

## **SKRIPSI**

# **STRATEGI PEMASARAN WISATA HALAL BERBASIS DIGITAL PADA PANTAI EKY'S MOMONG DI KABUPATEN ACEH BESAR**



**Disusun Oleh:**

**Mau'idhatun Zikra  
NIM. 190602082**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2025 M / 1447 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mau'idhatun Zikra

NIM : 190602082

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Menyerahkan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 08 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Mau'idhatun Zikra)

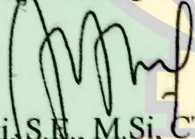
**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**  
**STRATEGI PEMASARAN WISATA HALAL BERBASIS**  
**DIGITAL PADA PANTAI EKY'S MOMONG DI**  
**KABUPATEN ACEH BESAR**

Disusun Oleh:

Mau'idhatun Zikra  
NIM: 190602082

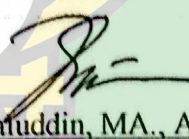
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah  
memenuhi syarat penyelesaian studi pada  
Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Ayumiati, S.E., M.Si, CTT  
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II,



Dr. Jalaluddin, MA., AWP., CWC  
NIP. 196512302023211002

**AR - RANIRY**  
Mengetahui,  
Ketua Prodi,



Dr. Intan Quratulaini, S. Ag., M.Si  
NIP. 197612172009122001

**PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN WISATA HALAL BERBASIS DIGITAL  
PADA PANTAI EKY'S MOMONG DI KABUPATEN ACEH BESAR**

Mau'idhatun Zikra  
NIM: 190602082

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu: 27 Agustus 2025 M  
16 Sya'ban 1446 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Ayumiati, S.E., M.Si. CTT.  
NIP. 19786152009122002

Sekretaris,

Dr. Jalaluddin ST., MA., AWP., CWC  
NIP. 196512302023211002

Penguji I,

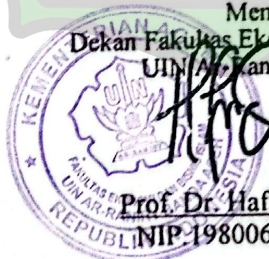
Muhsin, S.E.I., M.E.I  
NIP. 199009022020121008

Penguji II

Winny Dian Safitri, S.S.I., M.Si  
NIP. 199005242022032002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,



Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN  
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax, 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id).

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mau'idhatun Zikra  
NIM : 190602082  
Fakultas/Program/Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah  
E-mail : 190602082@studeny.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti, Non-Eklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

..... (*tulis ilmiah*) yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*)

Yang berjudul: "Strategi Pemasaran Wisata Halal Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Kabupaten Aceh Besar" serta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak beban Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 29 Juli 2025

Mengetahui,

Penulis

Mau'idhatun Zikra  
190602082

Pembimbing I

Ayumiati, S.N., M.Si., CTR  
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Dr. Jalaluddin, MA., AWP., CWC  
NIP. 196512302023211002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kita semua, serta tak lupa pula shalawat dan salam kita curahkan kepada kepangkuan Nabi Besar Muhammad SAW, yang mana beliau telah membawa kita dari zaman kebodohan kepada zaman yang penuh pengetahuan ilmu dan teknologi seperti yang kita rasakan saat ini. Dan dengan segala keterbatasan sehingga penulis telah selesai menulis sebuah skripsi untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana pada jurusan S1 Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul **“Strategi Pemasaran Wisata Halal Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Kabupaten Aceh Besar”**.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, ada banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat arahan, bimbingan, doa dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karenanya pada kesempatan ini penulis mengucapkan ribuan terimakasih dengan tulus kepada :

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Rina Desiana, M.E selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Junia Farma M.Ag selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan informasi dan pengarahan selama perkuliahan.
4. Hafizh Maulana, S.P., S.H.I, M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Ayumiati, S.E., M.Si, CTTr selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya untuk mendampingi penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Serta arahan dan nasehat serta dukungan kepada penulis sehingga skripsi dapat selesai dengan baik.
6. Dr. Jalaluddin, MA., AWP., CWC selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan nasehat serta dukungan kepada penulis sehingga skripsi dapat selesai dengan baik.
7. Seluruh Dosen-Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Orang tua tercinta, Ayahanda H. Sofyan dan Ibunda Mawaddah terimakasih yang senantiasa membesarkan,

mendidik, memberikan tulus cinta dan kasih sayang, tak kenal lelah mendo'akan serta memberikan perhatian dan dukungan yang baik dalam setiap hal yang dilakukan agar mampu meraih gelar sarjana ini. Terimakasih juga kepada saudara kandung Suhra Wardi dan Fauzul Muhtadi yang sudah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk tidak menyerah agar mampu menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada sahabat dan teman-teman penulis yang selalu kebersamai dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi dan tak pernah henti saling menyemangati.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. maka dengan kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penulisan. Semoga hasil skripsi yang dituliskan ini dapat bermanfaat bagi pribadi dan semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih. Semoga kita selalu dalam lindungan dan naungan Allah SWT.

Banda Aceh, 02 Agustus 2025

Mau'idhatun Zikra

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K**

**Nomor:158 Tahun1987 –Nomor: 0543 b/u/1987**

**1. Konsonan**

| No | Arab | Latin              | No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1  | ا    | Tidak dilambangkan | 16 | ط    | T     |
| 2  | ب    | B                  | 17 | ظ    | Z     |
| 3  | ت    | T                  | 18 | ع    | ‘     |
| 4  | ث    | S                  | 19 | غ    | G     |
| 5  | ج    | J                  | 20 | ف    | F     |
| 6  | ح    | H                  | 21 | ق    | Q     |
| 7  | خ    | Kh                 | 22 | ك    | K     |
| 8  | د    | D                  | 23 | ل    | L     |
| 9  | ذ    | Ž                  | 24 | م    | M     |
| 10 | ر    | R                  | 25 | ن    | N     |
| 11 | ز    | Z                  | 26 | و    | W     |
| 12 | س    | S                  | 27 | ه    | H     |
| 13 | ش    | Sy                 | 28 | ء    | ’     |
| 14 | ص    | S                  | 29 | ي    | Y     |
| 15 | ض    | D                  |    |      |       |

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin |
|-------|---------------|-------------|
| َ     | <i>Fathah</i> | A           |
| ِ     | <i>Kasrah</i> | I           |
| ُ     | <i>Dammah</i> | U           |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama                  | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| َ ي             | <i>Fathah</i> dan ya  | Ai             |
| َ و             | <i>Fathah</i> dan wau | Au             |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama                                         | Huruf dan tanda |
|------------------|----------------------------------------------|-----------------|
| اَ / اِي         | <i>Faṭḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā               |
| اِ               | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>                  | Ī               |
| اُ               | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i>                 | Ū               |

Contoh:

قَالَ :*qāla*  
 رَمَى :*ramā*  
 قِيلَ :*qīla*  
 يَقُولُ :*yaqūlu*

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta *marbutah* (ة) hidup  
 Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *faṭḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta *marbutah* (ة) mati  
 Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

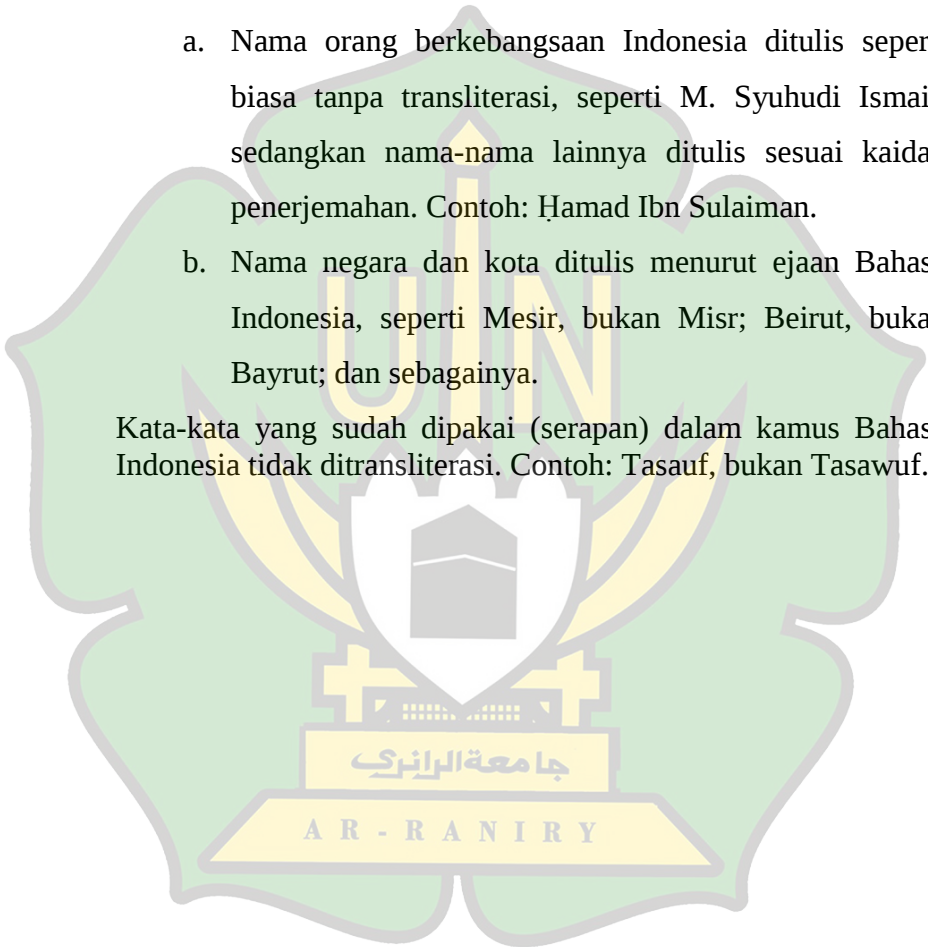
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*  
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*

**Catatan:**

**Modifikasi**

- a. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
- b. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Mau'idhatun Zikra  
NIM : 190602082  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pemasaran Wisata Halal Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Kabupaten Aceh Besar.  
Pembimbing I : Ayumiati, S.E., M.Si  
Pembimbing II : Dr. Jalaluddin ST., MA., AWP

Pesatnya perkembangan teknologi informasi menjadikan media digital pada strategi pemasaran wisata halal belum efektif dan efisien dalam promosi destinasi wisata. Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran digital wisata halal di Pantai Eky's Momong, Aceh Besar, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Metode kualitatif digunakan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi melibatkan pemerintah, pengelola, pelaku usaha, dan wisatawan. Strategi pemasaran meliputi edukasi konsep halal, penyediaan fasilitas ibadah dan makanan halal, serta kerja sama tokoh agama dan adat. Promosi digital fokus pada konten Instagram, TikTok, dan website, meningkatkan visibilitas dan kunjungan. Faktor pendukung adalah komitmen pemerintah dan partisipasi masyarakat, sedangkan kendala meliputi fasilitas ibadah terbatas dan konektivitas internet.

***Kata Kunci: Wisata Halal, Strategi Promosi, Pemasaran Digital, Media Sosial, Aceh Besar***

## DAFTAR ISI

|                                                           |              |
|-----------------------------------------------------------|--------------|
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>             | <b>iii</b>   |
| <b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>        | <b>iv</b>    |
| <b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>         | <b>v</b>     |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b> | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                               | <b>vii</b>   |
| <b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>       | <b>x</b>     |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                       | <b>x1v</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                   | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                  | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                              | <b>xix</b>   |

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>                        | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                         | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                               | 8         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                             | 8         |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                            | 9         |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                         | 10        |
| <b>BAB II    LANDASAN TEORI.....</b>                    | <b>13</b> |
| 2.1 Strategi Pemasaran .....                            | 13        |
| 2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran .....               | 13        |
| 2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran ..... | 16        |
| 2.1.3 Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran .....        | 20        |
| 2.1.4 Indikator Strategi Pemasaran.....                 | 23        |
| 2.1.5 Pemasaran dalam Pandangan Islam.....              | 26        |
| 2.1.6 Operasional Indikator .....                       | 32        |
| 2.2 Konsep Wisata.....                                  | 33        |
| 2.2.1 Pengertian Wisata .....                           | 33        |
| 2.2.2 Wisata Bahari.....                                | 35        |
| 2.2.3 Wisata Halal.....                                 | 36        |
| 2.2.4 Indikator Wisata Bahari Halal.....                | 39        |
| 2.3 Digital .....                                       | 43        |

|                |                                                                                                                                                                  |           |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4            | Daya Tarik Wisata .....                                                                                                                                          | 51        |
| 2.4.1          | Pengertian Daya Tarik Wisata.....                                                                                                                                | 51        |
| 2.5            | Penelitian Terkait.....                                                                                                                                          | 53        |
| 2.6            | Kerangka Pemikiran .....                                                                                                                                         | 54        |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                                                                                                               | <b>67</b> |
| 3.1            | Metode Penelitian .....                                                                                                                                          | 67        |
| 3.1.1          | Jenis Penelitian.....                                                                                                                                            | 67        |
| 3.2            | Pendekatan dan Sifat Penelitian.....                                                                                                                             | 69        |
| 3.2.1          | Jenis Penelitian.....                                                                                                                                            |           |
| 3.2.2          | Sifat Penelitian .....                                                                                                                                           |           |
| 3.3            | Lokasi Penelitian .....                                                                                                                                          | 67        |
| 3.4            | Sumber Data .....                                                                                                                                                | 70        |
| 3.5            | Teknik Pengumpulan Data.....                                                                                                                                     | 71        |
| 3.2.1          | Observasi.....                                                                                                                                                   | 71        |
| 3.2.2          | Wawancara.....                                                                                                                                                   | 72        |
| 3.2.3          | Dokumentasi .....                                                                                                                                                | 72        |
| 3.6            | Teknik Analisis Data.....                                                                                                                                        | 73        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                                                                     | <b>76</b> |
| 4.1            | Profil Lokasi Penelitian.....                                                                                                                                    | 76        |
| 4.1.1          | Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                                                                                                            | 78        |
| 4.2            | Hasil Penelitian.....                                                                                                                                            | 78        |
| 4.2.1          | Strategi Pemasaran Wisata Halal dalam<br>Memanfaatkan Media Digital Untuk<br>Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Pantai<br>Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar ..... | 78        |
| 4.2.2          | Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam<br>Penerapan Strategi Pemasaran Wisata Halal<br>Berbasis Digital di Pantai Eky's Momong<br>Kabupaten Aceh Besar .....      | 99        |
| 4.2.2.1        | Faktor Pendukung.....                                                                                                                                            | 99        |
| 4.2.2.1        | Faktor Penghambat .....                                                                                                                                          | 109       |
| 4.3            | Pembahasan .....                                                                                                                                                 | 118       |
| 4.3.1          | Strategi Pemasaran Wisata Halal dalam<br>Memanfaatkan Media Digital untuk<br>Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Pantai<br>Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar ..... | 126       |

|                                                                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi<br>Pemasaran Wisata Halal Berbasis Digital Di<br>Pantai Eky's Momong Kabupaten Aceh<br>Besar ..... | 129 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....133**

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 133 |
| 5.2 Saran .....     | 136 |

## **DAFTAR PUSTAKA .....138**

## **LEMBAR PEDOMAN WAWANCARA ..... 143**



## DAFTAR TABEL

|                                   | Halaman |
|-----------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 : Operasional Indikator |         |
| Tabel 2.2 : Penelitian Terdahulu  |         |
| Tabel 2.3 : Kerangka Berfiki      |         |



## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

Lampiran 1 : Lembar Pedoman Wawancara



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dan menjadi salah satu sektor unggulan dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor ini tercatat sebagai penyumbang devisa negara terbesar kedua setelah industri kelapa sawit. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa pada tahun 2023, devisa yang dihasilkan dari sektor pariwisata mencapai lebih dari USD 16 miliar, meningkat signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (Arini, 2024). Sebagai pembandingan, pada tahun 2015, sektor pariwisata berada di posisi keempat dengan kontribusi USD 12,225 miliar, di bawah minyak dan gas, kelapa sawit, dan batu bara. Pertumbuhan ini menandakan bahwa sektor pariwisata telah menjadi lokomotif ekonomi nasional karena mendorong terciptanya lapangan pekerjaan, peningkatan infrastruktur, pengembangan usaha, dan pendapatan dari sektor ekspor jasa (Chandra, & Damarjati, 2024).

Pada tahun 2025, pemerintah menargetkan sektor ini mampu menyumbang lebih dari 17 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dengan proyeksi kunjungan 25 juta wisatawan mancanegara serta 300 juta perjalanan wisata domestik, dan menyerap lebih dari 15 juta tenaga kerja langsung

maupun tidak langsung (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023). Hal ini tidak terlepas dari kekayaan potensi wisata yang dimiliki Indonesia, baik dari segi keindahan alam, keragaman budaya dan kuliner, hingga warisan sejarah yang tersebar di seluruh nusantara. Oleh karena itu, pemerintah menetapkan sektor pariwisata sebagai program prioritas dalam pembangunan nasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Dalam perkembangannya, muncul pula tren baru berupa wisata halal atau pariwisata syariah yang mengedepankan nilai-nilai Islam dalam tata kelola dan pelayanan destinasi. Konsep ini meliputi akomodasi halal, penyediaan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah, hingga pengalaman wisata yang sesuai dengan syariat Islam (Kompas.com, 2024). Pariwisata syariah menjadi bentuk inovasi yang menarik minat wisatawan Muslim dari dalam dan luar negeri, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi berbasis nilai keislaman (Antara News, 2024).

Di Provinsi Aceh, konsep wisata halal menjadi bagian integral dari strategi pengembangan pariwisata. Aceh yang dikenal sebagai *Serambi Mekkah* memiliki potensi besar dalam mengembangkan wisata berbasis syariat Islam, seperti agrowisata, wisata religi, wisata sejarah, dan bahari (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, 2023). Salah satu daya tarik utama adalah warisan budaya dan sejarah Aceh, termasuk situs-situs tsunami

seperti Kapal PLTD Apung dan Museum Tsunami, serta pantai-pantai eksotis seperti Eky's Momong di Kabupaten Aceh Besar (Antara News, 2023). Tempat ini menawarkan keindahan alam yang memukau dan menjadi destinasi favorit wisatawan lokal maupun mancanegara.

Seiring dengan kemajuan teknologi, digitalisasi pariwisata menjadi kunci dalam memasarkan destinasi wisata secara lebih luas dan efisien. Penggunaan media digital dan internet telah memberikan dampak signifikan dalam mempromosikan pariwisata melalui platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, Twitter, dan Facebook (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2024). Media sosial memungkinkan pelaku usaha pariwisata untuk membagikan konten visual dan cerita menarik mengenai destinasi yang ditawarkan, sehingga dapat menjangkau pasar global tanpa batasan geografis.

Perkembangan penggunaan internet di Indonesia yang terus meningkat menjadikan negara ini sebagai salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara (APJII, 2023). Oleh karena itu, promosi digital menjadi strategi utama dalam industri pariwisata saat ini. Tidak hanya efisien dari sisi biaya, namun juga memungkinkan penyedia jasa wisata untuk menjalin komunikasi langsung dengan calon wisatawan. Hal ini membuat promosi melalui media sosial lebih diminati dibandingkan promosi konvensional seperti spanduk atau baliho.

Strategi pemasaran dalam pariwisata memainkan peran

penting dalam meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, strategi pemasaran kini berfokus pada pemanfaatan platform digital seperti media sosial, website resmi, dan aplikasi mobile untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam (Kotler, Bowen, & Makens, 2016). Pendekatan pemasaran yang efektif mengintegrasikan aspek konten visual yang menarik, interaksi dua arah dengan konsumen, serta penggunaan data analitik untuk memahami preferensi pasar. Selain itu, segmentasi pasar yang tepat, termasuk pengembangan niche market seperti wisata halal, menjadi strategi kunci untuk membangun citra destinasi yang unik dan meningkatkan loyalitas wisatawan (Middleton & Clarke, 2018). Pemasaran yang adaptif dan responsif terhadap tren serta kebutuhan konsumen diyakini mampu mendorong pertumbuhan sektor pariwisata secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.

Dalam pemasaran Islami, strategi promosi pariwisata halal juga harus mengikuti prinsip-prinsip syariah yang berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Menurut Alma dan Priansa (2021), pemasaran Islami adalah proses strategis dalam menciptakan dan menawarkan nilai (*value*) kepada konsumen dengan tetap menjaga kesesuaian dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Ini berarti bahwa pelaku wisata halal tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga menjadikan aktivitas bisnis sebagai sarana ibadah.

Aceh sebagai destinasi wisata halal memiliki keunggulan tersendiri karena keunikannya dalam menerapkan nilai-nilai budaya Islam secara konsisten (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, 2023). Ini menjadikan Aceh sebagai destinasi yang bukan hanya menawarkan keindahan alam, namun juga pengalaman spiritual dan budaya yang otentik. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha pariwisata di Aceh untuk memanfaatkan media digital secara maksimal dalam memperkenalkan destinasi mereka ke dunia luar. Dengan demikian, penguatan strategi promosi pariwisata berbasis digital dan nilai keislaman dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi daerah, membuka lapangan kerja, dan sekaligus menjaga warisan budaya serta nilai-nilai religius yang menjadi identitas bangsa Indonesia.

Kabupaten Aceh Besar merupakan salah satu wilayah yang memiliki kontribusi signifikan dalam pengembangan pariwisata halal di Provinsi Aceh. Wilayah ini dikenal dengan potensi wisata alam dan budaya yang berpadu dengan penerapan nilai-nilai syariat Islam dalam kehidupan masyarakatnya. Letaknya yang strategis, berdekatan dengan Kota Banda Aceh, menjadikan Aceh Besar mudah diakses oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu destinasi unggulannya adalah Pantai Eky's Momong yang terletak di Kecamatan Lhoknga. Pantai ini menawarkan hamparan pasir putih yang bersih, ombak yang tenang, serta panorama matahari terbenam yang memukau. Selain keindahan alamnya, Pantai

Eky's Momong juga dikelola dengan memperhatikan prinsip-prinsip wisata halal, seperti ketersediaan fasilitas ibadah, area kuliner halal, serta suasana yang nyaman dan ramah bagi keluarga. Potensi ini menjadikan Pantai Eky Momong tidak hanya sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai destinasi yang mencerminkan harmonisasi antara pesona alam dan nilai-nilai Islami, sehingga mendukung citra Aceh sebagai pusat wisata halal unggulan di Indonesia. Kesenjangan penelitian terlihat dari minimnya kajian yang secara spesifik membahas potensi Pantai Eky's Momong dalam konteks pariwisata halal. Beberapa penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada destinasi populer di Aceh, seperti Pantai Lampuuk, Pantai Ujong Batee, atau objek wisata sejarah seperti Museum Tsunami, tanpa memberikan perhatian mendalam pada Eky's Momong. Selain itu, sebagian besar studi sebelumnya menitikberatkan pada analisis umum pariwisata halal di Aceh secara provinsi, sehingga belum ada penelitian yang mengkaji secara komprehensif strategi promosi digital berbasis nilai keislaman yang diterapkan pada destinasi tertentu di Aceh Besar. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang dapat diisi, yakni dengan mengeksplorasi secara rinci peran media digital dalam meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan ke Pantai Eky's Momong sebagai bagian dari pengembangan pariwisata halal di Aceh.

Fenomena pariwisata halal di Aceh Besar semakin terlihat

dengan maraknya promosi digital yang dilakukan baik oleh pemerintah daerah maupun masyarakat setempat. Banyak destinasi wisata baru di Aceh Besar yang viral melalui media sosial karena unggahan konten kreatif berupa foto maupun video pendek di TikTok dan Instagram. Fenomena ini menunjukkan bagaimana digitalisasi menjadi katalisator dalam memperkenalkan potensi wisata lokal ke pasar nasional bahkan internasional. Jika dikelola secara serius dengan strategi pemasaran halal yang sesuai syariat Islam, maka destinasi seperti Pantai Eky Momong dapat menjadi ikon baru wisata halal di Aceh Besar yang bersaing dengan destinasi populer lainnya

Meskipun pariwisata halal di Aceh telah banyak diteliti, sebagian besar kajian masih bersifat makro dan belum menyoroti secara khusus destinasi lokal seperti Pantai Eky's Momong di Aceh Besar. Misalnya, Amri, Yusuf, dan Maulana (2022) mengembangkan model wisata halal berbasis masjid di Provinsi Aceh yang secara konseptual ketat membahas skema destinasi berbasis komunitas Muslim, tetapi tidak memasukkan analisis tujuan wisata pesisir lokal seperti Eky's Momong. Demikian pula, Husniati dan Maryam (2020) mengkaji konstruksi identitas komunikasi pemasaran pariwisata halal di Aceh, namun penelitian mereka tidak mendalami penerapan strategi promosi digital di destinasi tertentu. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya studi yang lebih terfokus yakni, menggali bagaimana Pantai Eky's Momong dapat dipromosikan melalui media digital

sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga destinasi ini tidak hanya dikenal secara lokal tetapi juga menjadi magnet menarik bagi wisatawan Muslim berkat perpaduan antara nilai Islami dan estetika pesisir yang eksotis.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih jelas tentang strategi pemasaran berbasis digital dalam meningkatkan daya tarik wisatawan di Aceh Besar, maka penulis membuat sebuah karya tulis dengan judul **“Strategi Pemasaran Wisata Halal Berbasis Digital Pada Pantai Eky’s Momong di Kabupaten Aceh Besar”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran wisata halal berbasis digital pada Pantai Eky’s Momong di Kabupaten Aceh Besar?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran wisata halal berbasis digital di Pantai Eky’s Momong di Kabupaten Aceh Besar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran wisata halal dalam memanfaatkan media digital pada Pantai Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar?
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran wisata halal berbasis digital di Pantai Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain :

1. Manfaat Praktis :
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi diri dari mengembangkan pemahaman kemampuan berpikir penulis melalui karya ilmiah mengenai strategi pemasaran wisata halal berbasis digital dalam meningkatkan daya tarik wisatawan Pantai Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat lebih dalam pemasaran agar masyarakat lebih memahami tentang bagaimana strategi pemasaran wisata halal yang memanfaatkan melalui media digital untuk meningkatkan daya tarik wisatawan Kabupaten Aceh Besar.

## 2. Manfaat Teoritis

### a. Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi instansi sebagai bahan pertimbangan dalam strategi wisata halal untuk meningkatkan daya tarik wisatawan Pantai Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar.

### b. Penelitian Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, dengan variabel yang sama atau dengan variabel yang lainnya.

## 1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, penulis membuat karya ilmiah ini dalam 5 bab. Adapun sistematika pembahasan ini sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini terdiri dari, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

### **BAB II LANDASAN**

Pada Bab ini terdiri dari beberapa bab dan sub bab dimana yang membahas

mengenai gambaran umum tentang strategi pemasaran wisata halal berbasis digital untuk meningkatkan daya tarik wisatawan Pantai Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar. Dan berisi teori-teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian sebelumnya yang relevan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada Bab ini penulis akan melakukan metode penelitian pendekatan dan sifat penelitian lokasi dan waktu, sumber data, teknik penelitian teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini berisi tentang hasil penelitian tentang mengenai strategi pemasaran wisata halal berbasis digital untuk meningkatkan daya tarik wisatawan Pantai Eky's Momong Kabupaten Aceh Besar.

### **BAB V PENUTUP**

Bab terakhir ini penulis membahas mengenai Kesimpulan dan Saran.

