

Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Kota Bandung dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SOAR

Farida Rahma Ramdhani, Popon Srisusilawati, M. Andri Ibrahim

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

faridaramdhani29@gmail.com, poponsrisusilawati@gmail.com, andri.ibrahim@gmail.com

Abstract— Sharia tourism is part of the tourism industry with services referring to Islamic rules. Sharia tourism is now one of the world's destinations, the city of Bandung was chosen in the focus of the development of sharia tourism in Indonesia. But the plan is reaping the pros and cons of people who consider the presence of Islamic tourism will create discrimination. The author will examine how the strategy of developing Islamic tourism in the city of Bandung by using the SOAR analysis approach. The method in this research is descriptive qualitative using SOAR analysis methods, namely identification of internal and external factors. This research can estimate the best way to determine the strategy and what things need to be considered in carrying out the strategy. The results of the study based on the above discussion are as follows: Optimizing the potential for increasing tourist attraction, creating tourism stakeholder associations, optimizing information media, promoting sharia tourism, the government conducting training for businesses, the city of Bandung arranges local regulations governing sharia tourism, creating power innovations interesting and creative tourist attraction, reinforcing promotional efforts to attract visiting tourists

Key words— *Bandung City, Sharia Tourism, Strategy, SOAR Analysis*

Abstrak— Pariwisata Syariah adalah bagian dari industri pariwisata dengan pelayanan merujuk pada aturan-aturan islam. Pariwisata syariah saat ini merupakan salah satu destinasi yang sedang mendunia, Kota Bandung dipilih dalam fokus pengembangan pariwisata syariah di Indonesia. Namun rencana tersebut menuai pro kontra dari masyarakat yang menganggap dengan hadirnya wisata syariah akan membuat diskriminasi. Penulis akan meneliti bagaimana strategi pengembangan wisata syariah di kota bandung dengan menggunakan pendekatan analisis SOAR. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis SOAR yaitu identifikasi faktor internal dan eksternal. Penelitian ini dapat memperkirakan cara terbaik untuk menentukan strategi dan hal apa yang perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi tersebut. Hasil penelitian berdasarkan pembahasan di atas yaitu sebagai berikut: Mengoptimalkan potensi peningkatan daya tarik wisata, membuat asosiasi stakeholder pariwisata, mengoptimalkan media informasi, sosialisasi pariwisata syariah, pemerintah melakukan pelatihan bagi pelaku usaha, pemerintah Kota Bandung menyusun peraturan daerah penyelenggaraan wisata syariah, menciptakan inovasi daya tarik wisata yang menarik dan kreatif, memperkuat upaya promosi untuk

menarik kunjungan wisatawan.

Kata kunci— *Kota Bandung, Wisata Syariah, Strategi, Analisis SOAR*

I. PENDAHULUAN

Pariwisata syariah/halal adalah bagian dari industri pariwisata dengan pelayanan yang merujuk pada aturan-aturan islam dan sebagian besar ditujukan untuk wisatawan, pelayanan yang dimaksud salah satunya seperti tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang mengandung alkohol. (Ceha, 2018)

Pariwisata merupakan sektor penting pembangunan perekonomian dunia. Pada saat ini wisata syariah merupakan salah satu destinasi yang sedang mendunia, merupakan gaya baru dalam melakukan aktivitas wisata dan memiliki peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. (Mahdiyya, Malik, & Srisusilawati, 2019) Kota Bandung merupakan salah satu Kota yang dipilih dalam fokus pengembangan pariwisata syariah di Indonesia namun faktanya masyarakat Indonesia masih mengira bahwa wisata syariah sama dengan wisata religi seperti ziarah ke makam para Nabi dan juga umroh. (Masyrafina, 2019) Selain itu rencana pengembangan destinasi Pariwisata Syariah di Kota Bandung menimbulkan pro dan kontra. Wisatawan maupun masyarakat menilai bahwa rencana tersebut dapat menimbulkan sikap diskriminatif. (Solehudin, Deklarasi 'Muslim Friendly' City, 2019)

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan wisata syariah di Kota Bandung dengan penggunaan analisis SOAR yaitu analisis yang disusun berdasarkan faktor yang menggambarkan kekuatan (strenghts) dan peluang (opportunities) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan aspirasi (aspirations) sehingga memperoleh hasil (results) yang terukur yang kemudian menjadi acuan untuk menentukan langkah-langkah strategis. (Stavros & Hinrichs, 2009) Penelitian ini dapat membantu memperkirakan cara terbaik untuk menentukan suatu strategi dan hal apa yang perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi tersebut sehingga pemerintah mendapat dukungan dalam program pengembangan wisata

syariah di Kota Bandung.

II. LANDASAN TEORI

A. Definisi Pariwisata Syariah

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain bersifat sementara dilakukan perorangan maupun kelompok menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya karena berbagai kepentingan. (Spilane, 1987)

Pariwisata syari'ah adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah, yang sesuai dengan prinsip syariah yaitu Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tabdzir/israf, dan kemunkaran. (DSN-MUI)

World Tourism Organization (WTO) menyatakan bahwa konsumen wisata syariah bukan hanya diperuntukan bagi umat muslim saja, tetapi juga non-muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Pariwisata syariah meliputi komponen hotel syariah, transportasi syariah, tempat makanan syariah, logistik syariah, keuangan islam, paket perjalanan Islam, dan spa syariah. (Ceha, 2018)

Tujuan Penyelenggaraan Kepariwisataan

Menurut Pasal 4 UU No. 10 Tahun 2009 tujuan dari penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia yaitu sebagai berikut: (A.J., 2010)

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memupuk rasa cinta tanah air
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa

B. Karakteristik Pariwisata Syariah

Terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu : (Ceha, 2018)

- a. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim;
- b. Pemandu dan staf harus disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
- c. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam;
- d. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. ;
- e. Restoran harus mengikuti standar internasional

pelayanan halal;

- f. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;
- g. Ada tempat yang disediakan untuk wisatawan muslim melakukan ibadah;
- h. Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

C. Kriteria Umum Pariwisata Syariah

Berdasarkan hasil rumusan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan BPH DSN-MUI Pariwisata Syariah memiliki kriteria umum sebagai berikut: (Sofyan, 2012)

- a. Berorientasi pada kemaslahatan umum.
- b. Berorientasi pada pencerahan penyegaran dan ketenangan.
- c. Menghindari kemusyrikan dan kufarat.
- d. Menghindari maksiat seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, dll.
- e. Menjaga perilaku etika nilai luhur kemanusiaan.
- f. Menjaga amanah keamanan dan kenyamanan.
- g. Bersifat universal dan inklusif.
- h. Menjaga kelestarian lingkungan.
- i. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

D. Definisi Strategi

Strategi yaitu suatu proses penentuan rencana suatu pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai. (Haming & Nurnajamiddin, 2011)

E. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan adalah suatu rencana yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisikannya. Sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. (Fred, 2004)

F. Faktor Lingkungan Internal

Pengembangan potensi daya tarik wisata dan kebutuhan pelayanan harus didukung dengan empat komponen yaitu: (Suwena, I Ketut, & Widyatmaja, 2010)

- a. Attraction. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata.
- b. Amenit. Segala macam sarana dan prasarana yang

diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata.

- c. Accessibility. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata.
- d. Ancilliary. Pelayanan tambahan termasuk pemasaran, pembangunan fisik, mengkoordinir segala aktivitas dan peraturan perundang-undangan.

G. Faktor Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal dapat dibagi menjadi lima kategori yaitu: (Fred, 2004)

- a. Faktor Ekonomi. Ekonomi suatu negara akan mempengaruhi kondisi bisnis-bisnis yang terikat langsung pada negara tersebut.
- b. Faktor Sosial Budaya. meliputi faktor sikap, keyakinan, nilai, budaya, suku, ras, dan gaya

hidup, dan kebiasaan masyarakat sekitar yang berinteraksi dengan perusahaan. (Harmuli, 2016)

- c. Faktor Teknologi . Faktor teknologi mencakup penemuan penemuan baru berupa benda serta cara pelaksanaan dan metode baru dalam pengerjaan suatu pekerjaan.
- d. Faktor Politik. Faktor politik mencakup masalah hukum dan peraturan yang mengendalikan industri dan bisnis perorangan.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis strategi pengembangan wisata syariah di kota Bandung dengan pendekatan analisis SOAR

Perumusan strategi pengembangan pariwisata syariah atau “Muslim Friendly Tourism“ di Kota Bandung dengan menggunakan analisis SOAR adalah sebagai berikut:

TABEL 1. ANALISIS SOAR

Internal	STRENGTH (S)	OPPORTUNITIES (O)
Eksternal	<p>Pariwisata syariah memberi kemudahan memperoleh makanan minuman halal, menjalankan ibadah.</p> <p>Kota Bandung mempunyai potensi memiliki daya tarik wisata yang beragam.</p> <p>Bandung memiliki daya tarik aktivitas keislaman.</p> <p>Penyelenggaraan event muslim dan wisata belanja muslim.</p> <p>Aksebilitas Kota Bandung dapat ditempuh dengan mudah.</p> <p>Infrastruktur Kota Bandung sudah terbangun.</p>	<p>Sektor pariwisata mampu meningkatkan perekonomian negara dan masyarakat.</p> <p>Berwisata menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat terutama dikalangan generasi muda.</p> <p>Kunjungan wisatawan mancanegara muslim tinggi.</p> <p>Penduduk Kota Bandung mayoritas beragama Islam.</p> <p><i>Masyarakat Kota Bandung dikenal dengan keramahannya.</i></p> <p>Perkembangan teknologi dan informasi pesat.</p>
ASPIRATIONS (A)	STRATEGI SA	STRATEGI OA
<p>Pemberian edukasi <i>Muslim Friendly Tourism</i>.</p> <p>Pemerintah berperan aktif dalam pengembangan pariwisata syariah di Kota Bandung.</p> <p>Pentahelix pariwisata dapat terkoordinasi dengan baik.</p> <p>Peningkatan daya saing pariwisata Kota Bandung.</p> <p>Pemberlakuan penetapan standar wisata syariah termasuk pelabelan halal pada makanan.</p>	<p>Mengoptimalkan seluruh potensi dan melakukan peningkatan daya tarik wisata yang dengan meningkatkan kualitas fasilitas dan infrastruktur sesuai standar syariah.</p> <p>Melakukan sosialisasi mengenai konsep pariwisata syariah melalui penyelenggaraan event muslim, festival muslim, aktifitas keislaman.</p> <p>Pemerintah menyusun perda mengenai penyelenggaraan wisata syariah.</p>	<p>Mengoptimalkan media informasi dengan konsep digital sebagai media promosi dan informasi bagi masyarakat yang ingin mendapat informasi tentang wisata syariah.</p> <p>Membuat asosiasi perkumpulan antar stakeholder atau pentahelix pariwisata dengan melibatkan berbagai pihak.</p> <p>Menciptakan inovasi daya tarik wisata yang menarik dan kreatif.</p>

RESULT (R)	STRATEGI SR	STRATEGI OR
<p>Peningkatan perekonomian dari aktivitas wisata</p> <p>Mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dalam maupun luar negeri.</p> <p>Dapat menghasilkan tambahan devisa bagi negara.</p> <p>Lapangan Pekerjaan Baru.</p>	<p>Mengoptimalkan seluruh potensi yang ada dan melakukan peningkatan daya tarik wisata yang dimiliki dengan meningkatkan kualitas fasilitas dan infrastruktur yang sesuai dengan standar syariah.</p> <p>Menciptakan inovasi daya tarik wisata yang menarik dan kreatif.</p>	<p>Pemerintah Kota Bandung melakukan pelatihan bagi pelaku usaha terkait pengembangan wisata syariah.</p> <p>Memperkuat upaya promosi mengenai wisata syariah untuk menarik kunjungan wisatawan.</p>

Dari tabel matrik analisis SOAR tersebut menghasikan berbagai macam alternatif strategi pengembangan wisata syariah di Kota Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan potensi dan melakukan peningkatan daya tarik wisata meningkatkan kualitas fasilitas dan infrastruktur sesuai standar syariah. Kota Bandung memiliki daya tarik yang beragam dan infrastruktur Kota Bandung sudah terbangun dan berpotensi melakukan pengembangan pariwisata syariah. Menurut penelitian terdahulu oleh Fariz dkk., jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke wisata syariah di Indonesia diprediksi akan mengalami peningkatan. (Mardianto, 2019) Pemerintah perlu mempersiapkan hal tersebut dengan melakukan perbaikan fasilitas.
2. Melakukan sosialisasi mengenai konsep pariwisata syariah melalui penyelenggaraan event muslim, festival muslim, aktifitas keislaman. Wisata syariah mengakibatkan terjadinya miss konsepsi yang mendatangkan perdebatan panjang di masyarakat dan menuai pro kontra dari masyarakat yang menganggap adanya wisata syariah akan menimbulkan diskriminasi. Maka dari itu perlu dilakukan sosialisasi, mengedukasi kepada masyarakat dan pelaku bisnis, pemerintah harus memperkuat literasi tentang wisata syariah.
3. Pemerintah menyusun perda mengenai penyelenggaraan wisata syariah. Standar syariah di Kota Bandung belum ada yang berlaku tetap termasuk pada pelabelan halal makanan.
4. Mengoptimalkan media informasi dengan konsep digital sebagai media promosi dan informasi bagi masyarakat yang ingin mendapat informasi tentang wisata syariah. Diperlukan upaya promosi dalam bentuk media digital yang mudah diakses oleh setiap orang dan dapat terkelola dengan efektif. Menurut penelitian terdahulu oleh Rebecha Prananta banyaknya publikasi dan promosi pariwisata melalui internet menjadi faktor penarik wisatawan muslim yang berasal dari berbagai negara untuk berwisata. (Prananta & Lokaprasidha, 2018)
5. Membuat asosiasi perkumpulan antar stakeholder atau pentahelix pariwisata dengan melibatkan berbagai pihak. Pembangunan pariwisata tidak pernah bisa berjalan sendiri, perlu adanya kerja sama dalam pengembangan pariwisata. Menurut penelitian terdahulu oleh Fadillah Wahyu bahwa salah satu cara untuk memaksimalkan potensi yang ada adalah dengan mengimplementasikan model pentahelix. (Saputri, 2020)
6. Menciptakan inovasi daya tarik wisata yang menarik dan kreatif. Destinasi wisata yang akan dikembangkan harus menampilkan keunikan yang selama ini belum dimiliki oleh destinasi wisata yang sudah ada. Menurut penelitian terdahulu oleh Sopa Martina bahwa inovasi produk diperlukan oleh sebuah kawasan wisata untuk menjadi kawasan yang baik dalam rangka mencapai angka kunjungan wisatawan tinggi. (Martina & Purnama, 2013)
7. Pemerintah Kota Bandung melakukan pelatihan bagi pelaku usaha terkait pengembangan wisata syariah. Sektor pariwisata berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara. (Yakup, 2019) Maka dari itu perlu adanya pelatihan bagi pelaku usaha terkait pengembangan wisata syariah.
8. Memperkuat upaya promosi mengenai wisata syariah untuk menarik kunjungan wisatawan. Untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan maka perlu diperhatikan promosi untuk memperkenalkan objek wisata. Cara promosi yang dilakukan pun bisa dilakukan dengan promosi digital (marketplace) melakukan promosi dengan Materials promotion penyelenggaraan event-event, pameran.

IV. KESIMPULAN

Alternatif strategi pengembangan Wisata Syariah di Kota Bandung yang sesuai dengan analisis SOAR terdapat 6 alternatif strategi, yaitu: Mengoptimalkan seluruh potensi dan melakukan peningkatan daya tarik wisata, membuat asosiasi antar stakeholder, mengoptimalkan media informasi dengan konsep digital, melakukan sosialisasi pariwisata syariah, pemerintah melakukan pelatihan bagi pelaku usaha, Pemerintah menyusun peraturan daerah mengenai penyelenggaraan wisata syariah, menciptakan inovasi daya tarik wisata, memperkuat upaya promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.J., M. (2010). Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- [2] Ceha, R. (2018). Rantai Pasok Pariwisata Syariah. Bandung: P2U-LPPM Unisba.
- [3] DSN-MUI, F. (n.d.). No. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.
- [4] Fred, D. R. (2004). Manajemen Strategis Konsep-Konsep. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- [5] Haming, M., & Nurnajmiddin, M. (2011). Manajemen Produksi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [6] Harmuli, R. D. (2016). Analisis Strategi Bisnis Diggers Cafe Bandarlampung.
- [7] Mahdiyya, N. N., Malik, Z. A., & Srisusilawati, P. (2019). Strategi Pemasaran Pariwisata Syariah di Kota Cirebon dengan Metode STP. *Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah* volume 5, No. 1, 1.
- [8] Mardianto, M. F. (2019). Prediction of the Number of Foreign Tourist Arrival in Indonesia Halal Tourism Entrance using Simultaneously Fourier Series Estimator.
- [9] Martina, S., & Purnama, R. (2013). Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 4, no. 2, 60.
- [10] Masyarafina, I. (n.d.). Masyarakat Masih Salah Pahami Pengertian Wisata Halal. Retrieved Desember Kamis, 2019, from republika.co.id
- [11] Masyarafina, I. (2019, Maret Senin). Masyarakat Masih Salah Pahami Pengertian Wisata Halal. Retrieved Desember Kamis, 2019, from <https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/pox1lw459/masyarakat-masih-salah-pahami-pengertian-wisata-halal>
- [12] Prananta, R., & Lokaprasidha, P. (2018). Prospek Pengembangan Wisata Halal Di Provinsi Sumatera Barat. *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata Universitas Jember*, 265.
- [13] Saputri, F. W. (2020). Implementasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Studi Pada Talang Indah Fajaresuk Kab. Pringsewu. skripsi, Universitas Lampung, 7.
- [14] Sofyan, R. (2012). Prospek Bisnis Pariwisata Syariah. Jakarta Selatan: Buku Republika.
- [15] Solehudin, M. (2019, September Senin). Deklarasi 'Muslim Friendly' City. Retrieved Desember Kamis, 2019, from <https://news.detik.com>
- [16] Solehudin, M. (n.d.). Deklarasi 'Muslim Friendly City', Kadisparbud Bandung: Wisata Halal Kebijakan Pusat. Retrieved Desember Kamis, 2019, from news.detik.com
- [17] Spillane, J. J. (1987). James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata*, Yogyakarta: Kanisius, 1987, hlm. 21. Yogyakarta: Kanisius.
- [18] Stavros, & Hinrichs. (2009). Thin book of SOAR: building strenghts-based strategy. Thin book Publisher.
- [19] Suwena, I Ketut, & Widyatmaja, I. G. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Udayana University.
- [20] Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. Thesis Universitas Airlangga, 2.