BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada setiap daerah mempunyai potensi alamnya masing-masing termasuk pariwisata. Pariwisata dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata yang dapat menjadi daya tarik daerah itu sendiri. Untuk mengembangkan sebuah pariwisata yang potensial memerlukan strategi yang tepat dan matang supaya memiliki dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat maupun perekonomian.

Studi yang dilakukan oleh (Hadi & Al-Asy Ari, 2017) berjudul "Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syari'ah" mengeksplorasi potensi dan strategi pengembangan pariwisata pantai syariah, khususnya berfokus pada Pulau Santen di Kabupaten Banyuwangi. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, penelitian ini mengungkapkan bahwa Banyuwangi, sebagai perwakilan dari tujuan wisata syariah, memiliki potensi yang signifikan yang belum dimanfaatkan. Studi ini menyoroti kemunculan wisata pantai syariah di Pulau Santen, yang terutama bergantung pada keterlibatan masyarakat dan pemerintah setempat, tanpa dukungan substansial dari pemerintah pusat. Hasil penelitian menunjukkan Pulau Santen memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi wisata syariah, diantara potensi tersebut berasal dari kekuatan alam yang ditimbulkan yang dapat menarik wisatawan.

Penelitian dari (Rostiyati, 2013) berjudul "Potensi Wisata di Lampung dan Pengembangannya Menggunakan Metode Analisis SWOT" dengan hasil penelitian Provinsi Lampung memiliki potensi pariwisata yang signifikan karena memiliki beragam atraksi wisata, yang meliputi wisata alam, sejarah, dan budaya.

Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Nisa, 2022) berjudul "Pengembangan Pariwisata Halal di Jawa Timur dengan Konsep Smart Tourism", menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif temuannya menunjukkan bahwa potensi pariwisata halal di Jawa Timur sangat menjanjikan dan potensial. Namun, sangat penting untuk meningkatkan potensi ini dengan secara konsisten berpegang teguh pada nilai-nilai Islam dan memprioritaskan penyediaan kenyamanan dan ketenangan di seluruh pengalaman perjalanan.

Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh (Priyono, 2018) berjudul "Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal di Jawa Timur," dengan menggunakan metode analisis SWOT, ditemukan bahwa pariwisata halal di Jawa Timur memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Namun, ada beberapa area tertentu yang membutuhkan perbaikan, seperti promosi dan branding pariwisata halal di wilayah tersebut. Selain itu, studi ini juga mengidentifikasi adanya kekurangan sumber daya manusia yang terampil di bidang pariwisata halal.

Penelitian lebih lanjut dari (Jannah, 2021) berjudul "Strategi Manajemen Pengembangan Wisata Halal di Jombang (Studi di Makam Kh. Abdul Wahab Hasbullah)" menyatakan bahwa wisata religi Makam KH. Abdul Wahab Hasbullah yang berada di Jombang berada di titik suboptimal akibat pengelolaan pariwisata yang kurang optimal.

Penelitian dari (Lisma et al., 2018) berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Syariah Di Sumatra Barat" dengen menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengen teknik purposive sampling. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata pada objek wisata syariah di Sumatra Barat.

Perbedaan penelitian ini dengan studi penelitian terdahulu terletak pada objek wisata dan teori analisis yang digunakan, sedangkan persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti dan membahas mengenai pariwisata halal.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Wisata Halal

Menurut kemenpar Islilah wisata halal mulai dikenal sejak tahun 2015 ketika event Word Halal Tourism Summit (WHTS) yang pada saat itu diselenggarakan di Abu Dhabi. Kemenpar menyatakan bahwa pariwisata halal adalah sebuah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan, masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi

ketentuan-ketentuan syariat Islam. Sedangkan menurut (Battour & Ismail, 2016) pariwisata halal adalah setiap objek atau tindakan pariwisata yang diizinkan menurut ajaran Islam yang di jadikan pedoman oleh wisatawan Muslim dalam berwisata. Sehingga segmen pariwisata ini melayani kebutuhan wisatawan dengan cara menyediakan fasilitas, infrastruktur, produk dan layanan serta kegiatan pariwisata yang sesuai dengan pedoman Islam.

2. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata adalah strategi yang dilakukan guna meningkatkan, memperbaiki, dan memajukan daya tarik wisata agar jumlah wisatawan mengalami peningkatan sehingga masyarakat dan pemerintah dapat merasakan dampak positifnya (Paturusi, 2001).

Pengembanagan pariwisata dan keterlibatan masyarakat juga menarik perhatian para ahli wisata untuk memberikan kontribusi pemikirannya. Menurut (Joyosuharto, 1995) pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi, yaitu : menggalakkan ekonomi, memelihara kepribadian bangsa, kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup, serta menumpuk rasa cinta tanah air bangsa.

3. Pengertian Strategi

Pengertian strategi ada beberapa macam, secara umum strategi dapat diatikan sebagai upaya suatu individu atau kelompok untuk membuat skema guna mencapai target atau sasaran yang hendak dituju.

Menurut (Quinn, 1999) strategi adalah sebuah bentuk dari perencanaan yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan juga rangkaian yang bisa bersatu menjadi satu kesatuan yang utuh. Dimana strategi sebagai formulasi yang disusun dengan baik supaya membantu penyusunan sumber daya dari perusahaan atau organisasi supaya mampu bertahan dari ketatnya persaingan.

Penelitian ini menggunakan teori strategi (Rumlet, 2011) yang menggunakan 4 indikator yaitu: 1). Konsistensi, 2). Kesesuaian, 3). Keunggulan, dan 4). Kelayakan

4. Strategi Pengembangan

Strategi pengembanagan merupakan tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Strategi pengembanagan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu sifat strategi pengembanagan adalah berorientasi ke masa depan.

5. Jenis-Jenis Strategi

Berikut merupakan jenis-jenis strategi yang dapat digunakan perusahaan :

a) Strategi Integtasi

Merupakan strategi yang diakukan oleh perusahaan dengan meningkatakan kontrol serta pengawasan yang lebih terhadap distributor

b) Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

Indikator pariwisata halal menurut (Jaelani, 2017) menyebutkan bahwa pariwisata halal yaitu berorientasi pada kebaikan bersama; berorientasi pada pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, menghindari penyembahan berhala dan takhayul, bebas dari dosa, menjaga keamanan dan kenyamanan, melindungi lingkungan, dan menghormati nilai-nilai sosial, budaya, dan kearifan lokal. Indikator lain dikatakan (Gabdrakhmanov et al., 2016) yaitu wisata halal mensyaratkan adanya makanan, minuman, dan hiburan halal, pengumuman waktu beribadah, ruang ibadah, kolam terpisah (berdasarkan gender). Indikator lainnya adalah akomodasi, misalnya hotel. Pada penelitian (Bogan & Sariisik, 2018) membagi halal hotel ke dalam tiga kategori, yaitu

1. Dry hotels atau hotel yang hanya melarang ketersediaan alcohol
2. Partially halal hotels atau hotel yang menyediakan makanan halal, tempat beribadah, Al-Qur’an dan sajadah di ruang (tidur), memisahkan pelayanan untuk perempuan dan laki-laki
3. Halal hotels atau hotel yang mengikuti aturan syariah untuk semua fasilitas,

mulai dari desain sampai pada keuangan hotel, sebagai tambahan untuk hal-hal lain yang diterapkan pada konsep halal di dua jenis halal hotel sebelumnya.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG