots=6aq1OMfILU&sig=rbfbjbnBzHIpbY9vn1s-IdKqvsI>