

MANAJEMEN STRATEGIK PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL BERKELANJUTAN: KONSEP DAN IMPLEMENTASI TERHADAP MINAT DIGITAL ENTREPRENEURSHIP MAHASISWA

Hadi Peristiwo¹ Khamdi Mubarok²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

Correspondence Author: hadi.peristiwo@uinbanten.ac.id

Abstract: *Halal tourism and digital entrepreneurship require an appropriate strategic management approach as an effort to create a sustainable halal tourism and digital entrepreneurial world. Strategic planning for a halal tourism destination is a key word in increasing the competitiveness of the halal tourism sector and the need for digitalization in developing this sector. The aim of this research is to analyze the potential of halal tourism in relation to digital entrepreneurship, as well as determine the implementation of existing and potential strategic management and determine the implementation of the quality of planning, implementation, assessment and follow-up strategic planning which is in accordance with the standards and quality of sustainable halal tourism in relation to student digital entrepreneurship. This research is a type of qualitative research. The research results show that appropriate strategic management can improve existing, potential and sustainable halal tourism supported by digital entrepreneurship.*

Keywords: *Strategic Management; Halal Tourism; Digital Entrepreneurship.*

Abstrak: Pariwisata halal dan digital entrepreneurship membutuhkan suatu pendekatan manajemen strategik yang tepat sebagai upaya dalam mewujudkan pariwisata halal dan dunia digital kewirausahaan yang berkelanjutan. Perencanaan strategis suatu destinasi pariwisata halal merupakan kata kunci dalam peningkatan daya saing sektor pariwisata halal serta perlunya digitalisasi didalam mengembangkan sektor tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa potensi pariwisata halal dikaitkan dengan digitalisasi entrepreneurship, serta mengetahui terlaksananya manajemen strategik yang existing dan potensial serta mengetahui terlaksananya kualitas perencanaan, pelaksanaan, penilaian serta tindak lanjut perencanaan strategis yang sesuai dengan standar dan kualitas pariwisata halal yang berkelanjutan dalam keterkaitannya dengan digital entrepreneurship mahasiswa. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategis yang tepat dapat meningkatkan pariwisata halal yang existing dan potensial serta berkelanjutan yang didukung oleh digital entrepreneurship.

Kata Kunci: Manajemen Strategik; Pariwisata Halal; Digital Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata Indonesia telah tumbuh menjadi sektor alternatif yang mampu mendorong pembangunan daerah ketika pilihan pada sektor lain menemui jalan buntu. Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang sangat berbasis pada potensi lokal tercatat tumbuh diatas rata-rata (Ardika 2005). Perkembangan pariwisata di Indonesia, kini mulai merambah ke daerah-daerah lain yang ada di Indonesia. Sebab, semakin berkembangnya sektor pariwisata yang ada di daerah-daerah, maka semakin cepat pula pertumbuhan perekonomian yang ada pada suatu daerah tersebut.

Untuk itu, perkembangan pariwisata perlu untuk terus ditingkatkan, sehingga masyarakat yang ada di daerah sekitar dapat meningkatkan perekonomian mereka, dengan cara membuka suatu usaha, mulai dari usaha makanan, sampai pada penginapan yang ada di sekitar tempat

wisata. Segmen industri pariwisata yang paling menguntungkan dibangun dengan mengenalkan industri pariwisata tersebut sebagai sebagai sebuah alat untuk dapat melakukan pemetaan perencanaan pariwisata sehingga dapat lebih dikenal sebagai suatu obyek pariwisata yang dikunjungi (Calderwood 2014).

Potensi pariwisata membutuhkan suatu manajemen strategik yang tepat sebagai upaya mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan. Pengelolaan bisnis suatu kawasan pariwisata merupakan kata kunci dalam peningkatan daya saing sektor pariwisata. Dengan pesatnya perkembangan pariwisata, baik di tingkat nasional maupun internasional, maka industri pariwisata akan dihadapkan pada suatu persaingan yang ketat terutama pada aspek ekonomi dan bisnis, diperlukan suatu terobosan yang masif didalam melakukan kegiatan fungsi pariwisata khususnya yang terkait dengan teknologi dan digitalisasi.

Persaingan dapat menyebabkan para wisatawan akan memperoleh banyak pilihan untuk memilih obyek pariwisata yang akan dikunjungi termasuk diantaranya adalah pelaku bisnis. Sehingga tercipta kepuasan yang mengacu pada kepuasan wisatawan dengan seluruh layanan (Carboni 2019).

Cara untuk memenangkan persaingan tersebut adalah harus dengan memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) baik yang bersifat strategis, taktis maupun operasional dalam pembangunan pariwisata. Salah satu sub-sektor yang sekarang menjadi perhatian pada sektor pembangunan keberlanjutan kepariwisataan adalah pariwisata halal.

Pariwisata halal merupakan “*icon*” pembangunan pariwisata yang harus dikembangkan dan memerlukan perhatian, karena diharapkan dapat mengundang dan menarik wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Dengan semakin tereduksi dan *open minded* nya wisatawan, maka diprediksikan bahwa pemahaman terhadap prinsip halal akan semakin substantif (Yuswohady 2014).

Implementasi digitalisasi merujuk pada berbagai inovasi seperti aplikasi mobile maupun e-commerce serta teknologi lainnya yang dapat digunakan untuk dapat memperluas segmen konsumen dan menciptakan pengalaman dari konsumen terutama wisatawan jika dikaitkan dengan pariwisata halal. Pariwisata halal merupakan suatu tren baru dalam dunia pariwisata saat ini. Dan pariwisata halal adalah sesuatu yang tidak dapat disangkal telah menarik minat yang meningkat selama beberapa tahun terakhir (M. C. Carboni 2019).

Indonesia merupakan salah satu negara yang telah dikenal luas di dunia, sebagai salah satu Negara dengan keunggulan pariwisata halalnya yang terbaik. Hal ini tentunya menjadi sebuah peluang besar yang memudahkan Indonesia untuk terus melakukan pengembangan pariwisata halal, sehingga Indonesia dapat menanamkan bahwa pariwisata halal identik dengan Negara Indonesia di dalam mindset pariwisata dunia.

Pariwisata halal adalah konsep yang sedang dibidik oleh segmen pariwisata dari berbagai negara. Pariwisata halal adalah pariwisata yang menikmati segala kekayaan alam dan tempat wisata di setiap negara namun dibingkai dalam esensi syariah dan tidak hanya ditargetkan pada wisatawan muslim saja, namun terbuka untuk semua kalangan karena pariwisata halal bukanlah pariwisata religi tapi menikmati berbagai fasilitas dengan konsep syariah yang memberikan manfaat tidak hanya kepada pengelola bisnis, namun manfaatnya bisa dirasakan oleh pelaku wisata, lingkungan sekitar dan terjamin keberlangsungannya serta dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pelaku *entrepreneurship* dalam memajukan usaha dan teknologi digitalnya.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambar melalui pendekatan kuantitatif (Saryono 2020). Penelitian ini digunakan untuk menjelaskan mengenai segala sesuatu yang terkait dengan manajemen strategi pengembangan pariwisata halal berkelanjutan serta kaitannya dengan digitalisasi *entrepreneurship*. Lebih rincinya memaparkan potensi pariwisata halal, kualitas rencana strategis, implementasi, evaluasi, hasil (penilaian) dan tindak lanjut yang dilihat dalam satu atau beberapa program sebagai upaya meningkatkan kualitas dalam pengembangan pariwisata halal berkelanjutan.

Jenis dan sumber data yang diperlukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder, yang meliputi dokumen, *website* dan database yang terkait serta menjadi standar operasional prosedur, regulasi dan beberapa informasi yang terkait dengan proses manajemen strategik dan pariwisata halal serta digitalisasi *entrepreneurship*. Dengan demikian maka dalam teknik pengumpulan data, penulis menggunakan metode dokumentasi, yaitu mempelajari dan mencari data-data berupa catatan, dokumen, transkrip, buku, dan lain sebagainya. Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam menjawab sebuah pertanyaan yang dicari (Arikunto 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Keberlanjutan Pariwisata Halal Dan Kaitannya Dengan Digitalisasi *Entrepreneurship*

Akibat dari adanya perubahan transformasi digital terhadap proses bisnis dan ekonomi saat ini tidak dapat terelakkan. Era ekonomi digital saat ini walaupun masih dalam tahap pertumbuhan, namun tantangan yang ada dalam hal tersebut masih belum banyak yang dapat diatasi. Terdapat peluang inovasi yang sangat berkontribusi besar bagi para pelaku kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang berhubungan dengan pariwisata halal. Peran daripada budaya dan agama sangat penting dalam membangun suatu entitas bisnis yang baik dan sehat. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) dalam konteks pariwisata halal telah menjadi suatu sarana dalam membawa perubahan yang baru saat ini.

Manajemen strategik dalam pengembangan keberlanjutan pariwisata halal merupakan tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh setiap sektor pariwisata khususnya pariwisata halal dalam meningkatkan program dan kebijakan pariwisata demi terwujudnya pariwisata halal yang berkualitas. Proses peningkatan kualitas pariwisata halal merupakan cara dalam proses pengelolaan *stakeholders* pariwisata halal dengan standar yang sudah ditentukan. Manajemen strategik di dalam meningkatkan pariwisata halal melalui 3 (tiga) proses, yaitu perencanaan strategik, pelaksanaan strategik, dan evaluasi strategik.

Perencanaan strategik dalam meningkatkan pariwisata halal memuat seluruh proses kegiatan terkait dengan usaha perumusan visi, misi, dan tujuan, analisis faktor internal dan eksternal (analisis SWOT), perencanaan jangka pendek, perencanaan jangka menengah, dan perencanaan jangka panjang, serta perumusan strategi unggul dalam meningkatkan pariwisata halal. Perencanaan strategik harus dilakukan karena bertujuan untuk menciptakan segala kegiatan yang dilakukan berjalan secara efektif dan efisien sehingga sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Proses perencanaan strategik meliputi empat program kegiatan yang dilaksanakan sebagai upaya dalam meningkatkan pariwisata halal. Ke 4 (empat) program kegiatan tersebut yaitu:

1. Perumusan Visi, Misi dan Tujuan

Dalam prosesnya, perumusan visi, misi, dan tujuan disusun melalui langkah-langkah berikut yaitu merumuskan visi terlebih dahulu dengan memprediksi masalah dan kondisi saat ini serta disesuaikan dengan kondisi teknologi saat ini. Visi yang sudah disusun akan dikembangkan di dalam rumusan misi sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan yang diharapkan. Langkah selanjutnya setelah visi dan misi dirumuskan, maka merumuskan tujuan yang ingin dicapai sebagai penjabaran atau implementasi dari misi.

2. Mengidentifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan merupakan suatu proses yang digunakan untuk memantau sektor lingkungan serta menentukan peluang dan ancaman terhadap suatu organisasi. Lingkungan berperan penting bagi organisasi, setidaknya dalam dua hal, yaitu lingkungan dapat menyediakan sumber daya dan lingkungan menawarkan batas atau kendala. Dengan demikian setiap organisasi, melalui tindakannya merupakan cara untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang serta menangani kelemahan dan ancaman dari lingkungannya. Analisis lingkungan berusaha untuk mengetahui implikasi manajerial yang ditimbulkan baik langsung maupun tidak langsung dari berbagai faktor teknologi dan digital yang telah diidentifikasi berpengaruh terhadap prospek organisasi sehingga manajemen memiliki gambaran untuk menyiapkan strategi yang diperlukan guna mengantisipasi implikasi manajerial yang ditimbulkan oleh lingkungan. Setiap organisasi dihadapkan pada dua jenis lingkungan, yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Analisis Lingkungan Internal diperlukan untuk mengetahui kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) atau aspek-aspek yang membantu atau justru merintang pencapaian tujuan. Kekuatan merupakan keunggulan sumber daya yang dimiliki organisasi, yang memungkinkan dapat dioptimalkan pemanfaatannya, sedangkan kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki organisasi, baik dari aspek kualitas maupun kuantitas, yang dapat menghambat tercapainya tujuan organisasi. Lingkungan internal yang perlu dianalisis adalah aspek sumberdaya (*input*), strategi sekarang (*process*), dan kinerja (*output*).

Aspek sumberdaya mencakup sumberdaya manusia, kondisi keuangan, sistem informasi dan kompetensi (kemampuan). Aspek strategis menyangkut keseluruhan proses yang selama ini digunakan, sedangkan aspek kinerja mencakup hasil yang selama ini dicapai. Keberhasilan tugas dan fungsi organisasi sangat ditentukan oleh sumberdaya yang dimiliki. Organisasi akan mampu mengembangkan potensi yang dimiliki bila didukung oleh kemampuan sumberdaya, baik itu sumberdaya manusia, kondisi keuangan, sistem informasi maupun kompetensi yang dimiliki. Kemampuan sumber daya insani merupakan faktor kunci bagi kelangsungan organisasi, karena pada hakekatnya di dalam organisasi itu sendiri terjadi proses kerjasama antar manusia untuk mencapai tujuan.

Aspek keuangan pun tidak dapat dilepaskan dari keberhasilan organisasi. Tanpa ada dana yang memadai sesuai dengan anggaran belanja yang dibutuhkan, organisasi akan mengalami kesulitan dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Hal ini akan menjadi kendala internal bagi organisasi. Sebaliknya, tercukupinya dana bagi organisasi memberikan ketenangan dalam menjalankan tugas dan fungsinya (kekuatan). Namun di sisi lain, tersedianya dana yang berlebihan dapat menjadi ancaman, ketika tidak didukung oleh sumber daya insani yang jujur

dan profesional.

Aspek penguasaan informasi pun tidak bisa diabaikan. Organisasi yang mengabaikan sistem informasi cenderung akan mengalami kegagalan, bahkan tidak mampu melakukan analisis terhadap lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Hingga pada akhirnya pengidentifikasian isu-isu strategis tidak bisa dilakukan dengan tepat. Input yang tidak kalah pentingnya adalah kompetensi yang dapat dilihat dari dua aspek, yaitu berupa kemampuan dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan yang dapat dicermati dari *skill* atau *knowledge* yang dimiliki sumber daya insani pariwisata halal dan kewenangan atau otoritas yang dilimpahkan pada organisasi. Adanya kewenangan yang jelas memberikan keleluasaan bagi organisasi untuk melaksanakan tugasnya (kekuatan), sebaliknya kewenangan yang terpusat cenderung membatasi kreativitas dan ruang gerak organisasi (kelemahan). Selanjutnya, yang dimaksud dengan proses kerja adalah pelaksanaan tugas dan fungsi organisasi selama ini. Proses kerja dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan rencana pembangunan atau program kerja berjangka yang telah dilakukan.

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mengetahui berbagai peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang mungkin terjadi di luar organisasi. Lingkungan eksternal sebagai seluruh elemen yang terdapat di luar batas-batas organisasi yang mempunyai potensi untuk mempengaruhi sebagian ataupun suatu organisasi secara keseluruhan dan ini merupakan kekuatan yang berada di luar organisasi dimana organisasi tidak mampu untuk mengendalikan maupun mengontrol terhadapnya, sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja semua unit dalam organisasi tersebut.

Peluang adalah kondisi-kondisi penting di luar organisasi yang apabila dimanfaatkan dapat memberikan keuntungan bagi organisasi. Sedangkan ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan bagi aktivitas organisasi. Peluang dan ancaman dapat diketahui dengan memanfaatkan berbagai kecenderungan dari aspek politik, ekonomi, sosial dan teknologi. Seringkali organisasi hanya memfokuskan pada kecenderungan negatif dari aspek politik, ekonomi, sosial dan teknologi yang mengancam dan tidak memperhatikan pada peluang yang bisa dimanfaatkan. Disamping memantau aspek politik, ekonomi, sosial dan teknologi, perlu diperhatikan kelompok *stakeholders*, yaitu orang, kelompok atau organisasi apapun yang dapat melakukan klaim atau perhatian terhadap sumberdaya, output organisasi atau yang dipengaruhi oleh hasil. Aspek politik mencakup keterkaitan politik yang merupakan arahan kebijakan dari pusat, propinsi atau pemerintah kabupaten/ kota, yang dapat merangsang peningkatan kualitas kehidupan pariwisata halal (peluang) atau kebijakan tertentu yang malah justru menghambat pengembangan pariwisata halal (ancaman).

Aspek ekonomis mencakup keterkaitan ekonomis dalam pengembangan pariwisata. Ada beberapa indikator yang bisa digunakan seperti kondisi perekonomian secara umum. Kondisi perekonomian yang membaik tentu membawa pengaruh pada kepastian dalam pengelolaan kepariwisataan daerah. Hal ini terkait pula dengan laju inflasi dan permintaan masyarakat. Perekonomian yang stabil dan laju inflasi yang kecil dapat dijadikan peluang, sebaliknya apabila terjadi ketidak stabilan ekonomi dan laju inflasi yang tinggi bisa merupakan ancaman dalam pengelolaan pariwisata halal.

Lingkungan sosial mencakup keterkaitan sosio-demografis masyarakat. Banyaknya para pendatang untuk berwisata bisa dijadikan sebagai suatu peluang dalam hal digital *entrepreneurship*, sebaliknya penduduk pendatang dengan latar belakang dan budaya yang berbeda bisa menjadi ancaman, ketika justru menyalahgunakan kedatangannya dengan menunjukkan perilakunya yang tidak mendukung kelancaran dalam pengembangan wisata.

Jumlah penduduk dan kemungkinan untuk melakukan mobilitas, di satu sisi bisa menambah peluang untuk dapat menaikkan jumlah wisatawan (peluang), namun di sisi lain, bisa menambah persoalan ketika harus memanfaatkan fasilitas pariwisata halal yang belum mencukupi. Sikap dan perilaku masyarakat yang cenderung membiarkan terjadinya tindak kriminal di tempat wisata menjadi ancaman, sebaliknya partisipasi masyarakat bisa menjadi peluang untuk pengembangan obyek wisata lebih lanjut.

Aspek teknologi berkaitan dengan ketersediaan sarana maupun prasarana transportasi yang dapat memperlancar hubungan antar lokasi dan memudahkan perpindahan orang (barang) dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Di satu sisi, pesatnya perkembangan teknologi bisa dimanfaatkan untuk mendukung kelancaran mobilitas (peluang), namun di sisi lain perkembangan teknologi yang tidak mempunyai nilai ekonomis dan tidak dikuasai oleh organisasi menjadikan organisasi tertinggal (ancaman). Padahal untuk menguasai dan menyesuaikan pesatnya perkembangan teknologi diperlukan ketersediaan sumberdaya baik sumberdaya manusia maupun keuangan. Aspek lingkungan eksternal yang terakhir adalah kelompok *stakeholders* yang meliputi pelanggan, kompetitor serta kolaborator yang salah satunya meliputi pengusaha hotel, restoran serta transportasi umum. Kelompok *stakeholders* merupakan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan erat dengan pelaksanaan tugas organisasi sehingga setiap sikap dan pendapat dari kelompok ini berpengaruh pada keberhasilan organisasi dalam mengelola sektor pariwisata.

3. Menentukan Strategi Unggul

Dalam meningkatkan kualitas pariwisata halal, maka pemerintah daerah perlu untuk melakukan rencana strategik dengan membuat suatu strategi unggul. Perumusan strategi unggul dalam meningkatkan kualitas pariwisata halal yaitu dengan cara membuat suatu program berkualitas Manfaat yang diperoleh dari adanya strategi unggul adalah dapat meningkatkan dan memajukan pariwisata halal di suatu kawasan.

4. Perencanaan Jangka Pendek, Jangka Menengah dan Jangka Panjang

Perencanaan merupakan tindakan yang akan diambil (keputusan), dan apa yang akan dilaksanakan serta menetapkan prosedur terbaik untuk mencapainya. Perencanaan jangka pendek merupakan perencanaan pada hasil yang ingin dicapai dalam tiga bulan. Sedangkan perencanaan jangka menengah adalah perencanaan pada hasil yang ingin dicapai dalam jangka enam bulan. Perencanaan jangka panjang adalah perencanaan pada hasil yang ingin dicapai dalam jangka satu tahun.

Perencanaan jangka panjang mempresentasikan pada hasil yang diharapkan dari pelaksanaan strategi tertentu dengan berkisar satu sampai dua tahun. Berdasarkan teori tersebut, maka penyusunan perencanaan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang dalam meningkatkan kualitas pariwisata halal, berupa perencanaan jangka pendek dilakukan selama tiga bulan, perencanaan jangka menengah dilakukan selama enam bulan, dan perencanaan jangka panjang dilakukan selama 1 (satu) tahun.

Pelaksanaan Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Keberlanjutan Pariwisata Halal Serta *Halalpreneurship*

Pelaksanaan manajemen strategik dalam meningkatkan pariwisata halal merupakan implementasi dari tahap perencanaan. Maka dari itu, pelaksanaan manajemen strategik harus sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Pelaksanaan manajemen strategik merupakan kunci keberhasilan agar dapat tercapai pariwisata halal yang berkualitas. Disisi lain *halalpreneurship* yang bergerak di bidang entitas bisnis dan ekonomi halal memiliki ruang

lingkup yang ada di dalam syariah serta memastikan bahwa suatu kegiatan yang dilakukan tidak menyimpang dari tuntunan serta dapat memberikan kontribusi nyata pada kemakmuran pelaku ekonomi terutama yang bergerak di bidang pariwisata halal.

Untuk pelaksanaan manajemen strategik dalam pengembangan keberlanjutan pariwisata halal sendiri adalah sebagai berikut:

1. Menentukan kebijakan pariwisata halal

Kebijakan merupakan aturan, kaidah, atau nilai-nilai yang harus dilakukan oleh organisasi. Dalam hal meningkatkan pariwisata halal, maka kebijakan yang ditentukan adalah berupa aturan yang telah ditetapkan melalui Pemerintah Pusat maupun pihak Pemerintah Daerah.

2. Memotivasi sumber daya insani

Keberhasilan proses peningkatan pariwisata halal sangat ditentukan oleh kemampuan (kompetensi) sumber daya insani pariwisata halal dalam mengelola obyek pariwisata halal. Oleh karena itu didalam sektor pariwisata halal, bila tanpa didukung dengan sumber daya insani yang handal, maka tidak akan optimal.

3. Mengalokasikan sumber daya insani

Dalam menciptakan proses peningkatan pariwisata halal yang efektif, maka diperlukan adanya pengalokasian sumber daya insani yang sesuai dengan bidang kompetensinya masing-masing. Sumber daya insani pariwisata halal yang dimaksudkan disini adalah semua sumber daya insani yang berkelanjutan (*sustainable*).

4. Mengembangkan budaya pariwisata halal

Budaya pariwisata halal merupakan pola dari nilai-nilai dominan yang didukung oleh *stakeholders* pariwisata halal yang menuntun kebijakan pelaku pariwisata halal terhadap semua unsur dan komponen pariwisata halal. Dalam industri pariwisata halal yang pada dasarnya berpijak pada prinsip-prinsip syariah, para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang terlibat didalamnya, seyogianya tidak terjebak kepada kepentingan yang justru kontra produksi dengan misi yang tersirat dalam makna halal dalam arti luas, budaya pariwisata halal sangat berkontribusi dengan sasaran pada keunggulan yang akan dicapai.

Evaluasi Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Keberlanjutan Pariwisata Halal Dalam Kaitannya Dengan Produk Halal

Besarnya segmen pariwisata halal saat ini merupakan suatu kekuatan besar yang dapat menstimulasi berkembangnya produk halal. Disisi lain pergerakan produk halal saat ini sangat cepat. Dalam kaitannya dengan digitalisasi *entrepreneurship*, jika tidak ada tata kelola digital yang baik dan terjaga maka dapat meningkatkan risiko keamanan data serangan terhadap kebocoran data pelaku usaha kewirausahaan maupun kasus lainnya yang dapat merugikan pelaku kewirausahaan yang bergerak di sektor pariwisata halal.

Evaluasi merupakan langkah refleksi guna melihat kembali hasil yang telah ada. Evaluasi bertujuan sebagai perbaikan berkelanjutan untuk meningkatkan pariwisata halal. Evaluasi manajemen strategik dalam meningkatkan pariwisata halal mencakup keseluruhan kegiatan seperti perencanaan, proses pelaksanaan, pengawasan hingga hasil kegiatan. Proses evaluasi melibatkan seluruh *stakeholder* pariwisata halal. Jika terdapat kekurangan dalam evaluasi maka akan diberikan catatan perbaikan yang harus dilaksanakan pada tahap selanjutnya. Proses evaluasi akan meliputi:

1. Memonitor hasil dari perencanaan dan pelaksanaan manajemen strategik
Proses monitor dan evaluasi dari perencanaan dan pelaksanaan manajemen strategik peningkatan pariwisata halal merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan dengan tujuan untuk mencapai kualitas digital yang ingin diraih. Memonitor dan evaluasi pada hakekatnya juga merupakan bentuk pengendalian terhadap manajemen strategik menuju efisiensi kegiatan organisasi sebagai upaya meningkatkan pariwisata halal. Monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengembangkan ide, masukan serta gagasan semua komponen untuk lebih meningkatkan rasa tanggungjawab terhadap *job desk* masing-masing serta rasa memiliki yang nantinya akan meningkatkan pariwisata halal.
2. Mengukur kinerja individu dan pariwisata halal
Mengukur kinerja individu dan pariwisata halal merupakan kegiatan yang harus dilakukan pada saat evaluasi manajemen strategik dalam meningkatkan pariwisata halal. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan berdasarkan pada perencanaan manajemen strategik, sehingga jika ada permasalahan yang terjadi dapat langsung segera diatasi.
3. Mengambil langkah-langkah perbaikan
Pada saat melakukan kegiatan manajemen strategik, pasti terdapat masalah atau kendala yang muncul. Maka dari itu perlunya mengambil langkah-langkah perbaikan untuk mengatasi masalah atau kendala tersebut. Langkah-langkah penyempurnaan dalam mengatasi permasalahan atau kendala didalam mengelola pariwisata halal adalah dengan cara menganalisis setiap kegagalan serta penghambat dari setiap kegiatan maupun program yang dilaksanakan serta mencari jalan keluar dari setiap permasalahan serta kendala-kendala yang terjadi.
Langkah-langkah perbaikan untuk mengatasi masalah pada saat melakukan perencanaan dan pelaksanaan manajemen strategik dalam meningkatkan pariwisata halal diantaranya adalah dengan melakukan evaluasi diri secara konsistensi yang dibuktikan dengan memberikan adanya sosialisasi oleh pemerintah daerah kepada para pelaku usaha pariwisata halal serta memberikan subsidi sertifikat halal kepada pelaku usaha yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam membantu pemerintah daerah dalam mewujudkan kawasan wisata halal. Menyesuaikan dengan keadaan sarana dan prasarana pariwisata halal yang ada untuk menentukan strategi di masa yang akan datang. Melakukan tindakan serta aksi nyata untuk melaksanakan solusi terhadap permasalahan yang ada serta telah disepakati dalam melakukan penyusunan program kegiatan.

KESIMPULAN

1. Implementasi manajemen strategik dalam pengembangan keberlanjutan pariwisata halal khususnya digitalisasi *entrepreneurship* harus mencakup pada kegiatan yang dilakukan yaitu diantaranya adalah menentukan kebijakan pariwisata halal, memotivasi sumber daya insani, mengalokasikan sumber daya insani serta mengembangkan budaya pariwisata halal. Hasil pelaksanaan (implementasi) manajemen strategik pengembangan keberlanjutan pariwisata halal yang dihasilkan harus mencerminkan adanya sinergitas yang terkoordinir dengan baik dalam mengembangkan aspek pariwisata halal, meningkatnya kinerja sumber daya insani pariwisata halal, meningkatnya kompetensi sumber daya insani pariwisata halal yang sesuai dengan kompetensinya serta mengedepankan nilai-nilai budaya *akhlaqi* (etika-akhlak). Proses evaluasi terhadap

digitalisasi menjadi suatu hal sangat penting dalam rangka meningkatkan pariwisata halal.

2. Proses evaluasi digitalisasi *entrepreneurship* merupakan bagian dari diadakannya perbaikan atas sistem dasar kualitas sebagai bahan acuan bagi para pelaku bisnis dan ekonomi. Sistem tersebut mencakup struktur organisasi, tanggung jawab, prosedur, proses dan sumber daya untuk menjalankan strategik pengembangan keberlanjutan pariwisata halal. Perencanaan strategis perlu disusun dengan teliti dan terperinci sehingga tercapainya kualitas perencanaan strategi. Perencanaan strategi merupakan standar bagi pelaksanaan strategi agar teratur dan lebih jelas dalam mencapai sebuah kualitas perencanaan pariwisata halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Calderwood, Eric, “*The Invention of Al-Andalus: Discovering the Past and Creating the Present in Granada’s Islamic Tourism Sites*”, *Journal of North African Studies* 19 (2014): 27–55, Diakses 19 September 2019, doi: 10.1080/13629387.2013.862777
- Carboni, Michele, and Mohammed Idrissi Janati, “*Halal Tourism de Facto: A Case From Fez.*” *Journal Of Tourism Management Perspectives* 19 (2016): 155–59. Diakses 20 September 2019. doi: 10.1016/2015.12.007
- Carboni, Michele, Carlo Perelli, and Giovanni Sistu, “*Developing Tourism Products In Line With Islamic Beliefs: Some Insights From Nabeul–Hammamet*” *Journal of North African Studies* 22 (2017): 108, Diakses 20 September 2019, doi: 10.1080/13629387.2016.1239078
- I Wayan Ardika, *Pusaka dan Budaya Pariwisata*, (Denpasar: Penerbit Pustaka Larasan, 2007)
- Saryono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfa Beta, 2010)
- Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013)
- Yuswohady, *Marketing To The Middle Class Muslim*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014)