

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan satu dari sekian sektor yang amat berpengaruh terhadap peningkatan perekonomian sebuah negara. Dikarenakan pendapatan dalam destinasi wisata merupakan sumber devisa tertinggi untuk negara. Meningkatnya pertumbuhan pada sektor pariwisata juga dapat berpengaruh pada sektor perdagangan, investasi, hingga dapat membuka lapangan kerja baru yang mana berdampak pada berkurangnya tingkat pengangguran di negeri ini. Selain itu, umumnya hampir setiap orang di dunia akan berwisata dan mengunjungi spot-spot wisata di berbagai belahan dunia, baik itu untuk berlibur, *study tour*, perjalanan bisnis, pertukaran pelajar dan kepentingan lainnya.¹

Sejak tahun 1988 dalam sektor industri pariwisata sudah bertumbuh serta masuk menjadi satu dari sekian sektor penyumbang devisa terbesar di dunia. Sektor pariwisata menduduki tiga besar dalam penyumbang devisa sebesar 25%. Disamping itu, sektor pariwisata juga adalah satu dari sektor pergerak perekonomian, terlihat pada tahun 2000 kunjungan wisata tumbuh diatas 7%.

Dalam menyambut potensi ini tentunya menjadi sebuah peluang bagi para pengelola pariwisata di berbagai daerah. Salah satu strategi dalam memasarkan daerah tujuan wisata yaitu dengan menawarkan berbagai program perjalanan wisata yang diharapkan mampu menarik minat wisatawan agar datang berkunjung

¹Dewi Dilla Novalina, "UPAYA INDONESIA MENINGKATKAN TOURISM, TRADE, AND INVESTMENT (TTI) MELALUI NATION BRANDING 'WONDERFUL INDONESIA' TAHUN 2011-2015," 2017. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/10755/1/BAB%20I.pdf>

ke Indonesia. Hal ini merupakan salah satu target tujuan destinasi pariwisata yang sangat menyadari potensi yang dimilikinya. Terlihat dalam visi misi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu dapat membuat Indonesia menjadi Negara tujuan pariwisata kelas dunia, yang mampu bersaing sehingga dapat menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi regional maupun nasional.²

Dari hasil laporan *The Travel and Tourism Competitiveness Report* yang dirilis oleh *World Economic Forum* (WEF) di tahun 2017 Indonesia mendapat peringkat ke-42 dari 136 negara, dan pada tahun 2019 naik menjadi peringkat ke-40 di tahun 2019 dari 140 negara. Di kawasan Asia Tenggara berdasarkan data dari daya saing pariwisata Indonesia bertengger pada posisi ke-4. Dari hasil penilaian Indonesia mendapatkan total nilai 4,3 dengan kriteria penilaian dari faktor-faktor seperti keamanan, Sumber Daya Manusia (SDM), lingkungan bisnis, lapangan kerja dan keberlanjutan lingkungan.³

Perkembangan dalam industri pariwisata di Indonesia terlihat sangat signifikan kearah yang positif. Dapat terlihat dari potensi yang dimiliki, di tahun 2016 sektor pariwisata indonesia menjadi menyumbang devisa dengan pencapaian sebesar USD 13.568 Miliar, selain itu di tahun 2019 Indonesia menargetkan kunjungan wisatawan sebanyak 20 juta jiwa berasal dari mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia dan menargetkan dapat menyumbang devisa sebesar USD 17,6 miliar dengan menjadikan sector ini sebagai sumber devisa utama bagi Indonesia setelah kelapa sawit. Dengan banyaknya jumlah destinasi yang ada di

² Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, <https://kemenparekraf.go.id/profil/profil-lembaga>

³ WorldEconomicForum, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2019* [*El Informe de Competitividad de Viajes y Turismo 2019*], 2019, http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

Indonesia, menjadikannya sebagai sektor yang paling esensial dalam mendatangkan investor dan pada akhirnya dapat membuka jutaan lapangan kerja, mengembangkan usaha baik BUMD maupun BUMS, pembangunan infrastruktur, serta perolehan ekspor.⁴

Disadari dengan perkembangan sektor pariwisata dan tingginya nilai yang telah disumbangkan kepada perekonomian nasional, menjadikan instrument pemerataan pada pembangunan ekonomi dan daerah berkembang. *Government sector, private sector*, bahkan masyarakat telah merasakan efek baik dari sektor pariwisata. Dengan perkembangan pariwisata, adapun beberapa bidang yang memiliki keterkaitan dengan sektor pariwisata, yaitu transportasi/agen perjalanan wisata, kesediaan penginapan (*hotel, resort, homestay*, dan lainnya), kuliner, budaya, keamanan lingkungan, infrastruktur yang memadai.

Dalam menyambut potensi pariwisata yang dimilikinya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf RI) di kabinet Presiden Joko Widodo telah membuat kebijakan *Halal Tourism* dan menetapkan tiga provinsi sebagai model dan prioritas utama dalam pembangunan destinasi *Halal Tourism*, yaitu Nangroe Aceh Darussalam, Sumatra Barat, dan Nusa Tenggara Barat. Adapun alasan pemerintah menunjuk tiga daerah ini sebagai pariwisata halal, dikarenakan tiga daerah ini merupakan daerah dengan penerapan dan budaya agama islam yang masih sangat kuat dibandingkan dengan

⁴Anggit, Iswari. "BI: Pariwisata Bisa Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Kedua," 2019. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190319084140-17-61460/bi-pariwisata-bisa-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-kedua>

daerah-daerah lainnya di Indonesia.⁵ Hasil laporan dari *Pew Research Center Forum On Religion and Public Life* penduduk mayoritas beragama islam memiliki pertumbuhan yang cukup pesat sehingga tak heran jika pariwisata halal menjadi peluang bisnis yang cukup besar.

Dari tiga provinsi salah satu kawasan dan prioritas utama dalam pembangunan destinasi *halal tourism*, yaitu Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pada tanggal 19-21 oktober 2015 dalam acara *World Halal Travel Summit 2015* yang bertempat pada aula hotel *The Emirates Palace*, Abu Dhabi, Uni Emirates Arab. Nusa Tenggara Barat berhasil mendapatkan dua kategori sekaligus yaitu *World Best Halal Tourism Destination* dan *World Best Halal Honeymoon Destination*. Dan di tahun 2016 berhasil memenangkan tiga kategori dalam kategori *World Best Halal Honeymoon Destination*, *World Best Halal Travel Website*, dan *World Best Halal Beach Resort*.⁶ Selain itu, di tahun 2019 hasil dari *Global Muslim Travel Index* (GMTI) Indonesia menjadi peringkat pertama dalam kategori pariwisata halal terbaik dunia dan bersaing bersama 130 negara. Selain itu Nusa Tenggara Barat menjadi juara utama dalam kategori pariwisata halal di Indonesia versi *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI).

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) masuk dalam 10 destinasi percepatan wisata dan menjadi target gerbang pariwisata nasional bersama dengan provinsi lainnya. Dengan dibukanya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK)

⁵Tim Redaksi Majalah Tebuireng. "Wisata Keagamaan Jangan Lupakan Sisi Dakwahnya: Majalah Tebuireng Edisi 42," 2016, <https://books.google.co.id/books?Aceh,+Sumbar,+dan+NTB+jadi+Model+Halal+Tourism+di+Indonesia&source>

⁶Christina Andhika Setyanti, "Indonesia Raih Tiga Penghargaan Wisata Halal Dunia," *Cnnindonesia.Com*, 201, diakses dalam: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151021195324-269-86465/indonesia-raih-tiga-penghargaan-wisata-halal-dunia>

Mandalika, tempat ini memiliki keistimewaan tersendiri bagi pariwisataawan dan investor. Nusa Tenggara Barat merupakan kawasan pertama di Indonesia yang mempunyai Peraturan Daerah (PERDA) wisata halal. Tertuang di Peraturan Daerah Nusa Tenggara Barat Nomor 2 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa ruang lingkup pariwisata halal meliputi destinasi, promosi, industri, kelembagaan, pengelolaan serta pengawasan. Dengan kebijakan pengelolaan daerah mengenai pariwisata halal, Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah daerah yang harus diperhatikan dalam pembangunan pariwisata halalnya di Indonesia. Dengan Branding *Halal Tourism* yang dimilikinya menjadi daya tarik bagi investor dalam pengembangan pembangunan dan pariwisata. Tren wisata halal yang terus meningkat juga menjadi alasan bagi investor asing untuk berinvestasi. Sebagai destinasi wisata nasional sekaligus tujuan investasi pada sektor pariwisata. Pada tahun 2019, jumlah wisatawan yang datang mencapai 3.531.743 orang.⁷ pertumbuhan tidak hanya pada wisatawan yang datang namun juga nilai investasi pada sektor pariwisata. Pada tahun 2017 pertumbuhan investasi asing sebesar 22% dibanding tahun sebelumnya.

Semenjak memenangkan penghargaan di *World Halal Travel Summit 2015* jumlah wisatawan asing maupun local yang mengunjungi Nusa Tenggara Barat terus meningkat setiap tahunnya. Terlebih lagi investasi-investasi asing yang masuk pada sektor pariwisata mulai berdatangan. Hal ini terlihat dari peningkatan realisasi investasi asing yang menunjukkan hasil yang positif. Bersamaan dengan itu pemerintah Nusa Tenggara Barat melakukan strategi dalam membentuk citra

⁷ Satu Data NTB, "Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi NTB," n.d., <https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-ntb/resource>

pariwisata halal melalui *City Branding*. Dengan adanya peluang ini, pemerintah gencar melakukan upaya-upaya mempromosikan dan memperkenalkan potensi pariwisata Nusa Tenggara Barat dengan mengikuti dan melaksanakan event-event internasional agar daerah-daerah pariwisata Nusa Tenggara Barat dikenal di kancan internasional. Hal ini pada akhirnya memberikan dampak dan pengaruh yang positif pada sektor pariwisata dan peningkatan pada perekonomian daerah dan juga pada masyarakat sekitar. Masuknya investasi ke daerah mampu menciptakan lapangan pekerjaan / terbukanya lapangan kerja baru , berkembangnya UMKM / usaha baru di kawasan pariwisata dan semakin membaiknya infrastruktur dari dan ke lokasi obyek wisata. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti dan mengambil judul ***“Pengaruh Halal Tourism Terhadap Perekonomian Nusa Tenggara Barat”***.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas tersebut, penuliser tertarik untuk memahami fenomena ini lebih dalam, sehingga dapat dirumuskan masalah penelitian bagaimana *Pengaruh Halal Tourism Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Nusa Tenggara Barat?*

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.2.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak serta pengaruh yang ditimbulkan oleh pariwisata halal terhadap peningkatan perekonomian di Nusa Tenggara Barat, khususnya di sektor pariwisata.

1.2.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dari segi akademis sebagai kontribusi informasi serta pengetahuan, terutama untuk mahasiswa Hubungan Internasional mengenai pengaruh Wisata Halal yang menjadi tren dalam pariwisata. Penelitian ini juga diharapkan bisa dikaji lebih lanjut bagi mahasiswa Hubungan Internasional untuk meneliti Wisata Halal dalam meningkatkan investasi asing dan dampaknya terhadap perekonomian daerah setempat.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan penulisan ini dapat menambah wawasan, informasi, serta menjadi gagasan bagi peneliti maupun pembaca untuk memahami dan mengkaji Pengaruh *Halal Tourism* Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Nusa Tenggara Barat, selain itu juga dapat menjadi referensi bagi daerah lain yang akan dan berpotensi untuk menerapkan konsep *halal tourism*. Selain itu *Halal Tourism* dampak positif terhadap masyarakat di daerah Nusa Tenggara Barat.

1.3 Penelitian Terdahulu

Bagian penelitian terdahulu disini berisi penelitian-penelitian terdahulu baik yang sudah dipublikasikan serta terkait untuk menjadi acuan dan referensi utama dalam penelitian ini yang mengambil judul *Pengaruh Halal Tourism Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Nusa Tenggara Barat*.

Penelitian Terdahulu Pertama yaitu jurnal ilmiah dengan judul “*Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*” jurnal ini ditulis oleh Caesar Pieter Vega Arwanto, dkk

(2020) Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik., dalam tulisan tersebut penulis berfokus pada tagline “*Sparkling Surabaya*” sebagai strategi city branding pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Penggunaan “*Sparkling Surabaya*” menjadi langkah awal bagi kota Surabaya dalam menciptakan brand yang unggul, serta menerapkan citra wisata daerah dalam *city branding* dapat terlaksana secara efektif Penelitian yang dikerjakan oleh Caesar Pieter Vega Arwanto, dkk berfokus untuk meneliti strategi pemasaran dan pengembangan kota Surabaya untuk menarik pengunjung ke Surabaya.⁸

Penelitian ini menggunakan dua teori, yaitu teori yang dikemukakan oleh *Anholt* dan *Kotler*. Adapun teori *Anholt* membahas tentang skema dalam membangun, mengembangkan, dan memasarkan suatu kota sedangkan *Kotler* membuat pendekatan tentang segi enam pilar keberhasilan sebuah *city branding* dalam menganalisis langkah-langkah strategi-strategi yang dilakukan Pemkot Surabaya dalam menciptakan *city branding* Kota Surabaya untuk menarik minat wisatawan per-tahunnya. Adapun hasil penelitian tersebut yaitu, Pemkot Surabaya memiliki strategi-strategi khusus untuk memasarkan atau mempromosikan kotanya dan menarik wisatawan baik domestic maupun mancanegara. Strategi utama adalah meluncurkan “*Sparkling Surabaya*” sebagai *brand* dan citra kota ini baik di halaman website resmi, postingan instagram, bus khusus turis, dan dengan mengadakan karnaval dan event-event besar seperti *Car-Free Day*.

⁸Caesar Pieter Vega Arwanto, Bagus Setyawan Nugraha, and Agus Widiyarta, “Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan,” *Perspektif* 9, no. 2 (2020): 322–28, <https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3646>.

Penelitian yang dilakukan oleh Caesar Pieter Vega Arwanto, dkk memiliki sejumlah similaritas dan beberapa disimilaritas dengan penelitian ini yang akan dikaji oleh penulis. Persamaan pada penelitian ini terletak pada *city branding* sebagai langkah untuk menarik minat wisatawan mengunjungi suatu daerah. Namun, penelitian ini meneliti pengaruh *halal tourism* pada peningkatan perekonomian Provinsi Nusa Tenggara Barat, tidak hanya menarik wisatawan untuk berkunjung namun juga mampu menarik investor untuk melakukan penanaman modal, dan berdampak pada masyarakat di Nusa Tenggara Barat, membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Hal ini menjadikan *Halal Tourism* memberikan pengaruh positif bagi pertumbuhan ekonomi di Nusa Tenggara Barat.

Penelitian Terdahulu Kedua yaitu jurnal berjudul “*The Impact Halal Tourism on Regional Economic Growth in Lombok, West Nusa Tenggara, Indonesia*” yang ditulis oleh Lalu Wijaya dan Maimun Sholeh. Dalam jurnal ini membahas dampak dari pariwisata halal dalam perkembangan dan peningkatan ekonomi di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan konsep pariwisata halal.⁹

Berdasarkan dari penelitian ini memiliki banyak kesamaan dengan penelitian sebelumnya, namun juga terdapat beberapa perbedaan. Kesamaan dari penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai pertumbuhan ekonomi melalui *halal tourism*, dan perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih melihat dampak dari *halal tourism* dimana fokus pada penelitian yaitu dalam

⁹Lalu Hendra Wijaya, “The Impact of Halal Tourism on Regional Economic Growth in Lombok, West Nusa Tenggara, Indonesia,” *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 12, no. 2 (2020): 303–18, <https://doi.org/10.15408/aiq.v12i2.15127>.

peningkatan wisatawan/pelancong yang berkunjung ke Lombok dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sedangkan dalam penelitian penulis, penulis menggunakan konsep yang berbeda yaitu *City Branding* dan *Foreign Direct Investment (FDI)* dalam mengkaji penelitian ini. Selain itu peneliti mengkaji pengaruh/sebab dari halal tourism, dimana pengaruh halal tourism pada peningkatan perekonomian Provinsi Nusa Tenggara Barat, tidak hanya menarik wisatawan untuk berkunjung namun juga mampu menarik investor untuk melakukan penanaman modal, dan berdampak pada masyarakat di Nusa Tenggara Barat, membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Hal ini menjadikan *Halal Tourism* memberikan pengaruh positif bagi pertumbuhan ekonomi di Nusa Tenggara Barat.

Penelitian Terdahulu Ketiga yaitu jurnal berjudul “*Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)*” yang ditulis oleh Alwafi Ridho Subarkah. jurnal ini menganalisis dan menelaah pariwisata halal sebagai instrument masyarakat untuk memajukan usaha dan ekonomi serta mendatangkan lebih banyak turis ke Nusa Tenggara Barat. Dengan menggunakan metode kualitatif serta menggunakan konsep *public diplomacy* serta pariwisata halal.¹⁰

Penelitian ini memiliki banyak kesamaan dan terdapat beberapa perbedaan. Kesamaannya terletak pada pembahasan mengenai Wisata Halal guna meningkatkan perekonomian Nusa Tenggara Barat. sementara itu, perbedaan penelitian ini adalah bahwa penelitian terdahulu membahas kebijakan luar negeri

¹⁰Alwafi Ridho Subarkah, “Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat),” *Jurnal Sosial Politik* 4, no. 2 (2018): 49, <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>.

Indonesia dalam memanfaatkan potensi pariwisata halal digunakan sebagai instrumen diplomasi publik untuk mencapai kepentingan nasional. Seperti, menarik wisatawan, investasi dan membangun citra Indonesia sebagai Negara yang ramah terhadap wisatawan muslim, dan target utamanya yaitu wisatawan yang berasal dari timur tengah, selain itu dalam penelitian ini peneliti terdahulu mengacu pada tahun 2015 hingga 2017. sedangkan dalam penelitian penulis mengkaji pengaruh/sebab dari wisata halal, dan menggunakan konsep *City Branding* dan *Foreign Direct Investment (FDI)* pada peningkatan perekonomian Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk menarik investor, tidak menargetkan pasar pada kawasan tertentu dan penelitian yang dilakukan penulis mengacu pada tahun 2015 hingga 2019. *Halal Tourism* juga memberikan pengaruh positif bagi pertumbuhan ekonomi di Nusa Tenggara Barat.

Penelitian Terdahulu Keempat yaitu skripsi dari HI UMM “*Strategi City Branding Nusa Tenggara Barat Menjadikan Lombok sebagai Destinasi Pariwisata Halal*” yang ditulis oleh Alwafi Ridho Subarkah. Dalam skripsi ini menganalisa tentang strategi city branding NTB melalui pembangunan pariwisata halal di Lombok untuk menarik wisatawan, serta langkah pemerintah dalam membangun dan memasarkan pariwisata halal yang merupakan salah satu strategi pemerintah daerah guna menarik wisatawan.

Berdasarkan dari penelitian ini memiliki banyak persamaan dan terdapat beberapa perbedaan, persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas tentang langkah pemerintah menggunakan pariwisata halal guna menarik wisatawan untuk berkunjung ke Lombok dan menggunakan beberapa konsep yang sama .

dismilaritas dari penelitian ini adalah, penelitian terdahulu lebih menakanan City branding Provinsi NTB yang berhasil mengembangkan destinasi wisata halal di pulau Lombok sebagai focus utama penelitian , sedangkan dalam penelitian penulis mengkaji pengaruh, / sebab dari halal tourism, dimana pengaruh halal tourism pada peningkatan perekonomian Provinsi Nusa Tenggara Barat selain mampu menarik wisatawan untuk berkunjung juga mampu menarik investor untuk melakukan penanaman modal maupun kerjasama yang mana pertumbuhan ekonomi yang masuk tidak hanya dari wisatawan namun dari investor.

Penelitian Terdahulu Kelima yaitu yaitu jurnal yang berjudul “Eksplorasi Potensi Pulau Lombok Sebagai Destinasi Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat” yang disusun oleh M. Setyo Nugroho dkk. Dalam jurnal ini memperlihatkan pariwisata di Kota Lombok yang banyak membangun sarana prasarana dan layanan halal yang menyediakan kebutuhan wisata muslim dunia.¹¹

Berdasarkan penelitian ini, terdapat kesamaan dan beberapa perbedaan. Kesamaannya adalah membahas tentang pariwisata halal dan potensi yang dimiliki oleh NTB. Sedangkan perbedaan dalam penelitian yaitu penulis mengkaji pengaruh/sebab dari halal tourism, dimana pengaruh halal tourism terhadap peningkatan ekonomi Provinsi Nusa Tenggara Barat melalui masuknya investasi asing. selain itu juga, *Halal Tourism* memberikan pengaruh positif bagi pertumbuhan ekonomi di Nusa Tenggara Barat.

¹¹M Setyo Nugroho and I Wayan Suteja, “Eksplorasi Potensi Pulau Lombok Sebagai Destinasi Wisata Halal Di Nusa Tenggara Barat,” *Media Bina Ilmiah* 13, no. 7 (2019): 1337–42, <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/210/pdf>.

Tabel 1. 1
Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL DAN NAMA PENELITIAN	JENIS PENELITIAN DAN ALAT ANALISA	HASIL
1.	<p>“Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”</p> <p>Penulis : oleh Caisar Pieter Vega Arwanto, dkk</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p> <p>Pendekatan : Konsep <i>City Branding hexagon</i></p>	<p>Pemkot Surabaya memiliki strategi-strategi khusus untuk memasarkan atau mempromosikan kotanya dan menarik wisatawan baik domestic maupun mancanegara. Strategi utama adalah meluncurkan “Sparkling Surabaya” sebagai <i>brand</i> dan citra kota ini baik di halaman website resmi, postingan instagram, bus khusus turis, dan dengan mengadakan karnaval dan event-event besar seperti <i>Car-Free Day</i>.</p>
2.	<p>“The Impact Halal Tourism on Regional Economic Growth in Lombok, West Nusa Tenggara, Indonesia”</p>	<p>Kuantitatif</p> <p>Pendekatan : <i>Halal Tourism</i></p>	<p>Wisata halal telah menunjukkan eksistensinya pada sektor ekonomi, dengan memberikan</p>

	<p>Penulis : oleh Hendra Wijaya dan Maimun Sholeh</p>		<p>kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Perkembangan pariwisata halal memberikan peluang usaha dan meningkatkan kualitas daerah. Daerah seperti NTB mampu memenuhi kebutuhan wisatawan muslim maupun non muslim.</p>
<p>3.</p>	<p>“Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (<i>Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat</i>)” Penulis : oleh Alwafi Ridho Subarkah</p>	<p>Kualitatif Pendekatan : Konsep Diplomasi Publik dan Pariwisata Halal</p>	<p>Keberhasilan <i>Public diplomacy</i> pemerintah RI dalam mengembangkan pariwisata halal di NTB berhasil menarik pengunjung muslim, dengan target pasar mengutamakan wisatawan dari Timur Tengah dan mampu menarik investor dalam mengembangkan pariwisata. Wisata halal dapat dijadikan alternative guna meningkatkan perekonomian daerah.</p>

4.	<p>Alwafi Ridho Subarkah skripsi HI UMM “Strategi City Branding Nusa Tenggara Barat Menjadikan Lombok sebagai Destinasi Pariwisata Halal”</p> <p>Penulis : Oleh Alwafi Ridho Subarkah</p>	<p>Deskriptif</p> <p>Pendekatan : Konsep <i>City Branding</i> dan Pariwisata Halal</p>	<p>NTB yang berhasil menjadi salah satu daerah pembangunan pariwisata halal dan berhasil mendapatkan penghargaan berturut-turut ingin menjaga momentum dalam pembangunan wisata halal untuk menarik minat wisatawan berkunjung.</p>
5.	<p>“Eksplorasi Potensi Pulau Lombok Sebagai Destinasi Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat”</p> <p>Penulis : oleh M. Setyo Nugroho dkk.</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p> <p>Pendekatan : Teori Pendukung Destinasi Cooper</p>	<p>Lombok berpotensi besar dalam memajukan industry pariwisata yang halal dan sesuai syariat Islam serta menetapkan beberapa destinasi wisata yang cocok bagi wisatawan muslim.</p>
6.	<p>“Pengaruh Halal Tourism Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Nusa Tenggara Barat”</p> <p>Penulis : oleh Safa Lailan Salsabila</p>	<p>Jenis Penelitian : Deskriptif</p> <p>Pendekatan : <i>City Branding</i> dan FDI</p>	<p>Dalam kurun waktu tahun 2015 dan 2016 Nusa Tenggara Barat mendapat penghargaan dalam kategori <i>World Best Halal Honeymoon Destination ,World</i></p>

		<p><i>Best HalalTravel Website</i>, dan <i>World Best Halal Beach Resort</i>. Penghargaan tersebut berhasil menarik wisatawan mancanegara sehingga meningkatkan jumlah turis asing yang datang ke NTB setiap tahunnya, selain itu, mampu meningkatkan perekonomian daerah terlebih lagi dalam sektor pariwisata, bersama dengan melihat upaya pemerintah NTB dalam membentuk citra melalui <i>City Branding</i>, menjadi perhatian bagi wisatawan maupun investor asing untuk melakukan investasi asing di NTB. Dengan potesi ini berdampak juga pada masyarakat NTB, dan peluang menciptakan lapangan pekerjaan baru pada</p>
--	---	--

			sektor pariwisata.
--	--	--	--------------------

1.4 Kerangka Konseptual

1.4.1 City Branding

Dalam buku “*Brand New Justice*” karya Simon Anholt, ia memaparkan *City branding* yang merupakan sebuah pengaplikasian identitas pada suatu produk yang digunakan, menjadi sebuah identitas yang diinginkan oleh pemegang kekuasaan. Manfaat dari *city branding* tidak hanya dirasakan oleh turis-turis yang datang melancong, tetapi menguntungkan juga kepada masyarakat yang berdomisili di daerah tersebut. Dampak dari *city branding* sendiri dapat dirasakan mulai dari ekonomi, pelayanan publik, hingga kesehatan.¹²

City branding sendiri berarti sebuah langkah dalam menciptakan citra sebuah kota, wilayah, kemudian dipromosikan kepada publik baik itu domestik maupun dalam kancah internasional. *Simon Anholt* mengatakan bahwa *City branding* tidak berbeda dari perusahaan yang memiliki misi ingin dikenali oleh masyarakat.¹³ Dapat disimpulkan *city branding* merupakan kegiatan agar dapat membangun citra suatu kota, wilayah untuk mendapat perhatian dunia, dan dapat menarik wisatawan maupun investor yang pada akhirnya berdampak dalam kualitas hidup masyarakat kota tersebut.

¹²Adhiimsyah Luthfi and Aldila Intanir Widyaningrat, “Konsep City Branding Sebuah Pendekatan ‘The City Brand Hexagon’ Pada Pembentukan Identitas Kota,” *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 2013 (2018): 315–23, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>.

¹³Simon Anholt, “Definition of Place Branding- Working towards Resolution,” *Journal Of Place Branding and Public Diplomacy* Vol. 6 No. (2010).

Kotler menyebutkan empat strategi umum yang dilakukan oleh suatu daerah untuk menarik wisatawan, pengusaha, maupun investor untuk datang ke daerah tersebut, antara lain yaitu dengan cara¹⁴ :

1. Pemasaran citra (*image marketing*) : didapat dengan cara memasarkan karakteristik, ciri khas, dan persona positif yang dimiliki di daerah setempat, biasanya didukung dengan menggunakan slogan;
2. Pemasaran pertunjukan atau tontonan (*attraction marketing*): dengan memasarkan / mengenalkan keelokan alam, budaya, wisata bernilai sejarah, pameran yang ada di daerah setempat;
3. Pemasaran infrastruktur atau fasilitas (*infrastructure marketing*): dengan memasarkan prasarana / fasilitas untuk menjamin kenyamanan wisatawan dan mempermudah akses ke tempat wisata, yang meliputi akses internet (wifi), bandara, stasiun kereta api, bus antarkota, terminal; dan
4. Pemasaran masyarakat lokal (*people marketing*): dimana masyarakat setempat ikut mendukung dengan menyajikan keramahan kepada wisatawan yang diharapkan mampu memberikan informasi positif tentang tempat pariwisata yang di kunjungi.

Dari pemaparan di atas mengenai strategi untuk menarik wisatawan domestic maupun mancanegara, dan investor *city branding* sangat menggambarkan bagaimana provinsi Nusa Tenggara Barat menggunakan *Halal Tourism* sebagai daya tarik untuk memperlihatkan keunikan, keindahan tempat pariwisata, serta mengenalkan tradisi budaya yang ada di Nusa Tenggara Barat,

¹⁴Gideon Christopher Hamzah, "Masih Efektifkah City Branding Terhadap Peningkatan Jumlah Wisatawan," *Akubis: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 3, no. 02 (2018): 20–33, <https://doi.org/10.37832/akubis.v3i02.44>.

yang berarti *Halal Tourism* dijadikan sebagai brand bagi provinsi Nusa Tenggara Barat sehingga menjadikannya terkenal di khalayak masyarakat luas dan ini akan berdampak kearah *economic growth* di sektor pariwisata Nusa Tenggara Barat.

1.4.2 Foreign Direct Investment (FDI)

Berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007, investasi asing yaitu kegiatan menanam modal dari pihak luar negeri untuk menjalankan usaha di wilayah Indonesia.¹⁵ investasi ini dapat dilakukan dengan sepenuhnya menggunakan modal asing atau melalui kemitraan bersama penanaman modal dalam negeri. sementara itu, investasi asing dapat diartikan sebagai kegiatan penanaman modal untuk menjalankan usaha di suatu kawasan industri, baik secara penuh dengan modal asing atau bekerja sama dengan investor lokal.¹⁶

Foreign Direct Investment atau penanaman modal asing menurut Todaro yaitu investasi asing merupakan bentuk investasi baik penanaman modal atau pembangunan lokasi industry di suatu kawasan.¹⁷ Di seluruh negara, utamanya di negara-negara berkembang, terdapat kebutuhan akan modal asing. Modal asing merupakan faktor krusial dalam mendukung pembangunan nasional. Maka sebab itu, kehadiran investor asing sangat berkontribusi terhadap perkembangan suatu Negara. Investasi asing memiliki peran penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

¹⁵ Herman Kambo and Elyzabet Indrawati Marpaung, "Pengaruh Investasi Asing Dan Investasi Dalam Negeri Terhadap Perekonomian Indonesia," *Jurnal Akuntansi Maranatha* 12, no. 1 (2020): 137–45, <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2282>.

¹⁶ "UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 25 TAHUN 2007 TENTANG PENANAMAN MODAL," 2007, https://ppid.unud.ac.id/img/admin/page_attc/ca56c86f2c4515460decf2098a6ed8a0.pdf.

¹⁷ Todaro, Michael P. 2006. *Pembangunan Ekonomi*. Edisi ke-9. Jakarta Erlangga

Robert Gilpin, dalam bukunya berjudul *“Global Political Economy: Understanding the International Economic Order”* dalam bukunya menyatakan *‘An economist might argue that FDI is an indirect route to economic specialization based on the distribution of productive factor’*.¹⁸ Gilpin juga menyatakan bahwa investasi asing adalah sebuah cara yang efektif bagi suatu negara untuk meningkatkan perekonomiannya.¹⁹ Melalui investasi asing yang masuk ke sebuah Negara menjadi dampak yang positif yaitu peningkatan bagi pendapatan devisa Negara, penyerapan tenaga kerja dan meningkatnya pendapatan daerah. Investasi asing memiliki kontribusi terhadap tiga komponen ini sehingga menjadi stimulus pembangunan.

Pertama, Devisa merupakan alat pembayaran internasional yang bisa ditukar dengan mata uang asing. Devisa dapat digunakan sebagai sarana pembayaran untuk transaksi dalam kegiatan ekspor, penjualan jasa, serta sebagai bunga modal.²⁰ Di dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1999 mengatur mengenai Lalu Lintas Devisa serta Sistem Nilai Tukar. Dimana dijelaskan devisa adalah salah sumber pembiayaan yang penting bagi bangsa dan Negara. maka, pengelolaan serta penggunaan devisa dan nilai tukarnya harus dilakukan dengan sebaik mungkin demi mendukung kelancaran perdagangan, investasi dan pembayaran internasional.²¹ Terlihat pesatnya pertumbuhan invstasi asing yang

¹⁸ Robert Gilpin. 2002. *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. New Jersey ; Princeton University Press.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Arti Kata Devisa, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/devisa>

²¹ “UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 24 TAHUN 1999 TENTANG LALU LINTAS DEvisa DAN SISTEM NILAI TUKAR,” 1999, <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/Pages/undang-undang-nomor-24-tahun-1999-tentang-lalu-lintas-devisa-dan-sistem-nilai-tukar.aspx>.

masuk ke Negara-negara berkembang berpengaruh baik dan dapat membantu pemasukan devisa.

Kedua, penyerapan tenaga kerja. Investasi merupakan “*engine of growth*”. Maka dari itu pertumbuhan ekonomi didukung oleh masuknya investasi ke suatu wilayah Negara berkembang. Pertumbuhan ekonomi sangat membutuhkan investasi, karena investasi merupakan sumber yang sangat menjamin dalam pertumbuhan ekonomi. Kegiatan investasi akan terus meningkat. Selanjutnya dengan meningkatnya investasi dapat meningkatkan produktivitas serta kapasitas dan kualitas produksi, yang mana dapat mendorong pertumbuhan perekonomian dan dapat menyerap tenaga kerja.²²

Pesatnya pertumbuhan investasi merupakan kunci bagi laju pertumbuhan ekonomi. Selain mendorong peningkatan output, hal ini juga akan meningkatkan permintaan input, yang pada gilirannya akan membuka peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 2007 Pasal 10 terkait ketenagakerjaan, dijelaskan bahwa perusahaan yang melakukan penanaman modal harus mengutamakan penggunaan tenaga kerja warga Indonesia untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja.²³

Ketiga, pendapatan daerah. Pesatnya pertumbuhan investasi merupakan kunci dari laju pertumbuhan ekonomi. Jika investasi mengalami peningkatan maka akan meningkatkan perekonomian. Investasi harus ditanamkan pada setiap

²² Andiarto, Teguh and, Dr. Didit Purnomo, SE., M.Si. Analisis Pengaruh Ekspor, Impor, Investasi Asing, Nilai Tukar Rupiah Dan Cadangan Devisa Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 1999-2018, Skripsi, Surakarta: Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, hal. 7.

²³ “UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 25 TAHUN 2007 TENTANG PENANAMAN MODAL.”

sektor perekonomian, dan akan mengikuti dampak dalam berbagai bidang seperti sewa tanah, bunga, pajak, upah dan keuntungan lainnya.²⁴

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Jenis Penelitian

Dalam Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dalam menggambarkan pertanyaan maupun topik penelitian. Penelitian kualitatif adalah tahapan penelitian sosial yang bertujuan dalam memperoleh data deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Penelitian kualitatif adalah tentang membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Berdasarkan pandangan Bogdan dan Taylor, metodologi penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa bahasa, tulisan maupun perilaku yang diamati.²⁵

Dalam penelitian ini, peneliti berupaya dalam mengetahui bagaimana pengaruh Halal Tourism dalam meningkatkan perekonomian Nusa Tenggara Barat. Kemudian pengaruh halal tourism di NTB ini dianalisis kembali sehingga dapat diketahui bagaimana pengaruhnya terhadap perekonomian NTB.

1.5.2 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data penelitian kualitatif, memiliki beberapa metode seperti reduksi data, analisis, interpretasi, wawancara, dan triangulasi kemudian hasil dari pengumpulan data dapat ditarik kesimpulan dan penemuan jawaban dari penelitian yang dimaksud. Menurut Miles dan Huberman data disajikan dalam

²⁴ Puspasari Windy Astuti, "Analisis Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Pada 33 Provinsi Di Indonesia)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 6, no. 2 (2018): 11, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4629/4058>.

²⁵ Bogdan & Taylor (dalam Moleong, 2017) Metodologi Penelitian Kualitatif, <http://repositori.unsil.ac.id/2820/5/BAB%203%20PROSEDUR%20PENELITIAN.pdf>

penelitian kualitatif merupakan teks yang sifatnya naratif. Dengan penyajian data ini dapat membantu dalam memahami peristiwa yang terjadi. Selanjutnya mereka juga menyarankan dengan menggunakan display data, selain narasi teks, juga dapat berupa grafik, matrik, jaringan, dan bagan.²⁶

Penulis menggunakan teknik reduksi data dimana data-data tersebut dikaji dan dapat dilakukan secara terus menerus selama berjalannya proses penelitian. Kemudian data-data di peroleh dalam bentuk kata-kata dan disusun menjadi sebuah kalimat penelitian. Selanjutnya dalam penyajian data dalam menjelaskan penelitian ini penulis menyajikan grafik/tabel, data-data yang di olah dengan menggambarkan permasalahan yang terjadi terkait pengaruh *halal tourism* terhadap perekonomian NTB dapat diketahui adanya peningkatan wisatawan, masuknya investasi dan berdampak pada masyarakat, seperti tersedianya lapangan usaha dan pekerjaan dari pengaruh *halal tourism*.²⁷

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan wawancara maupun studi dokumen atau studi pustaka. Dalam penelitian berjudul “*Pengaruh Halal Tourism Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Nusa Tenggara Barat*” yang ditulis oleh peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan studi dokumen atau studi pustaka dan mengumpulkan data relevan dengan topic penelitian.

Teknik dengan cara *library research*/ kepustakaan yang mana di dapat dari data-data sekunder (arsip, jurnal, dokumen-dokumen, ebook) dan internet,

²⁶ Aziz Abdul, “Teknik Analisis Data Analisis Data,” *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 2020, 1–15.

²⁷ Ibid

ditambah dari berbagai website pemerintah pusat maupun daerah terkait dengan halal tourism, pariwisata, dan kerja sama. Cara mengkaji data-data sekunder dan yang telah diperoleh tersebut dengan cara, data-data di olah memakai metode analisis data kualitatif mengingat data yang dikumpulkan merupakan kata-kata.

1.5.4 Ruang Lingkup Penelitian

a. Batasan Waktu Penelitian

Batasan dari penelitian yang berjudul “*Pengaruh Halal Tourism Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Nusa Tenggara Barat*” adalah dari tahun 2015 ketika Nusa Tenggara Barat mendapatkan kategori dalam destinasi halal hingga tahun 2019 yang dimana pada tahun tersebut pemerintah lebih serius dalam mengembangkan pariwisata halal mulai dari promosi secara lebih insentif guna memperkenalkan pariwisatanya, langkah-langkah ini berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung dan melihat adanya potensi masuknya investasi dalam meningkatkan perekonomian karna potensi pariwisata halal.

b. Batasan Materi

Agar tulisan serta dan penelitian ini tetap fokus, peneliti membatasi kajian hanya pada upaya pemerintah Nusa Tenggara Barat dalam memperkenalkan pariwisata halal dan menyikapi masuknya investasi asing ke Nusa Tenggara Barat. Dan bagaimana pengaruh dari *Halal Tourism* terhadap perekonomian Nusa Tenggara Barat.

1.6 Argumen Pokok

Indonesia merupakan negara yang sangat menyadari potensi pariwisatanya sebagai tujuan destinasi wisata. Berdasarkan laporan dari *The Travel and Tourism Competitiveness Report* yang dirilis oleh *World Economic Forum* (WEF) pada tahun 2017, Indonesia mendapatkan peringkat ke-42 dari 136 negara, dan tahun 2019 naik menjadi peringkat 4. Perkembangan industri pariwisata di Indonesia menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan. Pada tahun 2016, sektor pariwisata Indonesia menyumbang devisa mencapai USD 13,568 miliar. tahun 2019 Indonesia menargetkan kedatangan wisatawan mancanegara sebesar 20 juta wisatawan dengan target devisa mencapai USD 17,6 miliar, menjadikan sektor ini sebagai sumber devisa utama bagi Indonesia setelah kelapa sawit. Dengan banyaknya jumlah destinasi yang ada di Indonesia, menjadikannya sebagai sektor yang paling esensial dalam mendatangkan investor, membuka jutaan lapangan kerja, mengembangkan usaha baik BUMD maupun BUMS, infrastruktur, serta perolehan ekspor.

Disadari dengan perkembangan sektor pariwisata dan tingginya nilai yang telah disumbangkan kepada perekonomian nasional, menjadikannya instrument pemerataan pada pembangunan ekonomi dan daerah berkembang. *Government sector, private sector*, bahkan masyarakat telah merasakan efek baik dari sektor pariwisata. Dengan perkembangan pariwisata, adapun beberapa bidang yang memiliki keterkaitan dengan sektor pariwisata, yaitu transportasi/agen perjalanan wisata, kesediaan penginapan (hotel, Resort, homestay, dan lainnya), kuliner, budaya, keamanan lingkungan, infrastruktur yang memadai.

Dalam menyambut potensi pariwisatanya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf RI) di kabinet Joko Widodo telah membuat kebijakan *Halal Tourism* dan menetapkan tiga provinsi sebagai model dan prioritas utama dalam pembangunan destinasi pariwisata halal, yaitu Nangroe Aceh Darussalam, Sumatra Barat, dan Nusa Tenggara Barat. Alasan pemerintah menunjuk tiga daerah ini sebagai wisata halal karena penerapan agama islam di daerah ini sangat kuat dibandingkan pada daerah lainnya di Indonesia.²⁸ Dari tiga provinsi ini salah satu kawasan dan prioritas utama dalam pembangunan destinasi pariwisata halal, yaitu Nusa Tenggara Barat. Nusa Tenggara Barat juga masuk dalam daftar 10 destinasi percepatan wisata. Dengan dibukanya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, kawasan tersebut merupakan ikon tersendiri bagi wisatawan maupun investor.

Semenjak memenangkan penghargaan di *World Halal Travel Summit 2015* jumlah wisatawan mancanegara maupun lokal yang datang mengunjungi Nusa Tenggara Barat setiap tahunnya terlihat meningkat. Terlebih lagi investasi-investasi asing pada sektor pariwisata mulai berdatangan. Hal ini terlihat dari realisasi investasi asing pada sektor pariwisata yang menunjukkan hasil yang positif. Bersamaan dengan itu melihat strategi pemerintah Nusa Tenggara Barat dalam membentuk citra pariwisata halal melalui *City Branding*. Sektor pariwisata tidak hanya memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah namun juga pada masyarakat Nusa Tenggara Barat, menciptakan lapangan pekerjaan di kawasan pariwisata.

1.7 Sistematika Penulisan

Tabel 1. 2
Sistematika Penulisan

BAB	Bahasan Pokok
BAB I Pendahuluan	1.1 Latar Belakang 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 1.3.1 Tujuan Penelitian 1.3.2 Manfaat Penelitian a. Manfaat Akademis b. Manfaat Praktis 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Konsep 1.5.1 City Branding 1.5.2 FDI 1.6 Metodologi Penelitian 1.6.1 Jenis Penelitian 1.6.2 Teknik Analisa Data 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data 1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian a. Batasan Waktu b. Batasan Materi 1.7 Argumen Pokok 1.8 Sistematika Penulisan
BAB II Gambaran dan Potensi Pariwisata Halal Lombok Nusa Tenggara Barat	2.1 Potensi dan Gambaran Pariwisata Lombok Nusa Tenggara Barat 2.2 Pengembangan dan Pembangunan Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat
BAB III Strategi Pemerintah Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Halal Di Nusa Tenggara Barat	3.1 Halal Tourism Sebagai Strategi Branding Pemerintah Nusa Tenggara Barat Dalam Memperkenalkan Pariwisata Nusa Tenggara Barat 3.1.1 Friendly Lombok dan Pesona Sumbawa Sebagai Image Marketing 3.1.2 Promosi Melalui Event Nasional dan Internasional Sebagai Attraction Marketing 3.1.3 Penunjang Prasarana Pariwisata Sebagai Infrastruktur Marketing 3.1.4 Andil Masyarakat Sebagai People Marketing 3.2 Kunjungan Wisatawan Dampak Dari Pariwisata Halal

<p>BAB IV Kebijakan Pemerintah Terkait Investasi Asing Dan Dampak Halal Tourism Dalam Meningkatkan Perekonomian Nusa Tenggara Barat</p>	<p>4.1 Kebijakan Pemerintah Pusat dan Daerah Nusa Tenggara Barat Terkait Investasi Asing Dalam Sektor Pariwisata</p> <p>4.1.1 Kebijakan Pemerintah Nusa Tenggara Barat Dalam Menarik Investasi Asing</p> <p>4.2 Masuknya Investasi Asing dan Pembangunan Ke Nusa Tenggara Barat Dampak Pariwisata Halal</p> <p>4.2.1 Pembangunan Infrastruktur Penunjang Pariwisata</p> <p>4.3 Tumbuhnya Sektor Ekonomi dan Dampak Terhadap Masyarakat Dari Meningkatnya Jumlah wisatawan dan Masuknya Investasi Di Nusa Tenggara Barat</p>
<p>BAB V Penutup</p>	<p>5.1 Kesimpulan</p> <p>5.2 Penutup</p>
<p>Daftar Pustaka</p>	

