

## Pengembangan Wisata Pantai Halal di Kabupaten Sumenep Dengan Pendekatan SWOT dan ANP

Nurita Andriani<sup>1\*</sup>, Miftahul Jannah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

### INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:  
Diterima  
Diperbaiki  
Disetujui

Keywords: Halal Tourism, SWOT Analysis, ANPS Analysis

### Abstract

*The purpose of this study is to examine more deeply regarding the right strategy in developing halal beach tourism in Sumenep Regency by using the SWOT and ANP methods as analytical tools. The results of the study show that the SWOT analysis is that environmental conditions and geographical location are quite good (strengths), low community support (weaknesses), exploring tourism in Sumenep Regency (opportunities) and tourism, attracting visitors from various regions will create social inequality in the local area (threat). Strategic alternatives are increasing access and facilities, working with the community, creating jobs, preserving the environment and determining vision and mission. As for the priority strategy, based on the results of ANP data processing, the highest priority strategy is obtained, namely cooperation with the community. The limitation of this research is to add an assessment of the readiness of tourist destinations from several main aspects of tourism, namely from the product side.*

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji lebih dalam terkait strategi yang tepat dalam pengembangan wisata pantai halal di Kabupaten Sumenep dengan menggunakan metode Strength Weakness Opportunity Treat (SWOT) dan Analytical Network Process (ANP) sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT adalah kondisi lingkungan dan letak geografis yang cukup baik (kekuatan), rendahnya dukungan masyarakat (kelemahan), mengeksplere pariwisata Kabupaten Sumenep (peluang) dan adanya pariwisata, menarik para pengunjung dari berbagai daerah akan menciptakan kesenjangan sosial di daerah setempat (ancaman). Alternative strategis yaitu meningkatkan akses dan fasilitas, kerjasama dengan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, menjaga kelestarian lingkungan serta menentukan visi misi. Adapun strategi prioritas berdasarkan hasil olah data ANP diperoleh strategi prioritas tertinggi yaitu kerjasama dengan masyarakat. Keterbatasan dari penelitian ini adalah menambahkan penilaian kesiapan destinasi wisata dilihat dari beberapa aspek utama pariwisata, yaitu dari sisi produk.

## PENDAHULUAN

Potensi pasar muslim dunia memang sangat menggurikan bagi pelaku usaha bisnis pariwisata. Berdasarkan data Thomson Reuters yang diambil dari 55 negara dalam *Global Islamic Economy Report 2014 – 2015*, total pengeluaran muslim dunia pada tahun 2013 di sektor makanan dan minuman halal mencapai US\$1,292 miliar atau sebesar 10,8 persen dari pengeluaran kebutuhan makan dan minum penduduk dunia dan akan mencapai US\$2,537 miliar atau 21,2 persen dari pengeluaran kebutuhan makanan dan minuman global pada 2019. Di sektor perjalanan, pada tahun 2013 umat muslim dunia menghabiskan sekitar US\$140 miliar untuk berwisata atau sekitar 7,7 persen dari pengeluaran global. Diperkirakan jumlah tersebut akan meningkat menjadi US\$238 miliar atau 11,6 persen pengeluaran global sektor perjalanan di tahun 2019 (di luar perjalanan haji dan umrah). Di sektor media dan rekreasi, muslim dunia menghabiskan sekitar US\$185 miliar atau 7,3 persen pengeluaran global pada tahun 2013 dan diperkirakan mencapai US\$301 miliar pada 2019 atau sekitar 5,2 persen dari pengeluaran global (Reuters & Standard, 2020).

Perkembangan pariwisata dunia memicu semangat Indonesia untuk mengembangkan potensi wisata syariah yang ada. Indonesia sudah mempunyai modal dasar yang lebih baik dibanding Negara lain dengan populasi muslim terbesar di dunia, sehingga sangat kondusif dalam menyambut wisatawan muslim. Dengan mengangkat *branding “Wonderful Indonesia”* menggambarkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang beragam dan menarik dengan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan menjadikan Indonesia menjadi tujuan utama wisatawan muslim mancanegara (Ariqa, 2015:2).

Kondisi wisata halal di Indonesia masih belum maksimal, jika dikelola lebih maksimal, potensi pengembangan wisata syariah di Indonesia sangat besar karena Indonesia merupakan populasi muslim terbesar di dunia. Indonesia juga memiliki pariwisata yang indah sehingga mengundang wisatawan asing untuk datang. Selain kondisi geografis yang mendukung perkembangan potensi wisata syariah, keberadaan ekonomi syariah penting untuk mengurangi kerentanan antara sistem keuangan dengan sektor riil, sehingga menghindari penggelembungan ekonomi, menghindari pembiayaan yang bersifat fluktuatif, dan dapat memperkuat pengaman sosial.

Upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam mengembangkan wisata syariah adalah mempersiapkan beberapa provinsi untuk menjadi destinasi wisata syariah dengan penilaian persiapan ditinjau dari aspek utama yaitu produk, SDM dan kelembagaan serta promosi. Salah satu Kabupaten di Madura yang dinilai mampu menjadi destinasi halal adalah Kabupaten Sumenep yaitu Kabupaten yang terkenal dengan banyaknya destinasi wisata syariah dan destinasi wisata sesuai dengan ketentuan wisata halal. Di Kabupaten tersebut terdapat banyak sekali wisata pantai yang mempunyai daya tarik alam, pantai tanaman mangrove, kepulauannya sehingga menjadikan Kabupaten Sumenep memiliki keistimewaan dan menjadi salah satu Kabupaten sasaran pengembangan pariwisata. Beberapa permasalahan yang dihadapi wisata halal di Kabupaten Sumenep: 1)Belum adanya regulasi mengenai wisata halal, SDM dan infrastruktur, 2)Infrastruktur, Teknologi Informasi, Keamanan, SDM, dan

Sampah, 3) Masih minimnya infrastruktur yang ramah muslim, kualitas pelayanan dan kualitas objek wisata, makanan, hotel dan restaurant yang halal, SDM, event-event kreatif, dan tour leader Islam, 4) Minimnya pemahamannya masyarakat tentang wisata halal karena minim sosialisasi, edukasi dan perkuat literasi, 5) Banyaknya kasus pungli dan preman di objek wisata, 6) Infrastruktur, objek wisata halal dan Stakeholders wisata halal masih jalan sendiri-sendiri, 7) Pemerintah Kabupaten sendiri belum juga mengeluarkan peraturan tentang wisata halal.

Adanya permasalahan tersebut maka perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk memetakan faktor – faktor yang menjadi peluang dan kekuatan, serta kelemahan dan ancaman wisata halal Pantai Ekasoghi Kabupaten Sumenep dalam menghadapi tantangan yang ada. Kemudian yang kedua menyusun strategi – strategi yang tepat untuk pengembangan objek wisata tersebut sesuai dengan kondisi yang ada. Tujuan ketiga adalah memprioritaskan strategi yang paling tepat untuk diaplikasikan dalam rangka pengembangan objek wisata tersebut. Dari sisi praktis, penelitian ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi pemerintah.

### **Konsep Wisata Halal**

Menurut Hamzah dan Yudiana (2015) pariwisata halal memiliki standar kriteria antara lain: 1) Berorientasi pada kemaslahatan umum, 2) Berorientasi pada pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, 3) Menghindari kemusyrikan dan khufurat, 4) Menghindari maksiat seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba, dan judi, 5) Menjaga perilaku, etika, dan nilai luhur kemanusiaan seperti tidak bersikap hedonis dan asusila, 6) Menjaga amanah, keamanan, dan kenyamanan, 7) Bersifat universal dan inklusif, 8) Menjaga kelestarian lingkungan, 9) Menghormati nilai-nilai sosial, budaya, dan kearifan lokal. Berdasarkan hasil kajian pengembangan pariwisata (2015:21), pertumbuhan ekonomi yang tinggi di Asia dan MENA (Timur Tengah dan Afrika Utara), memberikan pengaruh terhadap daya beli wisatawan Muslim. Sedangkan di Eropa Barat, meskipun pertumbuhan ekonomi tidak tinggi, banyak kalangan kelas menengah muslim dari belahan dunia lain ingin mengeksplorasi tempat-tempat wisata baru.

### **Produk**

Pengembangan produk harus berdasarkan kriteria umum dan standarisasi yang diterapkan untuk usaha pariwisata halal dan daya tarik.

### **SDM dan Kelembagaan**

Kompetensi Profesi Insan Pariwisata Halal juga harus ditunjang dengan Training dan Pendidikan yang sesuai dengan sasaran Standar Kompetensi yang dibutuhkan Wisatawan berorientasi halal.

### **Promosi**

Bentuk promosi dan jalur pemasaran disesuaikan dengan perilaku Wisatawan Muslim, World Islamic Tourism Mart (WITM), Arabian Travel Mart, Emirates Holiday World, Cresentrating.com, halaltrip.com, etc.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramang (2015) potensi wisata dikategorikan menjadi tiga yaitu potensi wisata alam, budaya, dan potensi buatan. Masing-masing dari potensi itu didata per kelompok berikut ini:

### **Potensi Wisata Alam**

Aktivitas Alam, pegunungan tempat aliran sungai bawah tanah yang cukup banyak. Keindahan alam pegunungan menjadi modal bagi pengembangan wisata Pantai Ekasoghi. Para wisatawan berkesempatan menambah pengalaman mereka dengan melakukan rekreasi alam di pantai dengan tanaman mangrovenya.

Kondisi Wisata Pantai Ekasoghi ini mempunyai pemandangan alam yang menakjubkan. Wisatawan bisa melakukan kegiatan alam dengan berekreasi bersama keluarga, teman atau kerabatnya.

### **Potensi Sumber Daya Buatan**

Wisata Pantai Ekasoghi ini menyuguhkan tempat-tempat yang instagramable, sehingga dapat digunakan untuk mengambil dokumentasi (foto).

### **Potensi Budaya**

Kesenian tradisional. Potensi seni budaya yang dapat dijadikan atraksi atau daya tarik wisata adalah tari khas Sumenep dan disaksikan oleh wisatawan.

### **Konsep Strategi**

Pada tahapan perumusan strategi menggunakan analisis SWOT, perusahaan menggunakan proses manajemen strategi yang terdiri dari enam tahapan, yaitu:

#### **Melakukan Analisis Lingkungan Internal**

Membangun strategi bersaing yang berhasil dan mengharuskan perusahaan memperbesar kekuatan untuk mengatasi kelemahannya. Kekuatan merupakan kondisi internal positif yang memberikan keuntungan relative dari pesaing bagi perusahaan (Hubeis dan Najib, 2015: 23)

Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin membawa dampak nyata terhadap perusahaan, lingkungan kerja, dan yang tidak berhubungan langsung (lingkungan *social*). Peluang adalah kondisi sekarang atau masa depan lingkungan yang menguntungkan organisasi pada saat ini atau pada luaran potensial dan ancaman kekuatan eksternal negatif yang merintangikan kemampuan perusahaan untuk mencapai visi, misi, sasaran, dan tujuan perusahaan (Hubeis dan Najib, 2015: 24).

#### **Mengembangkan Visi dan Misi yang Jelas**

Visi dalam mimpi atau harapan yang ingin diwujudkan perusahaan di masa depan. Visi memberikan gambaran jelas mengenai ke mana arah organisasi akan melangkah. Tanpa visi perusahaan tidak memiliki pegangan ataupun panduan mengenai jalan masa depan organisasi yang ingin diciptakan. Hal ini akan berdampak pada munculnya kerja – kerja organisasi yang tidak berfokus pada tujuan. Oleh karena itu, perusahaan perlu merumuskan visi yang mudah dipahami, dapat memberikan spirit dan berdimensi jangka panjang (Hubeis dan Najib, 2015: 25).

#### **Menyusun Sasaran dan Tujuan Perusahaan**

Sebelum menyusun strategi yang komprehensif, pemilik perusahaan terlebih dulu harus menetapkan tujuan perusahaan. Sasaran dan tujuan perusahaan serta memberikan target yang harus dicapai dan menyediakan dasar untuk mengevaluasi kinerja. Sasaran atribut – atribut jangka panjang dan luas yang berusaha dicapai perusahaan dalam arti umum. Tujuan adalah target – target kinerja (apa dan kapan diselesaikan, serta hal yang diukur) yang lebih spesifik yang menunjukkan hal – hal seperti tingkat keuntungan, produktivitas, pertumbuhan, dan aspek – aspek kunci lain dari perusahaan (Hubeis dan Najib, 2015: 25).

#### **Merumuskan Pilihan – Pilihan Strategik dan Memilih Strategi yang Tepat**

Strategi adalah cara penyusunan tindakan – tindakan yang dilakukan oleh pengelola perusahaan untuk mencapai misi, sasaran dan tujuan perusahaan. Sampai pada proses perumusan strategi ini, pengelola perusahaan harus memiliki gambaran jelas tentang tindakan terbaik (implementasi berupa strategi dan kebijakan) yang harus dilakukan dan keunggulan bersaing yang diharapkan. Pengelola perusahaan juga harus memahami kelemahan dan keterbatasan perusahaan dan pesaingnya. Langkah selanjutnya adalah menilai pilihan-pilihan strategi dan selanjutnya mempersiapkan

program yang dirancang untuk mencapai misi, sasaran dan tujuan perusahaan yang didukung oleh anggaran dan prosedur (David, 20157: 26).

### Menentukan Pengendalian

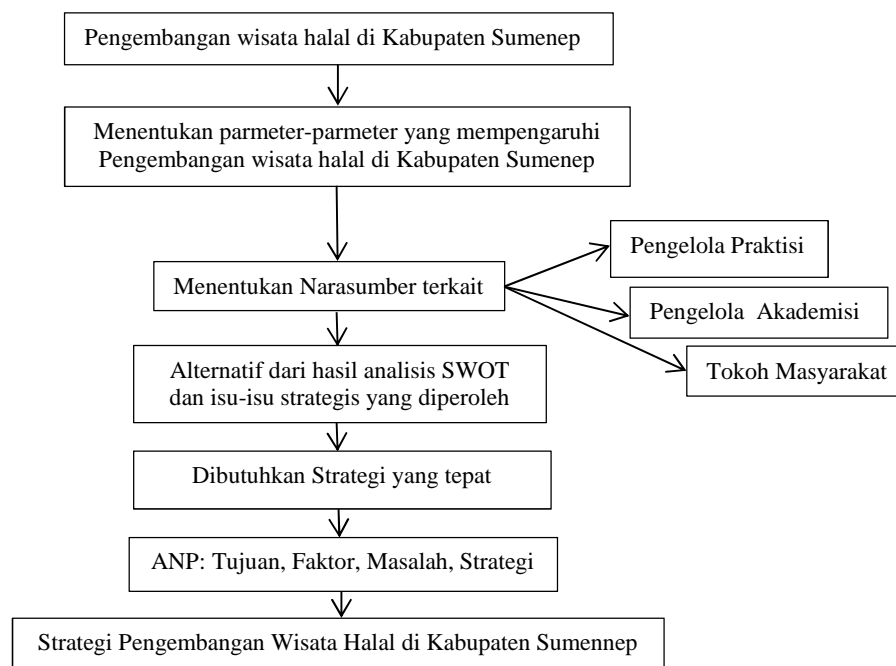
Perencanaan yang baik membutuhkan proses pengendalian dalam pelaksanaannya. Pengendalian meliputi proses evaluasi dan pemberian umpan balik terhadap proses manajerial yang tengah berlangsung sehingga rencana dapat direalisasi dengan baik. Perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan saat perusahaan mengimplementasikan strategi dapat berbeda dengan asumsi-asumsi yang telah ditetapkan saat strategi dirumuskan. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme pengendalian strategi yang baik agar perbedaan asumsi dan kenyataan dapat diatasi menurut hasil kerja yang diperoleh.

### METODE

#### Desain Penelitian

Dalam penyusunan laporan ini, jenis penelitiannya adalah kualitatif yang bersifat holistik dimana semua faktor diperhitungkan secara keseluruhan, saling bergantung satu sama lain untuk kepentingan semua. Oleh karena itu, diperlukan teori yang jauh lebih banyak karena harus disesuaikan dengan fenomena yang berkembang di lapangan. (Sugiono, 2012:213).

Berikut adalah desain penelitian terkait optimalisasi pengembangan wisata halal di Kabupaten Sumenep, dengan melakukan survei dan wawancara langsung kepada pengelola, pengunjung, pihak yang terkait, dapat diketahui kondisi *actual* yang tengah dihadapi wisata halal tersebut. Didukung oleh pendapat para ahli atau akademisi sehingga dapat dikomparasikan antara teori dengan kenyataan yang ada, sehingga dapat diperoleh isu-isu strategis. Alternatif -alternatif strategi tersebut merupakan hasil dari pembobotan analisis SWOT yang kemudian diprioritaskan dengan menggunakan metode ANP.



Gambar 1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dan terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Observasi, merupakan teknik dengan cara melakukan pengumpulan data dan informasi secara langsung ke lapangan dengan mengamati dan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Wawancara, merupakan teknik dengan cara melakukan pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan interaksi langsung dengan narasumber dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian. Beberapa pihak yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pihak pengelola, narasumber yang diambil untuk mewakili pihak internal yang mengelola langsung Wisata Pantai Ekasoghi. Tokoh Masyarakat, narasumber yang diambil untuk mewakili pihak yang merasakan langsung dampak dari hadirnya wisata tersebut yaitu kepala desa dan orang yang dipercaya di Desa tersebut.

Akademisi, yaitu pakar yang mengerti tentang pariwisata syariah dengan membandingkan teori-teori yang ada dengan fakta atau isu yang beredar saat ini.

Dokumentasi, merupakan teknik dengan cara melakukan pengumpulan data dan informasi melalui mencari dan memperoleh dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek yang diteliti misalnya potensi wisata alam, budaya, dan potensi buatan

Studi Pustaka, merupakan teknik dengan cara melakukan pengumpulan data dengan cara mencari, mempelajari, dan mengumpulkan teori serta bahan-bahan yang mendukung bagi penyusunan penelitian melalui beberapa literatur atau buku-buku yang berkaitan untuk mendapatkan data berupa teori untuk dijadikan sebagai bahan pembandingan dalam pembahasan penelitian.

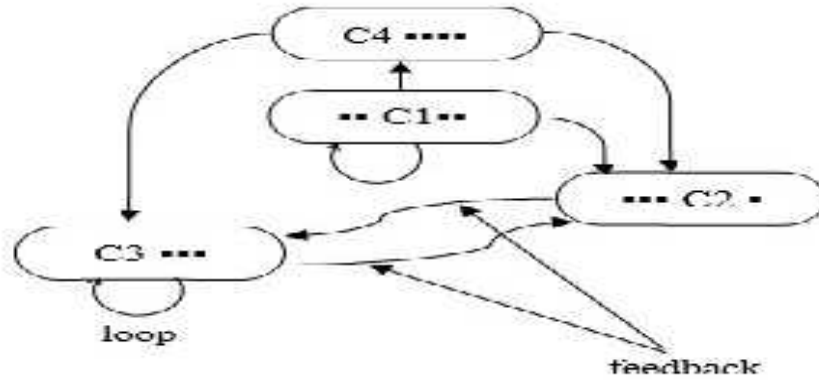
### **Teknik Analisis**

Analisis dalam penelitian ini dilakukan 2 tahap yakni dengan menggunakan analisis kualitatif deskriptif (SWOT). Untuk melengkapi hasil analisis kualitatif selanjutnya di kuantitatifkan dengan menggunakan metode ANP. Dengan menggunakan pendekatan tersebut diharapkan memperoleh hasil analisis secara holistik.

*Analytic Network Process* atau ANP adalah teori matematis yang memungkinkan seorang pengambil keputusan menghadapi faktor – faktor yang saling berhubungan (dependence) serta umpan balik (feedback) secara sistematis. ANP merupakan salah satu metode pengambilan keputusan berdasarkan banyaknya kriteria (parameter) atau Multiple Criteria Decision Making (MCDM) yang dikembangkan oleh Thomas L Saaty. Metode ini merupakan pendekatan baru metode kualitatif yang merupakan perkembangan lanjutan dari metode - metode terdahulu yakni Analytic Hierarchy Process (AHP) (Tanjung dan Devi, 2013 :214)

Menurut Saaty dan Vargas (2006) ANP digunakan untuk memecahkan masalah yang bergantung pada alternative – alternative dan kriteria – kriteria yang ada. Dalam teknik analisisnya, ANP menggunakan perbandingan berpasangan pada alternative – alternative dan kriteria proyek. Pada jaringan ANP yang dapat memiliki kriteria dan alternative didalamnya, yang sekarang di sebut simpul. Selain itu penggunaan jaringan hirarki, pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan membuat jaringan feedback (jaringan timbale balik). Jaringan ini lebih tepat menggambarkan kondisi masalah penelitian yang sangat kompleks sebagaimana telah dikemukakan di awal. Adapun gambaran tentang jaringan *feedback* yaitu:

Gambar 2. Jaringan



Dengan menggunakan jaringan *feedback*, elemen–elemen dapat bergantung atau terikat pada komponen seperti pada jaringan hirarki akan tetapi juga bergantung pada sesama elemen. Lebih jauh lagi, suatu elemen dapat tergantung pada elemen–elemen lain yang ada dalam suatu komponen. Komponen lainnya sebagaimana ditunjukkan pada garis lurus yang menghubungkan antara C4 ke cluster lain (C2 dan C3) disebut *outer dependence*. Sedangkan elemen–elemen yang akan dibandingkan berada pada komponen yang sama sehingga pada elemen tersebut membentuk hubungan arus putaran” maka disebut *inner dependence* (Saaty dan Vargas, 2006).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis dan Hasil SWOT

Berdasarkan hasil analisis kajian pustaka dan survey langsung pada objek penelitian maka dapat disimpulkan alternative-alternative yang terkait dengan objek penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks SWOT

		Internal Factors	
<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%; position: relative;"> <span style="position: absolute; top: 0; left: 0; bottom: 0; right: 0; border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"></span> </div>	<p><b>Weakness:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rendahnya Infrastruktur</li> <li>2. Sumber Daya Insani masih dari kerabat.</li> <li>3. Belum ada Peningkatan Ekonomi masyarakat yang signifikan</li> <li>4. Rendahnya dukungan masyarakat setempat</li> <li>5. Rendahnya dukungan pemerintah</li> <li>6. Rendahnya kebersihan serta pemeliharaan Wisata Pantai Ekasoghi</li> <li>7. Susahnya transportasi untuk menuju ke tempat wisata religi.</li> <li>8. Belum ada Visi dan Misi yang jelas</li> </ol> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 1,764</b></p>	<p><b>Strength:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi lingkungan dan letak geografis yang cukup baik, menyatukan keindahan alam sang pencipta.</li> <li>2. Nuansa halal yang mendukung seperti terdapat mushola dan tempat wudlu dengan air memadai</li> <li>3. Atraksi tarian dan kegiatan yang disuguhkan oleh peserta perkemahan (pramuka)</li> <li>4. Keramah - tamahan penduduk.</li> <li>5. Memperkenalkan produk kerajinan masyarakat lokal.</li> <li>6. Tempat parkir yang memadai</li> </ol> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 1,742</b></p>	

<b>External Factors</b>	<p><b>Opportunity :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemajuan teknologi dan transportasi .</li> <li>2. Segmen pasar yang cukup tinggi</li> <li>3. Mayoritas penduduk setempat beragama muslim.</li> <li>4. Pariwisata halal saat ini menjadi perhatian tingkat dunia.</li> <li>5. Persaingan produk wisata atau destinasi lain</li> <li>6. Mengeksplor pariwisata Kabupaten Sumenep</li> </ol> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 2,254</b></p>	<p><b>WO :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan peluang kerja untuk masyarakat sekitar (W<sub>2</sub>, W<sub>3</sub>, W<sub>4</sub>, W<sub>6</sub>, O<sub>3</sub>, O<sub>6</sub>)</li> <li>2. Meningkatkan akses / fasilitas menuju objek wisata (W<sub>1</sub>, W<sub>7</sub>, O<sub>1</sub>, O<sub>2</sub>)</li> </ol> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 4,018</b></p>	<p><b>SO :</b></p> <p>Bekerjasama dengan masyarakat setempat untuk menciptakan Wisata Halal (S<sub>2</sub>, S<sub>3</sub>, O<sub>3</sub>, O<sub>4</sub>, O<sub>6</sub>)</p> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 3,951</b></p>
	<p><b>Threats :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya wisata buatan yang kemungkinan akan merusak lingkungan.</li> <li>2. Pengaruh negative budaya luar yang dibawa</li> <li>3. Menimbulkan kriminalitas daerah setempat.</li> <li>4. Meningkatnya harga tanah/ lahan daerah setempat,</li> </ol> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 0,911</b></p>	<p><b>WT :</b></p> <p>Menentukan visi misi ke depan untuk menghadapi kondisi pariwisata saat ini (W<sub>8</sub>, T<sub>2</sub>, T<sub>3</sub>, T<sub>4</sub>)</p> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 2,676</b></p>	<p><b>ST :</b></p> <p>Menjaga kelestarian lingkungan dan ada Istiadat. Misalnya membangun fasilitas wisata tanpa merusak alam. (S<sub>1</sub>, S<sub>3</sub>, T<sub>1</sub>, T<sub>2</sub>)</p> <p style="text-align: right;"><b>Bobot : 2,609</b></p>

### Analisis dan Hasil ANP

*Analytic Network Process* atau ANP adalah teori matematis yang memungkinkan seorang pengambil keputusan menghadapi faktor-faktor yang saling berhubungan (*dependence*) serta umpan balik (*feedback*) secara sistematis. Dalam penelitian ini ANP akan membetuk prioritas alternative strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan Wisata halal di Kabupaten Sumenep, khususnya untuk Wisata Pantai Ekasoghi. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis SWOT dan observasi secara langsung di Wisata Pantai Ekasoghi, terdapat berbagai faktor yang melatar belakangi berbagai masalah yang tengah dihadapi oleh wisata halal di wilayah Kabupaten Sumenep.

Indikator-indikator yang digunakan untuk menentukan prioritas strategi pengembangan objek wisata halal Pantai Ekasoghi dapat diklasifikasikan dalam 3 buah klaster yaitu faktor, masalah, dan strategi. Klaster “faktor” terdiri dari objek wisata syariah, sumberdaya insani, dan masyarakat. Klaster “masalah” terdiri dari infrastruktur kurang baik, kesulitan transportasi, sumber daya insani dari kerabat serta belum ada peningkatan ekonomi. Klaster “strategi alternatif” terdiri dari meningkatkan akses dan fasilitas, kerjasama dengan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, menjaga kelestarian lingkungan serta menentukan visi misi. Ketiga klaster tersebut diolah dengan menggunakan Software Suoerdecisions.

Penentuan prioritas strategi dalam mengembangkan pariwisata syariah di Indonesia khususnya di Wisata Pantai Ekasoghi dilakukan melalui *pairwise comparison* yang melibatkan para akademisi. Data hasil *pairwise comparison* yang dilakukan oleh para akademisi ini diolah dengan *Software Superdecisions* menghasilkan prioritas-prioritas node (alternatif) untuk setiap klaster. Berikut adalah hasil yang telah olah menggunakan *software superdecision*:

**Tabel 2. Hasil Analytic Network Process**



No	Keterangan	Nilai
<b>Faktor</b>		
1	Wisata halal	<b>0.491800</b>
2	Sumber Daya Insani	0.263196
3	Masyarakat	0.245004
<b>Masalah</b>		
1	Infrastruktur Kurang Baik	<b>0.342092</b>
2	Kesulitan Transportasi	0.225191
3	SDI Dari Kerabat	0.207931
4	Belum ada Peningkatan Ekonomi	0.224792
<b>Strategi</b>		
1	Meningkatkan Akses dan Fasilitas	0.257666
2	Kerjasama Dengan Masyarakat	<b>0.285701</b>
3	Menciptakan Lapangan Kerja	0.091418
4	Menjaga Kelestarian Lingkungan	0.233944
5	Menentukan Visi Misi	0.131269

Sumber: Software superdecisions

Hasil pada kluster strategi menunjukkan bahwa kerjasama dengan masyarakat merupakan strategi yang paling penting dalam rangka pengembangan destinasi wisata halal di Kabupaten Sumenep yakni dengan nilai 0,285702. Objek wisata syariah bukan hanya milik pengelola tetapi juga milik masyarakat, terutama untuk desa wisata halal. Desa dalam berarti lingkup luas dan melibatkan masyarakat sehingga pihak pengelola memerlukan dukungan, baik berupa kritik maupun saran. Berdasarkan hasil observasi (diskusi) beberapa masyarakat menyatakan bahwa pihak pengelola bersifat tertutup dan tidak menerima saran tentang pengelolaan desa wisata tersebut.

Meningkatkan akses dan fasilitas merupakan strategi prioritas kedua. Perlu diketahui bahwa para wisatawan datang dan berkunjung ke salah satu objek wisata itu dikarena akses serta fasilitas

yang disediakan, sehingga hal ini juga penting. Strategi selanjutnya adalah menjaga kelestarian lingkungan merupakan kewajiban pengelola agar tidak merusak lingkungan sekitar. Selanjutnya

strategi menentukan visi misi penting untuk tujuan dan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Terakhir prioritas paling kecil adalah menciptakan lapangan kerja. Meskipun paling kecil nilai prioritasnya dibandingkan dengan strategi yang lain, namun strategi ini tetap strategi penting.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan perhitungan ANP laporan penelitian mengenai Pengembangan Wisata halal di Kabupaten Sumenep, maka dapat disimpulkan, pertama, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan objek wisata halal di Kabupaten Sumenep adalah kondisi lingkungan dan letak geografis yang cukup baik (kekuatan), rendahnya dukungan masyarakat (kelemahan), mengeksplere pariwisata pantai Ekasoghi dan adanya pariwisata, menarik para pengunjung dari berbagai daerah akan menciptakan kesenjangan dan masuknya budaya yang tidak sesuai dengan daerah setempat (ancaman). Kedua, isu – isu strategis dalam strategi pengembangan wisata halal di Indonesia yaitu meningkatkan akses dan fasilitas, kerjasama dengan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, menjaga

kelestarian lingkungan serta menentukan visi misi. Dan ketiga, berdasarkan hasil olah data ANP diperoleh strategi prioritas tertinggi yaitu kerjasama dengan masyarakat.

Pariwisata halal memiliki potensi untuk berkembang di Indonesia, namun masih terdapat banyak masalah yang akan dihadapi sehingga diperlukan dukungan dari berbagai pihak khususnya darimasyarakat sekitar serta pemerintah setempat. Sedangkan pihak pengelola harusnya memiliki sikap terbuka dan menerima kritikan dari pihak luar karena objek wisata adalah milik bersama. Khususnya untuk pariwisata syariah dalam bentuk desa religi. Nuansa menuju wisata halal seharusnya dirasakan pengunjung sejak memasuki desa tersebut bukan hanya pada inti dari objek wisata. Oleh karena itu dibutuhkan kerjasama masyarakat. Sedangkan untuk peningkatan akses ataupun fasilitas objek wisata membutuhkan dana yang cukup tinggi sehingga diperlukan dukungan pemerintah.

### **Keterbatasan Dan Saran Penelitian Mendatang**

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu desain penelitian, sampel, dan kesederhanaan model. Data hanya diambil dari survei langsung di lokasi penelitian dan melakukan wawancara dengan masyarakat sekitar sehingga kesimpulan hasil penelitian berdasarkan persepsi penulis. Sampel penelitian relative kecil hanya menggunakan 12 responden meskipun secara umum sudah dapat diterima dalam pembobotan SWOT. Model penelitian hanya menempatkan kondisi dan situasi yang dimiliki daerah desa wisata religi bubohu sebagai dasar pembentuka strategi. Atas dasar keterbatasan tersebut, maka riset mendatang perlu mengembangkan desain penelitian longitudinal dalam pengambilan data untuk membuktikan kausalitas hubungan yang lebih baik. Kedua, penelitian selanjutnya perlu memperbesar ukuran sampel dan memperluas objek keberberapa objek wisata syariah. Ketiga, riset mendatang perlu mempertimbangkan penilaian kesiapan destinasi wisata dilihat dari beberapa aspek utama pariwisata, yaitu dari sisi produk.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, S. (2016). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, Edisi 2. ISBN 978-979-769-632-0, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bawazir, T. (2013). *Panduan Praktis Wisata Syariah, Wisata nyaman, Ibadah Lancar*. ISBN 978-979-592-625-2, Jakarta: PT. Pustaka Al-Kausar.
- Chookaew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 739-741.
- Demolingo, R. H. (2015). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Desa Bongo, Fatmawati, Ari Ana, Santoso, Sugeng. 2020. Penguatan Rantai Nilai Pariwisata Sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 6, No. 03.
- Handayani, T. (2017). Penerapan Analytic Network Process (ANP) Pada Sistem Pendukung Keputusan. *Jurnal Transformatika*. Vol:14, No: 2. Januari 2017. Fakultas Teknologi Informatika dan Komunikasi, Semarang.
- Harahap, I. (2008) Motivasi & Inovasi suatu harapan. Analisa TOWS, diakses Selasa 13 Mei 2008. dari <http://insanharahap.blogspot.co.id/2008/05/analysis-tows.html>
- Haryanegara, M. E. A., Akbar, M. A. I., & Novianti, E. (2021). Peran label pariwisata halal sebagai daya tarik wisata budaya di Lombok, Nusa Tenggara Barat. *Tornare: Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 35–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/tornare.v3i1.29839>

- Indonesia Travel. (2013). *Pariwisata Syariah Indonesia*. dari [www.indonesiatravel.id:www.indonesia.travel/id/event/detail/760/pariwisatasyariah-Indonesia](http://www.indonesiatravel.id:www.indonesia.travel/id/event/detail/760/pariwisatasyariah-Indonesia). Diakses 15 September 2017.
- Kamarudin, L. M. (2013). Islamic Tourism: The Impacts to Malaysia's Tourism Industry. *Proceedings of International Conference on Tourism Development*, 397-405.
- Kemenpar. (2012). Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia. Diakses 10 September 2017, dari <http://www.kemenpar.go.id:www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042>
- Kempar. (2015). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Pintu Masuk dan Kebangsaan*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Marpaung, H.( 2002). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Mill, R. C. (2000). *Tourism The International Business (Alih Bahasa Sastro Tribudi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Noho, Y. (2014). Desa Wisata Religius Bongo Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Nasional Pariwisata*, ISSN 1411-9862 Vol. 6, No.1, April 2014. Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada.
- Pariwisata, Kementrian. (2015). *Laporan Akhir Kajian Perkembangan Pariwisata Syariah*. Deputi Bidang Pengembangan dan Kelembagaan Pariwisata. Jakarta: KAPASITAS PENGELOLAAN.
- Rangkuti, F. (2017). *ANALISA SWOT: Tehnik membedah kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. ISBN 978-602-03-0652-6-0, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reuters, T., & Standard, D. (2014). State of the Global Islamic Economy 2014-2015 Report. *Dubai: Dubai the Capital of Islamic Economy*.
- Saaty, T. L., dan Vargas, L.G. (2006). Decision Making with the Analytic Network Process Economic, Political, Social and Technological Applications with Benefits, Opportunities, Cost and Risk. *Ptsburg. Springer*.
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sugiarti, A. N. (2015). Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim Domestik Dan Mancanegara Di Kota Bandung. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Vanany, I.(2003). Aplikasi Analytic Network Process (ANP) Pada Perancangan Sistem Pengukuran Kinerja (Studi Kasus pada PT. X). *Jurnal Teknik Industri* Vol. 5, NO. 1, Juni 2003: 50 – 62.