

Analisis Daya Saing Pariwisata Halal di Provinsi Banten

¹Ahmad Darusalam,²Amrizal,³Erion, ⁴Gairah Sinunglingga,⁵Koesmawan

^{1,2,3}Magister Keuangan Syariah Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

⁴STIE Manajemen Bisnis Indonesia

⁵Universitas Nusa Putra Sukabumi

¹tekoserang@gmail.com,²amrizal@itb-ad.ac.id³erionmamin@gmail.com⁴

⁵gairah.sinunglingga@stiemi.ac.id,⁵ koes.mikro.makro.syar@gmail.com

ABSTRACT.

Indonesia is a country that has natural resources from a variety of cultures and ethnicities. Banten Province has beautiful and religious natural charm, making it a halal tourist destination, both locally and internationally. The aim of the research is to analyze strategies to increase the competitiveness of halal tourism in Banten Province. The research method uses a qualitative descriptive approach with in-depth interview techniques. Primary data was obtained from interviews with competent informants including the Banten Regional People's Representative Council, the Banten Provincial Tourism Office, the Indonesian Ulema Council and several Tourism Associations in Banten. and the Ministry of Tourism and Creative Economy. Qualitative data analysis using NVIVO software. The research results prove that to increase the competitiveness of halal tourism in Banten Province, the Tourism Office has taken strategic steps, including: The strategies used by the Banten provincial government in order to optimize halal tourism, namely conducting comparative studies, e-commerce or digital based tourism, Professional Human Resources Training, Infrastructure Development, Ease of Road Access

Keywords: Competitiveness, Halal Tourism, Tourism Management

ABSTRAK.

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam dari beragam budaya dan suku. Provinsi Banten memiliki pesona alam yang indah dan religi sehingga menjadikannya sebagai destinasi wisata halal baik lokal maupun internasional. Tujuan penelitian adalah menganalisis strategi peningkatan daya saing wisata halal di Provinsi Banten. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara mendalam. Data primer diperoleh dari wawancara dengan informan yang berkompeten antara lain Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Banten, Dinas Pariwisata Provinsi Banten, Majelis Ulama Indonesia dan beberapa Ikatan Pariwisata di Banten. dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Analisis data kualitatif menggunakan software NVIVO. Hasil penelitian membuktikan bahwa untuk meningkatkan daya saing wisata halal di Provinsi Banten, Dinas Pariwisata telah melakukan langkah-langkah strategis, antara lain: Strategi yang digunakan Pemerintah Provinsi Banten dalam rangka optimalisasi wisata halal yaitu dengan melakukan studi banding, e-commerce atau pariwisata berbasis digital, Pelatihan Sumber Daya Manusia Profesional, Pembangunan Infrastruktur, Kemudahan Akses Jalan

Kata Kunci : Daya Saing, Pariwisata Halal, Manajemen Pariwisata

PENDAHULUAN

Dunia industri pariwisata yang berkembang sejak tahun 2007 mulai memprediksi potensi wisata halal atau yang lazim dikenal sebagai *halal tourism*, *muslim friendly* dan *Islamic tourism* (Nurfadhila & Suganda, 2021). Kemudian beberapa istilah untuk mendefinisikan wisata halal atau wisata ramah Muslim. Hal tersebut memberikan dorongan adanya respons positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan manusia selain membangun jiwa dan raga (keimanan) yang kuat. Tentunya keimanan yang dibangun atas anugerah serta nikmat karunia yang diberikan Allah kepada seru sekalian alam (Supryadi et al., 2022)

Meningkatnya perkembangan industri pariwisata halal di Indonesia menurut (Tangvitoontham & Sattayanuwat, 2022) menunjukkan potensi sangat besar yang ditandai dengan meningkatnya rata-rata rumah makan, penginapan dan lokasi wisata yang mendapatkan sertifikat halal, peningkatannya berupa sarana prasarana tempat wisata, biro perjalanan, pemandu wisata dan *stakeholder* yang telah melibatkannya pada layanan jasa dan produk untuk memenuhi kriteria yang menarik.(Prayudanti & Sucipto, 2021) . Destinasi pariwisata dewasa ini dituntut lebih komprehensif, termasuk memenuhi kebutuhan fisik dan kebutuhan rohani (Kurniawan et al., 2021) .Untuk itu pentingnya sosialisasi produk dan jasa pariwisata syariah agar dapat maksimalkan kedatangan wisatawan muslim ke berbagai penjuru dunia. Mendukung hal tersebut Majelis Ulama Indonesia telah melakukan sertifikasi halal (Lihat Tabel 1)

Tabel 1 .Data Sertifikat Halal

Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Serifikasi Halal	Jumlah Produk
2014	10,180	10,322	68,576
2015	7,940	8,676	77,256
2016	6,564	7,392	114,264
2017	7,198	8,157	127,286
2018	11,249	17,398	204,222
Total	43,131	51,945	591,604

Sumber Data: (MUI, 2019)

Tabel sertifikat menunjukkan adanya kenaikan antara jumlah perusahaan, jumlah produk dan sertifikasi halal yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia sejak tahun 2014-2018, terakhir menunjukkan sebanyak 43.131 perusahaan dengan jumlah sertifikasi 51.945 dan jumlah produk sebanyak 591.604. Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin meningkatkan kesadaran publik dan perusahaan untuk melakukan

sertifikasi halal sebagai akses kepercayaan kepada konsumen sehingga hal ini akan menciptakan bisnis yang berkelanjutan.

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar dengan 88% penduduk muslim, lebih dari 17.000 pulau, 300 suku bangsa, 746 bahasa dan gaya bahasa, serta keanekaragaman hayati yang besar dan lebih dari 800.000 tempat ibadah bagi umat Islam, negara dengan potensi pembangunan wisata halal sangat besar karena pada hakikatnya budaya Indonesia sudah memiliki DNA gaya hidup halal (Nuraini & Sucipto, 2021). Pengembangan pariwisata halal sudah menjadi daya tarik tersendiri bukan hanya konsumen tapi termasuk investor, sehingga dengan penerapan prinsip syariah dalam segala aktivitas di Indonesia menjadi sederhana dan telah menyatu dalam kebiasaan masyarakatnya (El-Gohary, 2020). Budaya halal di Indonesia selain karena mayoritasnya muslim juga dituntut dengan kehalalan secara formal, bisa didapatkan adanya unsur ataupun komponen serta media yang tidak halal menyertai dalam proses tersebut, namun masih adanya kelemahan pada masih kurangnya kegiatan usaha bersertifikat halal menjadi perhatian bagi semua pihak (Elsa et al., 2021).

Ke tidak siap masyarakat sekitar destinasi wisata akan mengakibatkan kurang dikenal, kurang terawatnya destinasi wisata, kurang profesional dalam pengelolaannya serta eksploitasi berlebihan dari destinasi wisata sehingga penting bagi semua pihak untuk memberdayakan masyarakat berupa pendidikan, pelatihan dan keterampilan guna mengembangkan destinasi wisata didaerahnya secara bertanggungjawab dan berkelanjutan (Echchabi et al., 2022). Kondisi tidak semua destinasi wisata dikunjungi oleh wisatawan salah satunya rendahnya indikator jumlah kunjungan, jika banyak kunjungan penentuan tarif atau ongkos wisata akan semakin murah dan sebaliknya (Ahyani et al., 2021).

Penelitian terdahulu tentang pariwisata halal antara lain (Yahaya et al., 2020) pembangunan pariwisata halal sudah dibangun di beberapa daerah tetapi perlu ditingkatkan tentang kebijakan, sertifikasi halal dan suberdaya manusia. Kemudian guna menunjang pariwisata halal (Kencono, 2021) pengembangan yang dilakukan pemerintah dalam pariwisata halal dengan fasilitas utama, perencanaan infrastruktur daerah serta kebijakan penyelenggaraan pariwisata halal. Dalam membangun pariwisata halal yang berdaya saing (Sodawan & Hsu, 2022) dengan melakukan pemenuhan semua fasilitas, layanan ramah keluarga dan kesadaran prinsip halal. Kemudian mengemukakan bahwa yang menjadi faktor berpengaruh dalam pariwisata halal yaitu sertifikasi makanan, tempat ibadah dan berwudu, penginapan bersertifikasi halal serta faktor keamanan. Pentingnya persepsi para wisatawan mancanegara dalam wisata halal yang perlu diperhatikan yaitu akses transportasi, keamanan dan kenyamanan menjadi prioritas utama (Sudarsono et al., 2021). Pentingnya semua pihak membangun komitmen wisata halal, (Sudarsono et al., 2021) menjelaskan bahwa akar masalah utama pada menjaga

komitmen menerapkan prinsip syariah pada berbagai aktivitas bisnis tanpa harus meninggalkan profesionalitas dan berorientasi pada keuntungan bisnis semata.

Dalam hasil kajian (Zulvianti et al., 2022) menyebutkan bahwa baru terdapat sepuluh daerah yang diteliti terkait dengan laporan perkembangan pariwisata ramah muslim daerah 2019-2020 di Indonesia, namun disisi lain provinsi Banten menurut (Qurtubi et al., 2021) ditetapkan menjadi 10 besar sebagai destinasi wisata halal di Indonesia tidak dikaji atau dilaporkan sehingga pentingnya penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa provinsi Banten memiliki kultur agamis yang kuat, mayoritas penduduk muslim, daya tarik suberdaya alam dan budaya, strategi dekat dengan ibukota negara DKI Jakarta serta ditetapkan sebagai kawasan ekonomi khusus (KEK) di Tanjung Lesung sesuai peraturan pemerintah nomor 26/2012. Hal ini dikuatkan hasil penelitian (Marlinda et al., 2021) yang menemukan bahwa dari pengukuran tingkat daya saing berdasarkan indeks pariwisata halal secara berurutan antara lain Jakarta, Bali, Banten, NTT, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta, Sulawesi Selatan, Riau, Lampung, Aceh dan Sumatra Barat, dengan demikian Banten menduduki urutan ketiga.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah pariwisata di Provinsi Banten, data penelitian terdiri dari data Primer dan sekunder. Data Primer merupakan data diperoleh dari informan dari Pejabat Dinas pariwisata provinsi Banten, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Majelis Ulama Indonesia, sementara data sekunder diperoleh dari penelitian sebelum berupa jurnal dan buku referensi

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Menurut (Widiasworo Erwin, 2018) Wawancara pada umumnya merupakan proses mendapatkan informasi untuk kepentingan penelitian melalui tanya jawab langsung antara pewawancara dengan partisipan atau orang yang diwawancarai, dengan menggunakan pedoman wawancara sehingga pewawancara dan partisipan terlibat langsung dalam pembahasan objek penelitian.

Teknik wawancara dilakukan untuk mendapatkan data kualitatif dari subjek yang diteliti, yaitu : DPRD Banten, Dinas Pariwisata Provinsi Banten, ASITA Banten, PHRI Banten dan MUI Banten. Wawancara yang dilakukan disusun melalui pedoman wawancara dengan isi berupa pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur dan bersifat terbuka (*open ended*), sehingga memungkinkan pandangan dan opini dari subjek penelitian dapat dimunculkan

Dalam penelitian kualitatif peneliti adalah instrumen kunci dalam melaksanakan penelitian (Creswell JW, 2023). Namun untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data maka, peneliti dapat menggunakan protokol atau pedoman yang dapat memudahkan mereka dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Pada penelitian studi kasus di provinsi Banten ini menggunakan pedoman wawancara.

HASIL PENELITIAN

Provinsi Banten yang sejak dahulu terkenal dengan perkembangan pelabuhannya kini, memiliki tempat wisata yang beragam. Mulai dari pantai yang jernih hingga situs bersejarah peninggalan keraton Banten pun dapat kamu jumpai. Karena letaknya yang strategis, Kota Banten menjadi tempat wisata favorit bagi warga Jakarta dan sekitarnya. Banyak sekali Tujuan wisata alam yang sangat eksotik, namun sayang banyak yang belum terekspose, Menurut data (Agus, 2022) departemen Pariwisata provinsi Banten ada sekitar 50 wisata alam yang sangat cantik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang kompeten di bidang, di antara wawancara dengan dinas Pariwisata provinsi Banten, wawancara dengan Majelis Ulama Indonesia cabang Banten, Berkaitan dengan regulasi peneliti juga melakukan wawancara dengan anggota Dewan perwakilan Rakyat yang membidangi pariwisata dan informan yang tidak kalah penting yaitu organisasi pariwisata seperti ASITA (**Asosiasi Travel Agen**), HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia), PUTRI (Perhimpunan Usaha Taman Rekreasi Indonesia) ICA (Indonesian *Chef Association*). Dalam rangka menjaga validitas dan reliabilitas penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan merekam dalam bentuk Video dan ada juga direkam dalam bentuk audio saja.

Hasil wawancara dalam bentuk rekaman audio ataupun video dilakukan transkrip sesuai dengan asli, hal ini dilakukan dalam rangka menjaga orisinalitas dan kepastian data sebuah penelitian kualitatif. Di samping aspek teknis tersebut penelitian dalam memilih informan tersebut disesuaikan dengan bidang keahlian dan profesinya, ini juga salah satu upaya menjaga keaslian dan autentifikasi data yang diperoleh di lapangan.

Data yang diperoleh dari penelitian berupa hasil transkrip di masukan ke dalam sebuah *software* Nvivo 12 Plus agar memudahkan dalam menginterpretasikan hasil temuan di lapangan, *Nvivo 12 plus* sangat membantu peneliti dalam rang melakukan manajemen data agar tertata dengan rapi. Meskipun sebetul data dalam format Video atau data dalam format audio dapat dilakukan oleh data secara langsung, namun peneliti lebih memilih alternatif lain untuk mempermudah dan mempercepat proses *input* data.

Berdasarkan Hasil olah data dengan menggunakan *Nvivo 12 Plus* peneliti melakukan *word frequency* untuk dapat memahami hasil penelitian dan menganalisis hasil, Gambar *word Frequency* dapat memberikan gambaran berupa kata yang sering di ucapkan oleh informan pada saat wawancara, namun data tersebut belum dapat dijadikan sebagai hasil analisis, hanya dapat dijadikan sebagai perkiraan problem atau topik yang dibahas mengenai kata kunci tersebut seperti kata sudah, Belum, akses dan ke sana. Apabila dihubungkan bisa jadi dapat dimaknai belum ada akses jalan ke sana atau mungkin juga sudah ada akses jalan ke sana. Oleh sebab itu peneliti perlu membaca Kembali secara cermat hasil dari wawancara tersebut dalam format teks yang utuh, sehingga mempunyai pemahaman yang utuh terhadap hasil penelitian. di bawah ini ditampilkan hasil oleh data



Gambar 3. Word Frequency Daya Saing Pariwisata Provinsi Banten

Semua destinasi wisata Provinsi Banten akan didesain dengan konsep wisata halal. Tidak boleh ada barang haram sedikit dijual di sana, misalnya minuman dan hal-hal berbau pornografi. Hal tersebut sedang dirancang oleh Dinas Pariwisata (Dispar) Provinsi setempat. Kini Pemprov Banten butuh sertifikasi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

1. Studi Banding

Dalam rangka upaya meningkatkan kunjungan wisata ke Banten, Dinas Pariwisata (Dispar) Banten melakukan studi banding ke daerah tujuan Nusa Tenggara Barat yang akan dijadikan sebagai *brandmark* sebagai salah satu daerah tujuan wisata sukses menggaet para turis lokal maupun manca negara. Nusa Tenggara Barat merupakan tujuan wisata yang memperoleh tiga penghargaan

Hasil kunjungan yang diperoleh daerah studi banding tersebut bahwa di Provinsi wisata halal telah berjalan dengan baik karena didukung oleh peraturan Daerah. Oleh sebab itu Banten mempunyai potensi yang sangat besar untuk dijadikan sebagai Daerah wisata halal. Provinsi.

Provinsi Banten sudah mulai fokus dalam pengembangan destinasi wisata religi yang dimulai dengan revitalisasi Kawasan Banten Lama yang dilakukan oleh Gubernur Banten. Selain kawasan Banten Lama, Pemprov Banten juga berencana juga melakukan revitalisasi kawasan wisata religi lainnya atau lokasi wisata ziarah yakni di Cikadueun dan Caringin di Kabupaten Pandeglang

2. Pariwisata Berbasis e-Commer atau Digital

Membangun pariwisata berbasis *e-Commer* Dinas Pariwisata (Dispar) Banten bekerja sama dengan para akademisi seperti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta). Langkah ini dilakukan dalam rangka melakukan lompatan agar destinasi wisata di provinsi Banten dapat memanfaatkan perkembangan teknologi digital dalam rang menuju pariwisata kelas dunia. Ada empat aspek analisis strategi yang dilakukan oleh dinas pariwisata di Banten terdiri dari produk wisata, *branding*, teknologi informasi dan kerja sama. Dinas Pariwisata Provinsi Banten menyiapkan sejumlah langkah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara melalui strategi pemasaran pariwisata dengan pendekatan produk wisata berdaya saing. Pariwisata

Strategi promosi pariwisata menggunakan media digital adalah pendekatan yang efektif untuk menjangkau audiensi yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata. Berikut adalah beberapa strategi kunci:

Optimalisasi Website untuk SEO maksud nya membuat situs web yang menarik dan mudah dinavigasi, yang dioptimalkan untuk mesin pencari (SEO), adalah langkah awal yang penting. Konten harus relevan, informatif, dan memuat kata kunci yang sering dicari terkait destinasi wisata. Membuat website yang mudah diakses, responsif, dan

penuh informasi tentang destinasi, akomodasi, atraksi, dan kegiatan yang dapat dilakukan. Pastikan website tersebut juga *mobile-friendly*.

Media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi dengan visual yang menarik, cerita pengalaman pengunjung, dan konten interaktif. Fitur seperti live streaming, stories, dan postingan interaktif dapat meningkatkan keterlibatan pengguna.

Melakukan kampanye iklan berbayar di Google Ads, media sosial, dan platform lainnya bisa efektif untuk menjangkau target pasar yang spesifik. Membuat konten yang menarik dan berharga, seperti blog, video, *podcast*, dan artikel yang menceritakan tentang keunikan destinasi, tips perjalanan, dan cerita lokal. Bekerja sama dengan *influencer* pariwisata dan *travel blogger* untuk menciptakan konten otentik dan menjangkau *audiens* mereka. Dengan menggunakan kombinasi strategi-strategi ini, promosi pariwisata dapat mencapai *audiens* yang lebih luas, membangun kesadaran merek destinasi, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

3. Pelatihan SDM

Pentingnya sumber daya manusia (SDM) profesional dalam pariwisata halal sangat signifikan. Pariwisata halal, yang mengacu pada penyediaan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, telah berkembang menjadi segmen penting dalam industri pariwisata global. Pariwisata halal, yang fokus pada layanan dan pengalaman yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, membutuhkan SDM yang tidak hanya memiliki keahlian teknis dalam bidang pariwisata tetapi juga pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan ekspektasi wisatawan Muslim

Berikut adalah beberapa alasan mengapa SDM profesional sangat penting dalam sektor ini:

4. **Pengetahuan tentang Syariat Islam:** Profesional di bidang pariwisata halal harus memiliki pemahaman yang baik tentang syariat Islam, termasuk hal-hal yang diizinkan dan dilarang, untuk memastikan bahwa layanan dan fasilitas yang mereka sediakan mematuhi prinsip-prinsip Islam.
5. **Kepiawaian dalam Pelayanan:** Pelayanan yang ramah dan efisien sangat penting dalam industri pariwisata. Di pariwisata halal, ini juga termasuk kesadaran tentang kebutuhan khusus wisatawan Muslim, seperti waktu sholat, arah kiblat, dan pilihan makanan halal.
6. **Kesadaran Budaya dan Kepekaan Agama:** Profesional di bidang ini harus sensitif terhadap berbagai aspek budaya dan agama yang berbeda, memastikan bahwa semua tamu merasa dihormati dan nyaman.

7. **Inovasi dan Kreativitas:** Untuk menarik dan memuaskan wisatawan Muslim, perlu adanya inovasi dalam pengembangan produk dan layanan yang halal. SDM profesional dengan kreativitas dan keahlian dapat membantu dalam menciptakan pengalaman yang unik dan memenuhi kebutuhan khusus wisatawan Muslim.
8. **Manajemen dan Pemasaran:** Pengetahuan tentang manajemen dan pemasaran efektif adalah kunci untuk menarik wisatawan Muslim. Profesional dengan keahlian di bidang ini dapat membantu dalam mempromosikan destinasi atau layanan kepada audiens yang tepat.
9. **Pelatihan dan Pengembangan:** Pengembangan terus-menerus SDM adalah penting untuk memastikan bahwa standar layanan tetap tinggi dan relevan dengan tren pasar terkini.

4. **Pembangun Infrastruk**

Infrastruktur memainkan peran krusial dalam meningkatkan kunjungan wisata halal. Berikut adalah beberapa aspek penting dari infrastruktur yang mendukung pertumbuhan pariwisata halal. Infrastruktur memainkan peran kunci dalam meningkatkan kunjungan wisata halal. Infrastruktur yang baik dan sesuai tidak hanya memudahkan akses dan kenyamanan bagi wisatawan, tetapi juga menunjukkan komitmen destinasi tersebut terhadap kebutuhan spesifik wisatawan Muslim, minimal fasilitas seperti di bawah ini:

1. Akomodasi yang Sesuai, hotel dan tempat penginapan harus menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, seperti arah kiblat di kamar, sajadah, dan ruang Shalat. Mereka juga harus menawarkan pilihan makanan halal dan memastikan bahwa dapur dan peralatan makan terpisah untuk mencegah kontaminasi silang.
2. Restoran dan Makanan Halal, ketersediaan restoran yang menyediakan makanan halal bersertifikat adalah kunci. Ini termasuk dapur yang mematuhi aturan halal dan staf yang memahami pentingnya pemisahan produk halal dan non-halal.
3. Fasilitas Ibadah, Pembangunan masjid dan ruang Shalat di lokasi-lokasi strategis seperti bandara, pusat perbelanjaan, dan tempat wisata sangat membantu wisatawan Muslim dalam menjalankan ibadah mereka dengan nyaman.

Pengembangan infrastruktur yang mendukung kebutuhan ini tidak hanya akan menarik lebih banyak wisatawan Muslim tetapi juga meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan, mendorong ulasan dan rekomendasi positif, dan pada akhirnya menghasilkan pertumbuhan berkelanjutan di sektor pariwisata halal.

5. **Akses Jalan Darat**

Kesulitan akses jalan ke destinasi pariwisata di Banten, Indonesia, bisa menjadi tantangan besar dalam mengembangkan sektor pariwisata di wilayah tersebut. Berikut adalah beberapa isu utama dan potensi solusi terkait kesulitan akses ini:

- 1 Kondisi Jalan yang Kurang Memadai, Jalan yang rusak atau belum teraspal dengan baik bisa menyulitkan perjalanan, terutama saat cuaca buruk. Untuk mengatasi ini, pemerintah daerah dan pusat bisa berkolaborasi dalam pembangunan dan perbaikan infrastruktur jalan.
- 2 Kurangnya Penerangan dan Rambu Jalan, Jalur yang kurang penerangan dan minim rambu bisa berbahaya, terutama pada malam hari. Peningkatan penerangan jalan dan pemasangan rambu yang memadai dapat membantu.
- 3 Transportasi Publik yang Terbatas, Kurangnya akses transportasi publik yang efisien ke lokasi wisata dapat menjadi kendala. Meningkatkan layanan transportasi publik dan menyediakan *shuttle bus* ke lokasi wisata bisa menjadi salah satu solusi.

Mengatasi masalah akses jalan ini tidak hanya akan mempermudah perjalanan ke destinasi pariwisata di Banten tetapi juga meningkatkan pengalaman keseluruhan para wisatawan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

PEMBAHASAN

Secara nasional pemerintah sudah menetapkan enam daerah yang dijadikan super prioritas sebagai daerah kunjungan wisata di antara adalah Danau Toba (Medan), Mandalika (Lombok), Borobudur (Jawa Tengah) dan Labuhan Bajo (Sumba) dan Likupang (Sulut) (Agus, 2022). Semua destinasi wisata Provinsi Banten akan didesain dengan konsep wisata halal. Tidak boleh ada barang haram secuil pun dijual di sana, misalnya minuman dan hal-hal berbau pornografi. Hal tersebut sedang dirancang oleh Dinas Pariwisata (Dispar) Provinsi setempat. Kini Pemprov Banten butuh sertifikasi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Majelis ulama Banten sudah membicarakan untuk mewujudkan Kawasan wisata Banten bersertifikasi halal karena kawasan wisata Banten sangat berpotensi menjadi wisata halal oleh sebab itu perlu kerja sama semua pihak termasuk dinas pariwisata (Agus Setiawan) Pedoman wisata halal sudah di terbitkan oleh Kementerian Pariwisata. Wisata halal memberikan kemudahan bagi umat muslim melakukan peribadatan seperti fasilitas ibadah, seperti ada musala dan juga di tempat wisata itu tidak ada yang menjual yang diharamkan oleh agama serta tidak ada atraksi pornografi. Kemudahan bagi masyarakat muslim untuk memperoleh makan halal tidak ada atraksi ke pornografi. Berakhir Pandemi Covid 19 merupakan peluang baru bagi usaha Pariwisata untuk dapat bangkit Kembali, karena sudah diperbolehkan beraktivitas seperti biasa dengan harapan pengunjung di tempat pusat pariwisata dapat.

Hasil Penelitian (Tangvitoontham & Sattayanuwat, 2022) bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) negara asal, populasi negara asal, nilai tukar, apakah mereka menggunakan bahasa yang sama, berbagi perbatasan bersama, apakah mereka bebas visa, memiliki penerbangan langsung, dan Menjadi negara ASEAN secara signifikan mempengaruhi peningkatan permintaan wisatawan Muslim sementara jarak antara negara asal dan negara tujuan berdampak negatif pada jumlah kedatangan wisatawan Muslim. Selain itu, variabel persyaratan wisatawan Muslim yaitu destinasi yang ramah keluarga, jumlah kedatangan pengunjung Muslim, pilihan dan jaminan tempat makan, akomodasi ramah halal, mendorong wisatawan Muslim untuk memilih negara tersebut sebagai tujuan mereka.

Sementara penelitian (Yen et al., 2022) Studi ini memverifikasi persyaratan wisatawan Muslim untuk layanan hotel dan makanan dasar dan mengidentifikasi kategori untuk menempatkan atribut ini dan mana yang membutuhkan sumber daya untuk meningkatkan kepuasan wisatawan Muslim. Menerapkan Taiwan sebagai tujuan non-Muslim, kami melakukan survei 216 pekerja asing Muslim Indonesia dan menggunakan *Gradient Boosting Decision Trees* yang dikembangkan baru-baru ini. Hasil empiris menunjukkan bahwa faktor terkait hotel lebih diprioritaskan dari pada layanan makanan ketika wisatawan Muslim mengunjungi negara non-Muslim. Selain itu, ketaatan beragama memainkan peran penting dalam pilihan hotel wisatawan Muslim, dan makanan Halal yang mudah diakses adalah syarat perjalanan yang diinginkan.

Sebetul karena Indonesia mayoritas muslim mesti nya tidak perlu ragu untuk menerapkan pariwisata halal di Provinsi Banten, kecuali bagi negara mayoritas non muslim seperti riset (Abbasian, 2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih rendahnya pengetahuan tentang wisata halal di Swedia termasuk industri pariwisata Swedia. Konsepnya sangat menantang, dan keuntungannya rendah. Ini mungkin menghasilkan skenario masalah seperti efek merugikan pada pariwisata non-Halal, kesulitan budaya dan peningkatan risiko *xenofobia*, *anti-Islamisme*, dan ketegangan di masyarakat. Minat turis Muslim Swedia rendah karena minat dan prioritas wisata Halal agak rendah dari industri pariwisata Swedia. Terlepas dari pentingnya pariwisata halal secara internasional, perwakilan ini agak berhati-hati dan ragu tentang promosi Swedia. Namun, mayoritas tampaknya positif terhadap versi yang lebih ringan dari pariwisata ramah Muslim dengan Muslim sekuler/moderat sebagai kelompok sasaran.

Banyak Negara di dunia mengharapkan adanya pariwisata halal temuan penelitian (Echchabi et al., 2022). mengungkapkan bahwa langkah-langkah keamanan dan keselamatan kota, kegiatan hiburan keluarga, keragaman makanan halal dan jaringan restoran internasional yang menyajikan makanan halal adalah faktor terpenting yang mempengaruhi wisatawan untuk memilih UEA sebagai salah satu tujuan wisata halal terbaik.

Temuan ini juga memiliki kontribusi yang signifikan terhadap literatur pariwisata dan juga bagi para praktisi dan pembuat kebijakan, karena mereka memberikan wawasan penting tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi pemilihan wisatawan UEA sebagai tujuan wisata halal mereka. Ini pada gilirannya dapat membantu mempromosikan UEA sebagai tujuan wisata halal yang berharga secara regional dan internasional. Studi ini juga menyoroti peluang baru bagi UEA untuk menjadi tujuan wisata halal paling menarik. Temuan ini akan membantu para praktisi untuk lebih memahami wisata halal, guna mengembangkan strategi pemasaran untuk menarik wisatawan Muslim dan mendorong pengalaman berulang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam rangka meningkatkan daya saing Pariwisata Halal di Provinsi Banten Dinas Pariwisata sudah melakukan langkah-langkah strategis (1). Melakukan studi Banding ke Nusa Tenggara Timur sebagai *brandmark* Provinsi Kawasan Pariwisata Halal di Indonesia. (2). Promosi Melalui *e-commerce* dengan membuak kerja sama dengan universitas Sultan Agung Tirtayasa.(3) Akses Menuju Kawasan pariwisata dengan memperbaiki sarana transportasi Darat, kereta, namun baru Sebagian kecil, mengingat Kawasan atau objek wisata di Provinsi Banten sangat banyak, sehingga perlu menyediakan sarana transportasi yang lebih merata ke semua akses daerah tujuan wisata.(4) Mengadakan acara ajang Pemilihan Putri Pariwisata terbaik, namun acara ini baru sekali diadakan mesti lebih sering lagi, apalagi setelah pandemik covid19 masyarakat haus akan hiburan. (5) Melakukan pelatihan SDM. Pelatihan masih belum maksimal dan terprogram hanya dilakukan secara insidental saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasian, S. (2021). Good idea but not here! a pilot study of swedish tourism stakeholders' perceptions of halal tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su13052646>
- Agus. (2022). *Dinas Pariwisata Banten*. Pemda Banten.
- Ahyani, H., Slamet, M., Ahyani, H., Tobroni, & Tobroni. (2021). Building the Values of Rahmatan Lil 'Alamin for Indonesian Economic Development at 4.0 Era from the Perspective of Philosophy and Islamic Economic Law. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial*, 16(1), 111-136. <https://doi.org/10.19105/al-lhkam.v16i1.4550>

- Creswell JW, C. J. (n.d.). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Echchabi, A., Bocanet, A., & Grassa, R. (2022). Determinants of Selection of Halal Tourism Destination: A Case Study of the UAE. *Global Journal Al-Thaqafah*, 12(1), 186–203. <https://doi.org/10.7187/GJAT072022-12>
- El-Gohary, H. (2020). Coronavirus and halal tourism and hospitality industry: Is it a journey to the unknown? *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su12219260>
- Elsa, Febriyani, D., & Hasanah, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Dalam Mengembangkan Pariwisata Halal di Banten. *Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan Dan Kebudayaan*, 22(1), 13–22.
- Feizollah, A., Mostafa, M. M., Sulaiman, A., Zakaria, Z., & Firdaus, A. (2021). Exploring halal tourism tweets on social media. *Journal of Big Data*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40537-021-00463-5>
- Kencono, D. S. (2021). Is Smart Governance Internal Collaboration Works on the Implementation of the Smart City Yogyakarta? *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 717(1), 0–7. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/717/1/012028>
- Kurniawan, K., Dienaputra, R. D., & Awaludin Nugraha. (2021). Jurnal Pariwisata Pesona. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 06(1), 9–16. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp>
- López Hernández, A. (2022). Diferencias y similitudes entre turismo Halal y Muslim-friendly: un abanico de oportunidades. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(3), 729–742. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.050>
- Lustianah, M., & Fauziah, D. R. (2022). Pengaruh Produk Halal dan Wisata Halal dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Banten. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 6(2), 272–284.
- Marlinda, A. P., Cipto, B., Al-Fadhat, F., & Jubba, H. (2021). South korea's halal tourism policy - The primacy of demographic changes and regional diplomacy. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(3), 253–263. <https://doi.org/10.36941/AJIS-2021-0081>
- Nuraini, S., & Sucipto. (2021). Comparison halal food regulation and practices to support halal tourism in Asia: A review. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 733(1), 0–8. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/733/1/012044>

- Nuridin. (2022). *strategi pengembangan wisata halal*. <https://statistik.bantenprov.go.id/>
- Nurfadhila, A., & Suganda, A. D. (2021). Intensitas Kunjungan Wisata Religi Menjadi Penentu Pendapatan Street Vendors Kawasan Masjid Agung Banten Lama. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 7(1), 23–36. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v7i1.8990>
- Prayudanti, A. A., & Sucipto, S. (2021). Halal and safety traceability of material, production, and serving of local food in Surabaya: A review. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 924(1), 0–9. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/924/1/012002>
- Qurtubi, Kusriani, E., Hidayat, A., & Janari, D. (2021). Research on syariah hotel: A literature review. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(10), 1–12. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i10.5968>
- Sajida, Z. P., & Syafrida, I. (2022). *Banten Lama Sebagai Wisata Halal Di Provinsi Banten*. 21(2), 109–119.
- Sodawan, A., & Hsu, R. L. W. (2022). Halal-Friendly Attributes and Muslims' Visit Intention: Exploring the Roles of Perceived Value and Destination Trust. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912002>
- Sudarsono, H., Shidiqie, J. S. A., & Tumewang, Y. K. (2021). The impact of religiosity and knowledge on the intention of young Muslim generation toward Halal tourism in Indonesia. *Tourism and Hospitality Management*, 27(2), 255–272. <https://doi.org/10.20867/thm.27.2.2>
- Supryadi, D. I., Sudiro, A., Rohman, F., & Sumiati, S. (2022). Post-Pandemic Tourism Marketing Strategy Towards Visiting Intentions: The Case of Indonesia. *Quality - Access to Success*, 23(191), 28–37. <https://doi.org/10.47750/qas/23.191.04>
- Susanti, C. E. (2021). The effect of push motivational factors and pull motivational factors on tourist loyalty through satisfaction on halal tourists in east java. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 17, 510–519. <https://doi.org/10.37394/232015.2021.17.49>
- Syahrizal, M., & Dosen. (2020). *WISATA HALAL DI BANTEN: PERKEMBANGAN, PELUANG DAN TANTANGAN HALAL TOURISM IN BANTEN: DEVELOPMENT, OPPORTUNITY AND CHALLENGE*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Tangvitoontham, N., & Sattayanuwat, W. (2022). Factors influencing Muslim tourists' decision making on choosing a destination: Case study of Muslim tourists from

Organization of Islamic Cooperation. *Journal of Tourism and Development*, 39, 227–240. <https://doi.org/10.34624/rtd.v39i0.30348>

Widiasworo Erwin. (2018). *Mahir Metode Penelitian Modern*. Ariska.

YAHAYA, M. Z., SAMSUDIN, M. A., & KASHIM, M. I. A. M. (2020). An analysis of muslim friendly hotel standards in malaysia according to the maqasid syariah perspective. *International Journal of Islamic Thought*, 18, 43–53. <https://doi.org/10.24035/IJIT.18.2020.180>

Yen, H. P., Chang, J. W., Ho, K. C., & Hung, H. K. (2022). Foreign Muslim Workers' Perspectives of the Basic Needs of Muslim-Friendly Tourist Services: An Empirical Analysis of a Non-Muslim Destination. *Security and Communication Networks*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/1676697>

Zulvianti, N., Aimon, H., & Abror, A. (2022). The Influence of Environmental and Non-Environmental Factors on Tourist Satisfaction in Halal Tourism Destinations in West Sumatra, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/su14159185>