

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGELOLAAN WISATA HALAL BERBASIS  
SWOT PADA KOLAM RENANG SURYA INDAH  
DI KOTA SUBULUSSALAM**



**Disusun Oleh:**

**M. AGUSTIAN ANAK AMPUN  
NIM: 200602059**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2026 M /1447 H**

## **SKRIPSI**

# **STRATEGI PENGELOLAAN WISATA HALAL BERBASIS SWOT PADA KOLAM RENANG SURYA INDAH DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG DI KOTA SUBULUSSALAM**



**Disusun Oleh:**

**M. AGUSTIAN ANAK AMPUN**

**NIM: 200602059**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2026 M / 1447 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : M. Agustian Anak Ampun

NIM : 200602059

Program Studi : Ekonomi Syariah

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 pemanipulasian dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan 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, 26 Januari 2025  
Yang Menyatakan



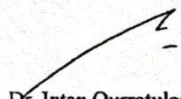
**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berbasis Swot Pada Kolam Renang Surya Indah  
Dalam Menarik Minat Pengunjung Di Kota Subulussalam  
Disusun Oleh:**

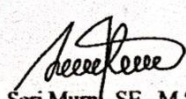
**M Agustian Anak Ampun  
NIM: 200602059**

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

  
**Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I  
NIP. 197612172009122001**

Pembimbing II

  
**Seri Murni, SE., M.Si. AK  
NIP. 197210112014112001**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

  
**Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I  
NIP. 197612172009122001**



**PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**STRAREGI PENGELOLAAN WISATA HALAL BERBASIS SWOT PADA KOLAM  
RENANG SURYA INDAH DI KOTA SUBULUSSALAM**

M.Agustian anak ampun  
NIM. 200602059

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

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 29 Januari 2026 M  
10 Sya'ban 1447 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

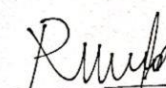
Sekretaris,

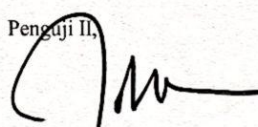
  
Dr. Intan Quratulaini, S.Ag., M.S.I  
NIP. 197612172009122001

  
Seri Murni, SE., M.Si.Ak  
NIP. 197210112014112001

Penguji I,

Penguji II,

  
Rina Desiana, S.Hi., M.E  
NIP.199112102019032018

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

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



  
Prof. Dr. Hatas Furqani, M. Ed.  
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 : M. Agustian Anak Ampun  
NIM : 200602059  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail : 200602059

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

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

Yang berjudul:

**Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berbasis SWOT Pada Kolam Renang Surya Indah di Kota Subulussalam**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan 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 : 26 Januari 2026

Mengetahui

Penulis

M. Agustian Anak Ampun  
NIM. 200602059

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Seri Murni, SE., M.Si, AK  
NIP. 197210112014112001

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berbasis SWOT Pada Kolam Renang Surya Indah Dalam Menarik Minat Pengunjung di Kota Subulussalam”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh. sekaligus Sebagai Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Muksal, S.E.I., M.E.I selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
4. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh sekaligus dosen Penasehat Akademik (PA).



5. Seri Murni, SE., M.Si, AK selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kedua orang tua tercinta. Ayahanda dan Ibunda yang selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
8. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2020 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 26 Januari 2025

Penulis

M. Agustian Ahak Ampun



**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K**  
**Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987**

**1. Konsonan**

| No. | Arab | Latin              | No. | Arab | Latin |
|-----|------|--------------------|-----|------|-------|
| 1   | ا    | Tidak dilambangkan | 16  | ط    | Ṭ     |
| 2   | ب    | B                  | 17  | ظ    | Ẓ     |
| 3   | ت    | T                  | 18  | ع    | '     |
| 4   | ث    | Ṣ                  | 19  | غ    | G     |
| 5   | ج    | J                  | 20  | ف    | F     |
| 6   | ح    | Ḥ                  | 21  | ق    | Q     |
| 7   | خ    | Kh                 | 22  | ك    | K     |
| 8   | د    | D                  | 23  | ل    | L     |
| 9   | ذ    | Ẓ                  | 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    | Ṣ                  | 29  | ي    | Y     |
| 15  | ض    | Ḍ                  |     |      |       |

## 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 |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| َـي             | <i>Fathah dan ya</i>  | Ai             |
| َـو             | <i>Fathah dan wau</i> | Au             |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

## 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 / اِ ي        | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā               |
| ي                | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>                  | Ī               |
| يُ               | <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.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. 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/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul  
Munawwarah*

طَلْحَة

: Ṭalḥah

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. 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.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.





## ABSTRAK

Nama : M. Agustian Anak Ampun  
Nim : 200602059  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berbasis SWOT  
Pada Kolam Renang Surya Indah Dalam Menarik  
Minat Pengunjung di Kota Subulussalam  
Pembimbing I : Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.S.I  
Pembimbing II : Seri Murni, SE., M.Si, AK

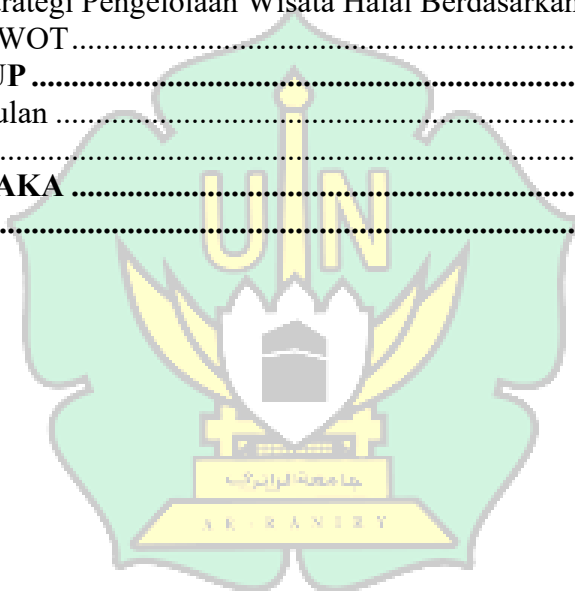
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengelolaan wisata halal, serta diperkuat dengan pendekatan 5A meliputi *attraction*, *accessibility*, *amenities*, *ancillary*, dan *awareness*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kolam Renang Surya Indah memiliki kekuatan pada penerapan konsep halal, pelayanan ramah, dan dukungan masyarakat setempat. Namun, keterbatasan fasilitas dan promosi masih menjadi kendala. Strategi pengelolaan yang diterapkan berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan, pemeliharaan fasilitas secara bertahap, serta penguatan promosi untuk menghadapi persaingan destinasi wisata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan wisata halal yang terintegrasi antara strategi internal dan dukungan lingkungan sosial dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata halal.

**Kata kunci:** Wisata Halal, Strategi Pengelolaan, Analisis *SWOT*

## DAFTAR ISI

|                                                          | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------------------------------|----------------|
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>            | <b>i</b>       |
| <b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>       | <b>ii</b>      |
| <b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>       | <b>iii</b>     |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                              | <b>iv</b>      |
| <b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>      | <b>vii</b>     |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                      | <b>x</b>       |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                  | <b>xi</b>      |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                | <b>xiii</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                               | <b>xiv</b>     |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                             | <b>xv</b>      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                           | <b>1</b>       |
| 1.1 Latar Belakang.....                                  | 1              |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                | 8              |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                               | 9              |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                              | 9              |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                           | 9              |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>                        | <b>11</b>      |
| 2.1 Kajian Tentang Pariwisata.....                       | 11             |
| 2.1.1 Pengertian Pariwisata .....                        | 11             |
| 2.1.2 Destinasi Wisata .....                             | 12             |
| 2.1.3 Konsep Daya Tarik Wisata .....                     | 13             |
| 2.2 Wisata Halal .....                                   | 14             |
| 2.2.1 Pengertian Wisata Halal .....                      | 14             |
| 2.2.2 Karakteristik dan Kriteria Umum Wisata Halal ..... | 16             |
| 2.2.3 Dasar Hukum.....                                   | 17             |
| 2.2.4 Indikator Wisata Halal.....                        | 19             |
| 2.3 Minat Wisatawan Berkunjung Kembali.....              | 20             |
| 2.4 Teori Yang digunakan .....                           | 22             |
| 2.4.1 Analisis SWOT.....                                 | 22             |
| 2.5 Penelitian Terkait .....                             | 24             |
| 2.6 Kerangka Berpikir.....                               | 34             |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                    | <b>36</b>      |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                               | 36             |
| 3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....          | 36             |
| 3.3 Sumber Data .....                                    | 37             |
| 3.4 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....          | 37             |
| 3.5 Informan Penelitian .....                            | 38             |

|                                                                                                       |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data .....                                                                     | 39        |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                                                                        | 40        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                              | <b>44</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                                             | 44        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                                            | 47        |
| 4.2.1 Kondisi Pengelolaan Wisata Halal di Kolam Renang Surya<br>Indah Berdasarkan Analisis SWOT ..... | 47        |
| 4.2.2 Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berdasarkan Analisis<br>SWOT .....                            | 68        |
| 4.3 Pembahasan .....                                                                                  | 73        |
| 4.3.1 Kondisi Pengelolaan Wisata Halal di Kolam Renang Surya<br>Indah Berdasarkan Analisis SWOT ..... | 73        |
| 4.3.2 Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berdasarkan Analisis<br>SWOT .....                            | 82        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                            | <b>87</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                  | 87        |
| 5.2 Saran .....                                                                                       | 88        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                           | <b>89</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                 | <b>93</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                     | <b>Halaman</b> |
|-------------------------------------|----------------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....   | 30             |
| Tabel 3.1 Matriks SWOT .....        | 42             |
| Tabel 4.1 Informan Penelitian ..... | 47             |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                            | <b>Halaman</b> |
|------------------------------------------------------------|----------------|
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....                         | 35             |
| Gambar 4.1 Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam..... | 46             |





## DAFTAR LAMPIRAN

|                                          | <b>Halaman</b> |
|------------------------------------------|----------------|
| Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....       | 93             |
| Lampiran 2. Informan Penelitian.....     | 96             |
| Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian ..... | 100            |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kementerian Pariwisata memilih beberapa provinsi sebagai destinasi wisata halal yaitu Aceh, Sumatra Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat dan Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang dipersiapkan menjadi destinasi wisata halal (Kurniawan et al., 2019) dalam (Faraby 2021).

Aceh adalah daerah provinsi yang merupakan kesatuan masyarakat hukum yang bersifat istimewa dan diberi kewenangan khusus untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945, yang dipimpin oleh seorang gubernur.

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dikelola menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung wisatawan local dan mancanegara, Selain memiliki ekonomi yang besar, pariwisata juga menjadi aktivitas yang menarik bagi banyak orang, kerana dapat mengurangi kebosanan, Mendorong perkembangan kreativitas, dan meningkatkan produktivitas pribadi.

Strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi, faktor pendukung yang sesuai dengan dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki cara

untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi juga merupakan perangkat luas rencana organisasi untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan. (sartika, 2021).

Indonesia dikenal karena memiliki beragam suku, budaya, dan seni yang khas. Disamping itu, Indonesia juga mempunyai kekayaan alam yang melimpah. Letak geografis Indonesia yang berada di sekitar garis khatulistiwa menjadikannya memiliki kekayaan flora dan fauna yang besar, yang bisa menjadi sumber ekonomi yang meningkat jika dikelola dengan baik oleh masyarakat. Sektor pariwisata dianggap penting dalam pembangunan negara atau daerah (Manajemen et al., 2023).

Sektor pariwisata yang mengalami pertumbuhan adalah wisata yang memenuhi prinsip-prinsip halal atau wisata halal. Pariwisata halal merupakan konsep yang lebih dari sekedar bentuk pemasaran destinasi wisata. Konsep ini memahami bahwa wisatawan muslim memiliki persyaratan dan keyakinan khusus yang perlu diperhatikan dalam perjalanan mereka, seperti layanan dan *owner* yang mematuhi Syariah Islam. (Ryan, 2015) dalam (Pratiwi, 2023). Halal merupakan topik penting di kalangan umat Islam yang menjadi standar dalam melakukan sesuatu, baik diperbolehkan maupun dilarang menurut aturan Islam. Halal artinya halal yang merupakan kebalikan dari haram yang artinya dilarang atau tidak diperbolehkan oleh undang-undang (Mukhtar & Butt, 2012; (El-Gohary, 2016) dalam (Pratiwi 2023).

Dalam industri pariwisata, ada keterkaitan yang saling menguntungkan antara sektor pariwisata yang mematuhi prinsip halal dan peluang bisnis yang sesuai dengan prinsip halal (Battour et al., 2022). Pernyataan ini didukung oleh pendapat (Salahedeen et al., 2019) dalam (Battour et al., 2022) yang menyatakan bahwa saat ini, pasar Halal global

termasuk pariwisata Halal adalah pasar dengan pertumbuhan tercepat dan merupakan peluang yang baik bagi wirausaha. Banyak pengelola wisata kini berusaha mengembangkan serta menawarkan beragam produk pariwisata dan layanan kuliner yang memperhitungkan *owner* dan kebutuhan atribut wisata halal, yang sesuai dengan syariat islam, guna memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.

Menurut (Bawazier,2013) wisata halal adalah wisata yang prosesnya sesuai dengan prinsip syariah Islam dengan niat untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah SWT, selama perjalanannya tidak meninggalkan ibadah dan tidak mengarah ke dalam hal-hal yang bertentangan dengan syariah Islam, makan dan minum yang halal, dan pulangnyanya mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT .

Wisata halal dalam ekonomi merujuk pada bentuk pariwisata yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah islam Wisata halal bukan hanya sebatas adanya makanan halal, tetapi yang lebih penting adalah tersedianya akomodasi,komunikasi, lingkungan dan pelayananyang ramah muslim, yaitu semua komponen yang memudahkan danmemberi kenyamanan bagi wisatawan muslim untuk melaksanakan ibadahnya (Bustamam, 2021).

Daerah istimewa Aceh mempunyai peraturan sendiri yaitu penetapan syariat Islam yang kaffah dan memiliki prinsip bahwa 3 Syariat Islam merupakan satu kesatuan adat, budaya dan sekaligus keyakinan yang harus dijunjung tinggi sebagai pedoman hidup masyarakat Aceh. Identiknya agama Islam di Aceh dapat dilihat dari bagaimana peraturan yang dibuat untuk mengatur serta menata kehidupan masyarakat Aceh dan orang asing yang datang ke tempat ini. Disamping itu aturan juga dibuat untuk membatasi kegiatan apa yang dilarang dan apa yang dianjurkan

sesuai dengan ajaran agama Islam. Provinsi Aceh secara *de facto* dan *de jure* merupakan satusatunya provinsi di Indonesia yang mendapat pengakuan secara legal dari negara untuk menerapkan Syariat Islam (Rahmi, 2017).

Kota Subulussalam adalah sebuah kota yang berada di Provinsi Aceh, Indonesia. Kota ini terletak di bagian barat pulau Sumatra, dan merupakan salah satu kota yang relatif baru di provinsi Aceh setelah pemekaran wilayah. Kota Subulussalam merupakan kota yang strategis. Secara historik, konon pusat kota Subulussalam dulunya berada di Rundeng. Rundeng merupakan tempat yang strategis karena di lintasi oleh sungai Soraya. Pada saat itu jalur transportasi yang paling populer adalah melalui jalur air. Sungai Soraya ramai di kunjungi karena selain melintasi Rundeng, juga melintasi gelombang, kota Cane atau bahkan melewati Aceh Tenggara. Seiring dengan perkembangan jaman ibukota mengalami beberapa kali pergantian wilayah, dimulai dari Rundeng kemudian pindah ke Bustaniyah dan Simpang Empat yang kemudian diganti nama menjadi Bandar Baru. Hingga pada tanggal 14 September oleh Gubernur aceh yang pada saat itu di jabat oleh Prof.Ali Hasyimi mengganti nama Simpang Empat menjadi Subulussalam atau “jalan menuju kedamaian”.

Kota Subulussalam memiliki luas daerah yang sangat besar mencapai 139.100 hektar, pada pertengahan tahun 2008 jumlah penduduknya berkisar 68.729 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki 33.883 jiwa dan perempuan 34.846 jiwa, bahwa terdapat lebih banyak jumlah penduduk perempuan di bandingkan dengan laki-laki. Laju pertumbuhan kota Subulussalam cukup tinggi yaitu pada tahun 2014 jumlah penduduk mencapai 73.708 jiwa. Mempunyai penduduk dari berbagai latar belakang etnis 139 diantaranya Etnis Singkil (boang), etnis

Batak (Pak-pak), etnis Aceh, Etnis Alas, Minang dan Jawa menjadikan kota ini sebagai kota yang multi etnis.

Dalam komunikasi sehari-hari penduduk Kota Subulussalam menggunakan bahasa daerah yaitu Bahasa Boang dan Bahasa Pak-pak. Mempunyai lingkungan sosial tersendiri, segala tingkah laku dan pola hidup yang dilalui memiliki ciri sendiri karena letak geografis juga mempengaruhi segala tingkah laku pada masyarakat. Kota subulussalam merupakan kota yang kaya akan tempat wisata salah satunya wisata Kolam Renang Surya Indah.

Renang merupakan suatu aktivitas yang dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan manusia. Berenang di kolam renang menjadi kegiatan olahraga atau rekreasi yang banyak digemari oleh masyarakat termasuk anak-anak. Kolam renang atau wisata air merupakan salah satu bisnis yang sangat menarik dan menjanjikan banyak keuntungan untuk para pebisnisnya. Oleh sebab itu, bisnis ini sangat ketat persaingannya. Bisnis kolam renang atau wisata air pada dasarnya tergolong ke dalam kategori bisnis jasa penyewaan property (berupa kolam renang) yang disewakan. Bisnis kolam renang atau wisata air yang senantiasa dijaga oleh para pemilik atau pegawainya, maka akan senantiasa utuh. Bisnis ini relatif murah biaya operasionalnya, dikarenakan biaya operasionalnya yang murah, bisnis ini cukup tinggi membawa keuntungan bagi pemiliknya. Bisnis ini tidak sulit untuk mencari pelanggan bila dibandingkan dengan bisnis yang lain. Selain itu dalam pengelolaannya bisnis kolam renang atau wisata air, pemiliknya dapat berbisnis sampingan seperti bisnis makanan dan minuman, dapat pula mengelola pendapatan dari parkir. (M Anindita, 2015).



Di desa sikelang Kecamatan Penanggalan Kota Subulussalam terdapat Wisata Kolam Renang yaitu Kolam Renang Surya Indah. Kolam Renang Surya Indah merupakan kolam renang yang memiliki air kolam yang jernih dan tanpa berbau kimia karena memiliki sumber mata air yang jernih yang dimana sangat jarang ada kolam sebersih dan alami kolam renang indah surya. Ada beberapa jenis kolam yaitu kolam anak-anak dan kolam dewasa. Kolam renang Surya Indah memiliki luas lahan yang terdiri dari tujuh kolam renang yaitu, satu kolam renang yang sangat luas untuk dewasa dan enam kolam renang untuk anak-anak hingga remaja , didalam lokasi kolam renang tersebut terdapat tempat kuliner yang menyediakan berbagai olahan makanan dan minuman, kolam renang Surya Indah juga menyediakan luas lahan parkir untuk para pengunjung.

Disamping itu berdirinya kolam renang Surya Indah membantu para masyarakat untuk membuka peluang usaha mulai dari jalan simpang masuk hingga di area kolam renang, namun terdapat kendala dimana kolam renang Surya Indah tidak setiap hari ramai, para pengunjung hanya datang pada hari-hari libur/*weekend* dan hanya pada hari-hari besar kolam renang Surya Indah penuh dengan pengunjung seperti lebaran dan tahun baru. Pihak kolam renang melakukan strategi pengelolaan dengan memperluas lahan kolam renang, menambah *owner* seperti pondok , menyediakan tempat kuliner dengan berbagai macam olahan makanan. Pihak kolam renang pun juga membuat spanduk untuk menarik minat pengunjung namun spanduk tersebut hanya di pasang didepan jalan masuk kolam Surya Indah. Strategi yang digunakan oleh pengelola kolam renang Surya Indah memang tidak aktif dalam sosial media, tetapi mereka mengutamakan strategi pemasaran secara nyata yaitu : dengan memberi harga tiket masuk murah yaitu 10.000/anak-anak 15.000 untuk remaja dan

20.000 untuk dewasa, membuat event lomba renang untuk anak-anak dan dewasa, menyediakan *spot* photo untuk pengunjung, pelayanan karyawan kolam renang juga sangat baik/ramah, kualitas kolam renang juga sangat nyaman untuk para pengunjung.(sartika, 2021).

Dengan berkembangnya industri wisata halal semakin membuktikan bahwa apabila ajaran dan aturan Islam diimplementasikan tidak akan menghambat kemajuan usaha-usaha yang sudah berjalan namun bahkan dapat lebih meningkatkan keunggulannya. Tren wisata halal sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini telah menjadi kekuatan wisata dunia yang mulai berkembang pesat (Ina Aniyati, 2018). Penelitian World Tourism Organization menunjukkan bahwa pariwisata memberikan sumbangan besar dalam penciptaan lapangan kerja. Dari Sembilan kesempatan kerja yang tersedia secara global saat ini, satu diantaranya berasal dari pariwisata (M. Zaky Mubarak Lubis, 2018). Penerapan sistem halal atau syariah pada tempat wisata-wisata bertujuan untuk memberikan kenyamanan terhadap pengunjung muslim. Sistem wisata halal berfungsi untuk hal-hal positif seperti, memberikan fasilitas beribadah yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, sama halnya dengan wisata kolam Renang Surya Indah Sikelang Kota Subulussalam yang juga wajib menerapkan sistem wisata halal baik dari segi pakaian, makanan, *owner* dan lainnya.

Sebagian besar penelitian tentang wisata halal masih berfokus kepada aspek potensi dan pengembangan saja. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Furri Nahrisah (2023) yang berjudul “*Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Wisata Halal Di Kawasan Lampuuk Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar*” dan penelitian yang dilakukan oleh oleh Juliansyah Silitonga (2021) yang berjudul “*Analisis*

*Potensi Wisata Halal Air Terjun Silima-Lima*”. Dua penelitian ini terfokus kepada pengembangan dan potensi wisata halal. Namun, belum banyak penelitian yang membahas strategi wisata halal dalam meningkatkan minat pengunjung, oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengeksplorasi strategi-strategi wisata halal dalam meningkatkan minat pengunjung secara lebih kontekstual.

Dari penjelasan di atas bahwa wisata halal merupakan tren gaya hidup sekarang untuk memperkenalkan pariwisata-pariwisata di Indonesia termasuk Aceh khususnya Kolam Renang Surya Indah yang terletak di desa Sikelang Kota Subulussalam. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian ini diharapkan dapat menyusun strategi komprehensif yang tidak hanya meningkatkan kualitas destinasi wisata halal, tetapi juga untuk menarik wisatawan atau pengunjung. Maka dari itu penulis mengambil penelitian ini dengan judul **“Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berbasis SWOT Pada Kolam Renang Surya Indah Dalam Menarik Minat Pengunjung di Kota Subulussalam.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian yang dijadikan fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi pengelolaan Kolam Renang Surya Indah di Kota Subulussalam?
2. Bagaimana strategi pengelolaan yang dapat dirumuskan berdasarkan analisis SWOT dalam meningkatkan minat pengunjung kolam renang Surya Indah?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang dan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis bagaimana kondisi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah saat ini di Kota Subulussalam.
2. Untuk menganalisis bagaimana strategi pengelolaan wisata halal yang dapat dirumuskan berdasarkan analisis SWOT untuk meningkatkan minat pengunjung kolam renang Surya Indah.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan pengembangan kajian ilmu Ekonomi Syariah khususnya terkait strategi pengelolaan wisata halal dalam meningkatkan minat pengunjung.

#### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi kolam renang Surya Indah serta pihak terkait dalam menyusun dan menerapkan strategi pengelolaan wisata halal guna meningkatkan minat pengunjung

### 1.5 Sistematika Penulisan

#### Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang dimulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

**Bab II : Landasan Teori**

Bab ini menjelaskan tentang kerangka teori yang berisi konsep-konsep yang terkait dan penting untuk dikaji sebagai landasan dalam menulis bab serta membahas teori dengan penelitian terkait.

**Bab III : Metodologi Penelitian**

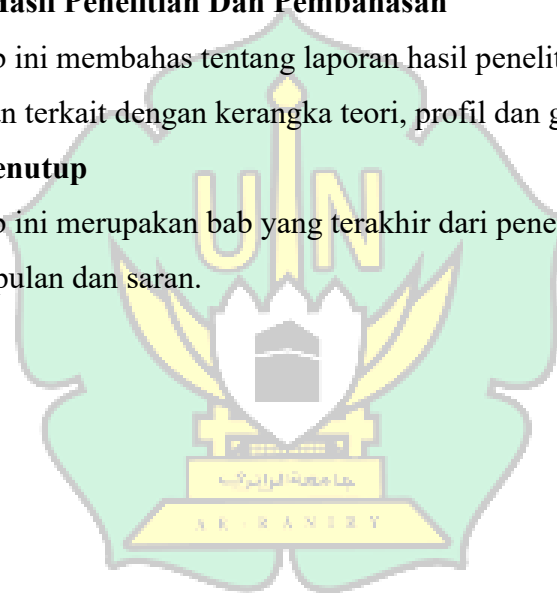
Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

**Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Bab ini membahas tentang laporan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan kerangka teori, profil dan gambaran objek.

**Bab V : Penutup**

Bab ini merupakan bab yang terakhir dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Tentang Pariwisata**

##### **2.1.1 Pengertian Pariwisata**

Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu pari = sempurna, lengkap, tertinggi, dan visat perjalanan, sehingga pariwisata dapat diartikan perjalanan yang sempurna atau lengkap. Sebagai salah satu bentuk kegiatan ekonomi, pariwisata merupakan kegiatan industri yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memperluas lapangan kerja, meningkatkan penghasilan bagi daerah serta bagi pihak terkait dan sekitarnya, sehingga standar hidup menjadi meningkat serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya (Hamida & Zaki, 2020).

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang pada waktu tertentu dari satu lokasi ke lokasi lainnya setelah melakukan persiapan sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesenangan. Selain itu, pariwisata juga diartikan sebagai perjalanan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dengan maksud untuk bersantai. Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau keluarga ke suatu tempat sementara yang bukan tempat tinggal asal mereka, dengan tujuan untuk menemukan ketenangan, kedamaian, keseimbangan, harmoni, dan kebahagiaan jiwa. Faktor-faktor yang mendukung pariwisata meliputi beragam *owner* dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Mularsari, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan perjalanan seseorang untuk menuju suatu tempat yang bisa memenuhi kepuasan diri untuk bersenang-senang serta juga bisa berfungsi untuk

meningkatkan perekonomian masyarakat karena bisa membuka lapangan pekerjaan.

Sistem pariwisata menunjukkan bahwa pariwisata berada di dalam lingkungan fisik, teknologi, sosial, budaya, ekonomi dan politik. Sistem ini melibatkan dua tipe area yaitu area yang menghasilkan dan area yang menerima. Bagian dari area yang menghasilkan terdiri dari pelayanan tiket, tur operator, dan agen perjalanan, ditambah dengan pemasaran dan kegiatan promosi dari persaingan kawasan tujuan. Saluran transportasi dan komunikasi yang menghubungkan bagian dari sistem pariwisata melalui transportasi udara, daratan dan air yang membawa turis ke/ dan/dari ada lah ketiga bagian tersebut. Sedangkan area penerima menyediakan fungsi akomodasi, catering, minuman, industri hiburan, objek dan atraksi wisata, tempat pembelanjaan dan pelayanan wisata.

Definisi pariwisata juga telah diatur secara jelas dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Undang-undang ini menegaskan bahwa pariwisata merupakan suatu sistem yang terintegrasi, melibatkan berbagai pihak, serta memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pengembangan budaya (Sari et al., 2023). Dengan demikian, pariwisata tidak hanya dipandang sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai sektor strategis dalam pembangunan nasional yang memiliki dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

### **2.1.2 Destinasi Wisata**

Dalam setiap tempat wisata, ada banyak komponen yang saling berhubungan. Agar pengunjung memiliki pengalaman yang memuaskan selama



kunjungan mereka, elemen ini sangat penting. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang ke tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu. Di sisi lain, destinasi wisata merupakan pusat daya tarik yang dapat memberikan kepuasan khususnya pengunjung (Ni Ketut Riani, 2021).

Destinasi wisata merupakan potensi yang menjadi alasan wisatawan berkunjung ke suatu daerah, dalam pengembangan objek wisata dapat pula diartikan sebagai suatu usaha untuk membuat jadi lebih baik atau segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan oleh manusia sehingga merasa puas dan senang sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung (Gamal Suwanto, 2019).

Destinasi wisata merupakan kawasan geografis yang memiliki daya tarik wisata dan didukung oleh fasilitas, aksesibilitas, serta keterlibatan masyarakat dalam menunjang kegiatan kepariwisataan. Dalam perspektif hukum terbaru, hal ini ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2025 tentang Kepariwisata yang menyebutkan bahwa destinasi pariwisata adalah suatu kawasan terintegrasi dengan berbagai unsur pendukung yang dikelola secara terpadu, profesional, dan berkelanjutan. Undang-undang ini juga menekankan pentingnya peningkatan kualitas layanan, pelestarian lingkungan, serta pemberdayaan masyarakat lokal, sehingga destinasi wisata tidak hanya menjadi tempat kunjungan, tetapi juga bagian dari sistem pembangunan pariwisata yang berorientasi pada kesejahteraan dan keberlanjutan (BPK, 2025).

### **2.1.3 Konsep Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata fokus utama dalam pengembangan wisata karena merupakan penggerak utama dalam memotivasi konsumen untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pada pasal 1 ayat 5 menyatakan bahwa:

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keaneragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, daya tarik wisata harus dikelola sedemikian rupa agar keberlangsungan dan kesinambungannya terjamin.

Adapun prinsip daya tarik wisata yang memenuhi syarat itu ada tiga adalah sebagai berikut (Joko Triyono, Damiasih & Syawal Sudiro, 2018).

a. *Something too see* (ada yang dilihat)

Di tempat tersebut harus ada objek dan daya tarik wisaya yang berbeda dengan yang lain. Dengan kata lain, daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi buday yang dijadikan hiburan bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

b. *Something to do* (ada yang dikerjakan)

Selain menawarkan berbagai atraksi yang menarik, suatu destinasi wisata juga perlu menyediakan *owner* rekreasi yang memadai agar pengunjung merasa nyaman dan betah berlama-lama di sana.

c. *Something to buy* (ada yang dibeli/souvenir)

Destinasi wisata harus menyediakan *owner* belanja yang menawarkan berbagai souvenir dan kerajinan khas daerah sebagai kenang-kenangan yang dapat dibawa pulang oleh wisatawan.

## 2.2 Wisata Halal

### 2.2.1 Pengertian Wisata Halal

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi,

pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sanksekerta yaitu terdiri dari suku dan kata “pari” berarti berkeliling atau bersama, dan suku kata “Wisata” berarti perjalanan(Listiawati,dkk, 2018).

Pariwisata halal kini tengah menjadi trending dunia (Adinugraha et al., 2021) dan merupakan konsep yang relatif baru di industri pariwisata (Yagmur et al., 2019) yang mengacu pada kegiatan yang sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam dalam penyelenggaraan kepariwisataan (Ebrahim et al., 2019).

Menurut Pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pendoman penyelenggaraan usaha hotel halal, yang dimaksud halal adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Wisata halal bisa diartikan kegiatan yang di dukung oleh berbagai *owner* dan layanan yang disediakan Masyarakat, pengusaha, pemerintah daerah dengan memenuhi ketentuan syariah. Wisata halal juga tidak terbatas hanya pada wisata religi dia juga bisa berupa wisata alam, wisata budaya, wisata buatan yang dibungkus dengan nilai-nilai Islam.

Wisata halal sering disebut juga dengan istilah *islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel* ataupun *moslem friendly destination*. Didefinisikan sebagai aktivitas wisatawan muslim yang ingin kebutuhannya terpenuhi selama perjalanan dan sesuai dengan kaidah islam (Abbas, 2022).

Di Indonesia, istilah "wisata halal" berarti kegiatan yang didukung oleh berbagai *owner* dan layanan yang sesuai dengan syariah yang disediakan oleh individu, perusahaan, pemerintah daerah, dan masyarakat umum (Nuhbatul Basyariah, 2021). Pariwisata halal adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai *owner* dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Banyak orang

menggunakan pariwisata syariah karena sifat universal produk dan jasanya. Produk, jasa, objek, dan tujuan pariwisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek, dan tujuan pariwisata umumnya.

Carboni mendefinisikan bahwa pariwisata halal atau pariwisata islam adalah pariwisata yang sesuai dengan islam, yang melibatkan orang-orang islam yang tertarik menjaga sesuai dengan kebiasaan agama personal mereka pada saat dalam perjalanan. Ia berpandangan bahwa pariwisata Islam tidak terbatas hanya untuk tujuan agama dan tidak eksklusif atau hanya di Negara-negara muslim saja (Amirah Ahmda Nahrawi et al., 2020).

Dapat disimpulkan bahwa wisata halal merupakan konsep wisata halal adalah kegiatan wisata yang berlandaskan dengan keislaman dan tidak bertentangan dari ajaran ajaran yang diperintah oleh Allah SWT serta selalu memberikan *owner* untuk beribadah di saat konsumen ingin melaksanakan kewajiban shalat lima waktunya.

### **2.2.2 Karakteristik dan Kriteria Umum Wisata Halal**

Menurut Fatwa DSN MUI No. 108/2026, wisata halal adalah berbagai jenis kegiatan wisata dan didukung berbagai *owner* serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah yang sesuai dengan prinsip halal. Destinasi wisata halal dipandang sebagai kawasan geografis yang berada dalam suatu wilayah yang didalamnya terdapat daya Tarik wisata, *owner* pariwisata, *owner* umum dan ibadah, aksesibilitas dan Masyarakat yang saling terkait serta melengkapi sehingga terwujud nya sebuah objek wisata yang sesuai dengan prinsip halal tersebut.

Menurut Global Muslim Travel Index (GTMI), (2019), menjelaskan standar wisata Halal adalah sebagai berikut:

1. Destinasi Ramah Keluarga.

2. Tujuan wisata harus ramah keluarga dan anak-anak.
3. Keamanan bagi wisata muslim
4. Jumlah kedatangan wisatawan muslim yang ramai
5. Makanan terjamin halal.
6. Layanan dan *owner* ramah bagi muslim ( muslim friendly)
7. Akses ibadah yang baik dan layak
8. *Owner* bandara ramah bagi muslim
9. Akomodasi yang memadai
10. Kesadaran halal dan pemasaran destinasi
11. Kemudahan komunikasi
12. Jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisata muslim
13. Konektivitas transportasi udara
14. Persyaratan Visa

### 2.2.3 Dasar Hukum

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk bepergian, bahkan salah satu ulama yang cukup terkenal bernama Ibnu Batutah, adalah salah satu explorer ulung asal Maroko yang di kenal baik di dunia barat maupun islam. Dalam islam mengenal istilah hijrah berpindahnya seseorang dari suatu tempat ke tempat lainnya yang lebih baik, karena dalam hijrah setidaknya ada 3 manfaat.

Rasulullah SAW juga melakukan perjalanan isra' dari Masjidil Haram ke Masjidil Aqsa, dan mendapat perintah hijrah dari Makkah ke Madinah, empat kali melakukan perjalanan umrah dari Madinah ke Makkah, satu kali menunaikan ibadah haji, padahal ibadah haji merupakan salah satu dari lima rukun islam. Oleh karena itu, bisa dipahami bahwa Islam mengisyaratkan, menegaskan, mengajarkan, bahkan memerintahkan umatnya untuk sering-sering melakukan perjalanan, wisata, *traveling* guna untuk mendapatkan refreking dan Pelajaran moral-spiritual (Nasik, 2019).

Sumber hukum wisata halal dalam konteks yang sekarang yaitu didasarkan pada Fatwa DSN MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan wisata berdasarkan prinsip halal dan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Serta bersumber pada Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma. Sebagaimana firman Allah SWT di dalam Al-Qur'an surah Al-An'am (6) ayat 11, dan surah Saba' (34) ayat 18;

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ ﴿١١﴾

Artinya: Katakanlah (Muhammad), “Jelajahilah bumi, kemudian perhatikan bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu”( Al-Anam:11).

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَرَكْنَا فِيهَا قُرًى ظَاهِرَةً وَقَدَرْنَا فِيهَا السَّيْرَ  
سِيرُوا فِيهَا لَيَالِيَ وَأَيَّامًا آمِنِينَ ﴿١٨﴾

Artinya : “Kami jadikan antara mereka dan negeri yang kami berkahi (Syam) beberapa negeri yang berdekatan dan kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak) perjalanan. Berjalanlah kamu di negeri-negeri itu pada malam dan siang hari dengan aman“(Saba’:18).

Berdasarkan penelitian di atas dapat dipahami bahwa Allah SWT telah menciptakan dunia dengan isi didalamnya dilimpahi keberkahan dan keindahan sehingga dianjurkan untuk manusia melakukan perjalanan dengan menikmati keindahan, keberagaman dengan aman.

Menurut peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia disebutkan bahwa:

1. Usaha wisata adalah usaha penyediaan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan wisata.

2. Sertifikasi usaha wisata adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha wisata untuk mendukung peningkatan mutu produk wisata, pelayanan dan pengelolaan usaha wisata melalui audit.
3. Standar usaha wisata adalah rumusan kualifikasi usaha wisata atau klasifikasi usaha wisata yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan usaha wisata.

Adapun pengaturan pariwisata di Aceh sendiri didasarkan pada Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 tentang Kepariwisataan yang menegaskan bahwa penyelenggaraan pariwisata harus berlandaskan nilai-nilai syariat Islam. Qanun ini mengatur berbagai aspek kepariwisataan, mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga pengawasan kegiatan wisata agar tetap sesuai dengan norma-norma Islam. Selain itu, qanun tersebut juga menekankan pentingnya menyediakan fasilitas dan layanan yang mendukung kenyamanan wisatawan Muslim, seperti ketersediaan makanan halal, tempat ibadah, serta lingkungan wisata yang menjunjung tinggi nilai moral dan etika Islami (Munzir et al., 2022).

#### **2.2.4 Indikator Wisata Halal**

*Global Muslim Travel Index* terdapat empat indikator dalam mewujudkan wisata halal, dalam penilaian wisata halal dunia, 4 indikator tersebut adalah:

1. *Accessibility* (aksesibilitas) merupakan jalan masuk atau izin masuk dari suatu daerah/tempat dimana kita dapat berhubungan dengan sumber daya yang terdapat dalam wilayah tersebut dengan izin yang dimiliki. Akses menjadi dasar kata aksesibilitas yang artinya dapat masuk atau mudah dijangkau atau dicapai (Echols dan Shadily, 2019).
2. *Communication* (komunikasi) merupakan suatu proses disaat seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi dan masyarakat menciptakan serta menggunakan informasi supaya terhubung dengan

lingkungan dan orang lain. Dalam wisata halal komunikasi berperan penting menyangkut informasi yang dibutuhkan wisatawan, oleh karena itu, komunikasi dijadikan salah satu indikator dalam menentukan wisata halal dunia.

3. *Environment* (lingkungan) Menurut Otto Sumarwoto lingkungan adalah jumlah keseluruhan benda dan keadaan yang terdapat didalam ruang yang mempengaruhi kehidupan kita. Lingkungan yang baik sangat mendukung bagi wisata halal tentunya. Lingkungan yang membuat wisatawan merasa nyaman dengan *owner* yang sudah disediakan wisata.
4. *Service* (layanan) merupakan tindakan yang ditawarkan dan diberikan oleh satu pihak ke pihak lain yang bentuknya tidak terwujud dan tidak mencerminkan kepemilikan oleh pihak lain. Namun, penilaiannya berupa kepuasan dan ketidakpuasan.

### 2.3 Minat Wisatawan Berkunjung Kembali

Minat pengunjung secara umum dapat didefinisikan sebagai kecenderungan keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat atau objek tertentu, seperti destinasi wisata, pusat pembelian, acara budaya, tempat hiburan lainnya (Aziza & Purwanto, 2022). Bagi penyelenggara atau pengelola suatu tempat, minat pengunjung sangat berpengaruh penting karena seberapa banyak yang akan datang atau menghadiri acara tersebut ((Bulan & Azmi, 2019).

Minat kunjungan ulang merupakan keinginan yang kuat dari pengunjung untuk mengulang berkunjung kembali sebagai respon langsung pasca kunjungannya di waktu lampau. Minat berkunjung seseorang dipengaruhi motivasi dan minat pada suatu objek wisata, sehingga minat berkunjung



merupakan suatu pernyataan tentang keinginan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa (Suhartapa, 2021).

Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap wisatawan untuk berkunjung kembali. Rohaeni dan Marwa (2018) mengemukakan bahwa persepsi kualitas layanan yang dirasakan merupakan tanggapan kognitif terhadap jasa yang ditawarkan, sedangkan kepuasan secara keseluruhan merupakan respon emosional yg didasarkan pada fenomena pandangan secara menyeluruh. Hal ini juga dikuatkan oleh Septianing dan Farida (2021) yang memberikan dukungan empiris terhadap hubungan antara kualitas dan nilai yang dirasakan. Hasil riset mereka menemukan bahwa pelayanan yang dirasakan merupakan penilaian yang fundamental atas kualitas pelayanan pada objek wisata. Indriastuty dkk (2020) melaporkan bahwa kualitas pelayanan akan meningkatkan persepsi terhadap nilai pelayanan yang dirasakan, dan juga akan memunculkan minat untuk membeli kembali.

Kepuasan pengunjung merupakan penilaian evaluasi setelah para wisatawan mengkonsumsi produk-produk yang disediakan oleh penyedia jasa atau menikmati panorama alam secara natural. Kepuasan tersebut secara komprehensif menimbulkan perasaan puas atau kecewa atas penyediaan atribut wisata (Samtono & Ardi, 2021). Hal ini sejalan dengan pendapat Fatini dan Dewi (2020) kepuasan, kepercayaan, dan ketahanan pelanggan memiliki pengaruh yang erat dengan kualitas layanan yang diterima sehingga berdampak positif terhadap pendapatan penyedia jasa wisata.

Kepuasan dan ketidakpuasan terhadap sesuatu akan mempengaruhi perilaku wisatawan selanjutnya. Jika wisatawan tersebut puas, maka dia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi dengan kembali lagi pada tempat tersebut, wisatawan yang merasa kepuasan tersebut juga cenderung akan menceritakan perihai-perihai yang baik, menarik tentang suatu tempat yang dia

kunjungi tersebut kepada orang lain. Namun, Para wisatawan yang tidak mendapatkan kepuasan mungkin tidak akan kembali pada tempat tersebut. Mereka mungkin akan mengambil tindakan publik seperti mengajukan keluhan ke sosial media, atau menceritakan ke pihak-pihak lain, proses informasi dan komponen kepuasan secara bersama-sama akan menjadi elemen yang penting dalam siklus berkunjung ulang.

## **2.4 Teori Yang digunakan**

### **2.4.1 Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut Pearce dan Robinson analisis SWOT adalah bagian dari proses manajemen strategik perusahaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan utama perusahaan. Kelemahan dan kekuatan utama tersebut dibandingkan dengan peluang dan ancaman ekstern sebagai landasan untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi (Nazarudin, 2020). Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu:

#### **1. Kekuatan (*Strengths*)**

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain. sehingga dapat membuat lebih kuat dari para pesaingnya. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relative terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar.

Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembelipemasok, dan faktor-faktor lain.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. *Owner*, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan 34 pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

#### 2.4.2 Faktor Eksternal dan Internal Dalam Perspektif SWOT

Bagian penting yang harus dilakukan untuk menganalisis SWOT adalah menganalisis faktor eksternal dan internal dari suatu perusahaan.

1. Faktor eksternal

Faktor ini berkaitan dengan kondisi di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup antara lain ekonomi, politik, teknologi, 36 kependudukan, dan sosial budaya. Faktor eksternal ini juga mempengaruhi terbentuknya opportunities dan threats (O dan T).

2. Faktor internal

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya strengths dan weaknesses (S dan W), faktor ini berkaitan dengan kondisi yang terjadi di dalam perusahaan, yang juga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan di perusahaan. Bagian-bagian yang tercakup dalam Faktor Internal adalah semua yang berhubungan dengan manajemen fungsional, seperti pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi serta manajemen dan budaya perusahaan.

## 2.5 Penelitian Terkait

Penelitian terkait yaitu penelitian yang memiliki keterkaitan variable dengan penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Chandra Winanda (2021) tentang *“Promosi Wisata Halal Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan Terhadap Pengusaha Kuliner”*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan data primer sebagai sumber data. Data yang diperoleh berdasarkan wawancara mendalam dan observasi lapangan terhadap informan. Informan penelitian ini berjumlah 11 orang yang terdiri dari Kepala Dinas Pariwisata Aceh Selatan, Kepala Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata, Seksi Pencitraan Dan Promosi Wisata, Sekretaris MPU Aceh Selatan dan pengusaha kuliner berjumlah 6 orang. Hasil penelitian dari penelitian ini yaitu Dinas Pariwisata menyampaikan promosi wisata halal terhadap pengusaha

kuliner dari mulut ke mulut kepada pengusaha, dari informasi tersebut mereka bisa mengetahui adanya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Aceh Selatan. Hambatan promosi wisata halal Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan terhadap pengusaha kuliner dan Home Industri terbagi dalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti kekurangan dana dan Kepala Bidang (Kabid) dibagi dalam dua bidang hal tersebut membuat pengurusan sertifikasi semakin sulit, sebab tidak difokuskan pada satu Kabid jika disatukan dalam satu Kabid kemungkinan urusan masyarakat dalam mengurus sertifikasi halal semakin mudah. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu lemahnya kesadaran masyarakat dan belum ada sanksi yang tegas terkait pengusaha yang belum memiliki sertifikasi halal.

Penelitian yang dilakukan oleh Furri Nahrishah (2023) yang berjudul *“Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Wisata Halal Di Kawasan Lampuuk Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar”*. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi lapangan dan dokumentasi serta Analisis SWOT untuk mendapatkan data yang diperlukan. Adapun informan penelitian ini berjumlah 8 orang. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Wisata Halal di Kawasan Lampuuk Kecamatan Lhoknga berpotensi dikembangkan sebagai wisata halal unggul di Kabupaten Aceh Besar. Strategi atau langkah yang dapat diambil oleh pengelola atau pemerintah daerah guna untuk peningkatan pengembangan wisata halal berupa *owner* parawisata berstandart syariah, penerapan nuansa keislaman, dan peningkatan mutu sumber daya manusia. Pemerintah Dinas Pariwisata Aceh Besar berperan sebagai pengelola destinasi wisata dalam pengembangan infrastruktur umum, seperti infrastruktur fisik dan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Juliansyah Silitonga (2021) yang berjudul *“Analisis Potensi Wisata Halal Air Terjun Silima-Lima”*. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, metode yang digunakan adalah analisis SWOT. Subjek penelitian ialah pihak pengelola Air Terjun Silima-lima, wisatawan yang pernah berkunjung ke Air Terjun Silima-lima, dan pihak Dinas Pariwisata Daerah Tapanuli Selatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi, keabsahan data yang digunakan yaitu membercheck. Berdasarkan hasil penelitian , diketahui bahwa wisata Air Terjun Silimalima memiliki kekuatan Air Terjun Silima-lima berupa keunikan dan keindahan air terjun, kelemahan Air Terjun Silima-lima *owner* area jogging track banyak yang rusak terutama pagar pembatas, tentu hal ini akan membahayakan wisatawan, peluang Air Terjun Silima-lima adalah berpeluang menjadi perintis sebagai destinasi wisata halal di Tabagsel, ancaman Air Terjun Silima-lima berupa kurangnya pemahaman masyarakat tentang wisata halal, kurangnya kesiapan SDM untuk mendukung terwujudnya destinasi wisata halal.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurohman dan Qurniawati (2021) tentang *“Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal”*. Penelitian ini bertujuan untuk Menyusun strategi pengembangan Desa Wisata Menggoro menjadi wisata halal agar lebih menarik minat kunjungan wisatawan. Metode yang digunakan adalah diskriptif kualitatif dengan analisis SWOT. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung terhadap desa wisata dan wawancara dengan pengelola desa wisata serta masyarakat yang terlibat langsung dengan wisata Desa Menggoro. Hasil dari penelitian berupa strategi pengembangan desa wisata menjadi wisata halal dengan memenuhi unsur-unsur wisata halal. Adapun strategi utama yang dilakukan adalah memasukan Desa Menggoro kedalam 40 peta wisata halal, membangun penginapan syariah, sertifikasi halal makanan khas, dan pembangunan galeri keunggunan desa.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati et al. (2022) yang berjudul *“Pengembangan Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Lokal”*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi wisata halal dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekitar destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara kepada pelaku usaha dan masyarakat lokal. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan wisata halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal mampu membuka peluang usaha baru, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan. Namun demikian, masih terdapat kendala seperti keterbatasan infrastruktur dan kurangnya promosi, sehingga diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam pengembangan destinasi secara berkelanjutan.

Penelitian oleh Hidayat dan Pratama (2023) tentang *“Strategi Pengembangan Wisata Halal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Pariwisata Daerah”*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan wisata halal. Data diperoleh melalui wawancara dengan stakeholder pariwisata serta studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat, seperti peningkatan kualitas layanan, penguatan branding halal, dan pengembangan fasilitas berbasis syariah, dapat meningkatkan daya tarik wisatawan, khususnya wisatawan Muslim. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah dan promosi digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata halal di tingkat nasional maupun internasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2021) dengan judul *“Tantangan dan Peluang Pengembangan Wisata Halal di Indonesia”*. Penelitian ini menggunakan

metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan wawancara terhadap pelaku industri pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor penghambat dan peluang dalam pengembangan wisata halal di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama meliputi kurangnya sertifikasi halal pada fasilitas wisata, keterbatasan sumber daya manusia yang memahami konsep wisata halal, serta belum optimalnya koordinasi antar pemangku kepentingan. Selain itu, peluang yang dimiliki sangat besar, terutama karena meningkatnya jumlah wisatawan Muslim global dan dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi syariah.

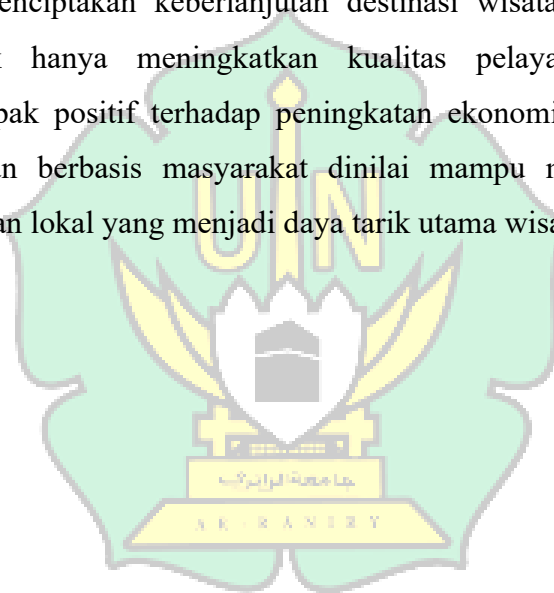
Penelitian oleh Putra dan Andini (2024) tentang “*Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Halal Berbasis Kualitas Layanan*”. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang melibatkan wisatawan sebagai responden utama. Penelitian ini menitikberatkan pada pentingnya kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan adalah ketersediaan fasilitas halal, kebersihan lingkungan, keramahan pelayanan, serta kemudahan akses informasi. Selain itu, pengelolaan destinasi yang profesional dan berbasis standar pelayanan juga menjadi kunci dalam meningkatkan loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali.

Penelitian oleh Lestari (2022) yang berjudul “*Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Awareness Wisata Halal*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan konsep wisata halal kepada masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial, kampanye digital, serta kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas mampu meningkatkan kesadaran



(*awareness*) masyarakat terhadap wisata halal. Selain itu, pendekatan komunikasi yang persuasif dan edukatif dinilai lebih efektif dalam membangun pemahaman masyarakat.

Penelitian oleh Maulana (2023) tentang “*Model Pengelolaan Wisata Halal Berbasis Masyarakat*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan fokus pada peran masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata halal. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat lokal sangat penting dalam menciptakan keberlanjutan destinasi wisata halal. Partisipasi masyarakat tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi lokal. Selain itu, model pengelolaan berbasis masyarakat dinilai mampu menjaga nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang menjadi daya tarik utama wisata halal.



**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

| No | Penelitian dan Judul                                                                                                                                                | Metode Penelitian                                                                                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                     | Persamaan                                                                                                                                                           | Perbedaan                                                                                           |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Chandra Winanda (2021) berjudul <i>"Promosi Wisata Halal Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan Terhadap Pengusaha Kuliner"</i> .                                  | Kualitatif dengan metode analisis data menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi                   | Hasil Penelitian menunjukkan Dinas Pariwisata menyampaikan promosi wisata halal terhadap pengusaha kuliner dari mulut ke mulut kepada pengusaha, dari informasi tersebut mereka bisa mengetahui adanya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Aceh Selatan.                    | Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sama-sama membahas tentang wisata halal dan juga metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif | Adapun perbedaannya penelitian ini dengan penelitian penulis terletak dari segi objek yang berbeda. |
| 2  | Furri Nahrishah (2023) yang berjudul <i>"Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Wisata Halal Di Kawasan Lampuuk Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar"</i> . | Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi lapangan dan dokumentasi serta Analisis SWOT | Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wisata Halal di Kawasan Lampuuk Kecamatan Lhoknga berpotensi dikembangkan sebagai wisata halal unggul di Kabupaten Aceh Besar. Strategi atau langkah yang dapat diambil oleh pengelola atau pemerintah daerah guna untuk peningkatan pengembangan | Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sama-sama membahas tentang wisata halal dan juga metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif        | Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian penulis terletak dari segi objek yang berbeda.        |

|   |                                                                                                |                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                       |                                                                                              |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                |                                                                                                         | wisata halal berupa <i>owner</i> parawisata berstandart syariah, penerapan nuansa keislaman, dan peningkatan mutu sumber daya manusia..                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                       |                                                                                              |
| 3 | Silitonga (2021) yang berjudul " <i>Analisis Potensi Wisata Halal Air Terjun Silima-Lima</i> " | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, metode yang digunakan adalah analisis SWOT | Hasil penelitian diketahui bahwa wisata Air Terjun Silimalima memiliki kekuatan Air Terjun Silima-lima berupa keunikan dan keindahan air terjun, kelemahan Air Terjun Silima-lima <i>owner</i> area jogging track banyak yang rusak terutama pagar pembatas, tentu hal ini akan membahayakan wisatawan, peluang Air Terjun Silima-lima adalah berpeluang menjadi perintis sebagai destinasi wisata halal di Tabagsel, ancaman Air Terjun Silima-lima berupa kurangnya | Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak di pembahasan penelitiannya yaitu tentang wisata halal serta di metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. | Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian penulis terletak dari segi objek yang berbeda. |

|   |                                                                                                                 |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                         |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                 |                                                                                            | <p>pemahaman masyarakat tentang wisata halal, kurangnya kesiapan SDM untuk mendukung terwujudnya destinasi wisata halal.</p>                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                         |
| 4 | <p>Nurohman dan Qurniawati (2021) <i>“Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal”</i>.</p> | <p>Metode penelitian yang digunakan adalah diskriptif kualitatif dengan analisis SWOT.</p> | <p>Hasil penelitian berupa strategi pengembangan desa wisata menjadi wisata halal dengan memenuhi unsur-unsur wisata halal. Adapun strategi utama yang dilakukan adalah memasukkan Desa Menggoro kedalam 40 peta wisata halal, membangun penginapan syariah, sertifikasi halal makanan khas, dan pembangunan galeri keunggunan desa.</p> | <p>Persamaan penelitian ini dengan penulis terletak di pembahasan penelitiannya yaitu tentang strategi wisata halal serta di metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif.</p> | <p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan sedangkan penelitian penulis membahas strategi untuk meningkatkan pengunjung dan juga objek wisata yang berbeda.</p> |
| 5 | <p>Rahmawati et al. (2022) yang berjudul <i>“Pengembangan Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi</i></p>       | <p>Kualitatif (observasi dan wawancara)</p>                                                | <p>Wisata halal membuka peluang usaha, lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat, namun terkendala</p>                                                                                                                                                                                                                      | <p>Sama-sama membahas wisata halal dan pengembangannya.</p>                                                                                                                                | <p>Fokus pada dampak wisata halal terhadap ekonomi masyarakat lokal.</p>                                                                                                                                                                |

|   |                                                                                                                                                  |                                            |                                                                                                                                      |                                                                   |                                                                                          |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | <i>Masyarakat Lokal</i>                                                                                                                          |                                            | infrastruktur dan promosi.                                                                                                           |                                                                   |                                                                                          |
| 6 | Hidayat & Pratama (2023) yang berjudul<br><br><i>“Strategi Pengembangan Wisata Halal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Pariwisata Daerah”</i> | Kualitatif + Analisis SWOT                 | Strategi penguatan branding halal, layanan, fasilitas syariah, dan promosi digital meningkatkan daya saing destinasi.                | Sama-sama menggunakan pendekatan strategi dan analisis SWOT.      | Fokus pada daya saing pariwisata daerah secara luas.                                     |
| 7 | Sari (2021) yang berjudul<br><br><i>“Tantangan dan Peluang Pengembangan Wisata Halal di Indonesia”</i>                                           | Kualitatif (studi literatur dan wawancara) | Tantangan: sertifikasi halal, SDM, koordinasi stakeholder.<br>Peluang: meningkatnya wisatawan Muslim global dan dukungan pemerintah. | Sama-sama membahas peluang dan tantangan wisata halal.            | Fokus pada kondisi wisata halal di Indonesia secara umum, bukan pada destinasi tertentu. |
| 8 | Putra & Andini (2024) yang berjudul<br><br><i>“Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Halal Berbasis Kualitas Layanan”</i>                        | Survei + Deskriptif kualitatif             | Kepuasan wisatawan dipengaruhi fasilitas halal, kebersihan, keramahan, dan akses informasi.                                          | Sama-sama membahas pengelolaan wisata halal dan kualitas layanan. | Metode menggunakan survei wisatawan sebagai responden utama.                             |
| 9 | Lestari (2022) yang berjudul<br><br><i>“Strategi Komunikasi dalam</i>                                                                            | Kualitatif (wawancara dan observasi)       | Media sosial, kampanye digital, dan komunikasi edukatif efektif meningkatkan                                                         | Sama-sama membahas promosi/komunikasi wisata halal.               | Fokus pada strategi komunikasi dan awareness, bukan                                      |

|    |                                                                                            |                                                          |                                                                                                              |                                                                      |                                                                                      |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <i>Meningkatkan Awareness Wisata Halal</i>                                                 |                                                          | awareness wisata halal.                                                                                      |                                                                      | pengelolaan destinasi.                                                               |
| 10 | Maulana (2023) yang berjudul “ <i>Model Pengelolaan Wisata Halal Berbasis Masyarakat</i> ” | Kualitatif deskriptif (wawancara mendalam dan observasi) | Keterlibatan masyarakat penting untuk keberlanjutan wisata halal serta berdampak positif pada ekonomi lokal. | Sama-sama membahas pengelolaan wisata halal dan dukungan masyarakat. | Fokus pada model pengelolaan berbasis masyarakat ( <i>community based tourism</i> ). |

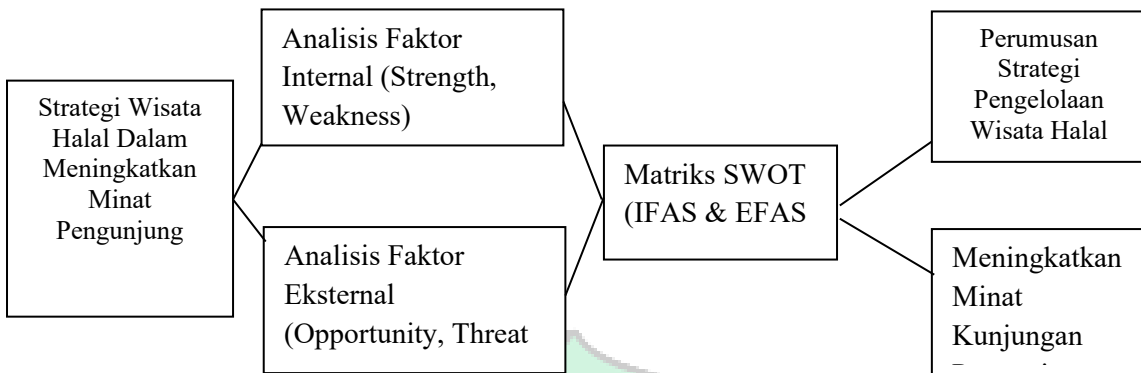
## 2.6 Kerangka Berpikir

Meningkatnya kesadaran umat Muslim terhadap produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah menciptakan peluang besar dalam sektor pariwisata, yaitu pengembangan wisata halal. Wisata halal tidak hanya menasar aspek keagamaan, tetapi juga merupakan pasar yang tumbuh cepat di dunia. Oleh karena itu, perlu adanya strategi khusus untuk memaksimalkan potensi ini agar dapat menarik minat lebih banyak pengunjung, terutama wisatawan Muslim.

Strategi wisata halal perlu diawali dengan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengetahui kondisi saat ini dari destinasi wisata. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, dilakukan analisis SWOT untuk menyusun strategi. Melalui strategi yang tepat, maka akan terjadi peningkatan minat dan kepercayaan wisatawan Muslim.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis strategi wisata halal dalam meningkatkan minat pengunjung pada kasus destinasi Kolam Renang Surya Indah Sikelang Kota Subulussalam. Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka yang telah dipaparkan, maka kerangka pemikiran peneliti dalam Gambar 2.1 berikut.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



Berdasarkan Gambar 2.1 di atas menunjukkan bahwa penelitian ini dimulai dari strategi pengelolaan wisata halal yang bertujuan untuk meningkatkan minat pengunjung. Untuk merumuskan strategi yang tepat, dilakukan analisis terhadap faktor internal yang meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), serta faktor eksternal yang meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Hasil dari kedua analisis tersebut kemudian diolah dalam matriks *SWOT* melalui pendekatan *IFAS* dan *EFAS*. Dari matriks ini akan dihasilkan rumusan strategi pengelolaan wisata halal yang lebih efektif. Pada akhirnya, strategi yang dirumuskan diharapkan mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke lokasi penelitian.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan cara mengumpulkan, mendeskripsikan, menyusun dokumen dan informasi yang faktual yang kemudian akan dianalisis. Penelitian deskriptif yaitu bentuk penelitian yang paling mendasar untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah maupun rekayasa manusia kemudian mengkaji dalam bentuk, karakteristik, aktivitas, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan fenomena lainnya (Putra, 2013). Pada teknik penelitian ini peneliti menggunakan pengumpulan data melalui tiga cara yaitu dengan pengamatan (observasi), wawancara (interview), dan dokumentasi. Penelitian ini berusaha menggambarkan atau mengetahui tingkat kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman terhadap Strategi Wisata Halal Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Destinasi Kolam Renang Surya Indah Sikelang Kota Subulussalam.

Fenomena yang akan disajikan secara apa adanya hasil penelitiannya diuraikan secara jelas tanpa adanya manipulasi. Ada beberapa pertimbangan kenapa peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif yaitu agar dapat mengetahui secara lengkap dan jelas tentang Strategi Pengelolaan Wisata Halal Kolam Renang Surya Indah Dalam Menarik Minat Pengunjung (Studi Destinasi Sikelang Kota Subulussalam).

#### **3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian terletak di wisata kolam renang Surya Indah Kota Subulussalam. Waktu penelitian dilakukan berdasarkan lama waktu kegiatan



penelitian dimulai dengan melakukan usaha penelitian, kegiatan survey lapangan, pembuatan proposal, kegiatan penelitian, pengumpulan data penelitian, sampai dengan pengumpulan hasil penelitian dan proses kegiatan penyelesaian penelitian. Penelitian ini di rencanakan 2 (dua) bulan tahun 2025.

### 3.3 Sumber Data

Sumber data merupakan sumber utama untuk menentukan metode pengumpulan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder (Sugiyono, 2008).

#### 1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang didapatkan secara langsung tanpa adanya perantara seperti gambaran umum perusahaan, struktur perusahaan, dan hasil karyawan (Tika, 2006). Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap pelaku usaha wisata dan pengunjung/wisatawan, wawancara mendalam, dan observasi. Guna melengkapi informasi/data, survei dan wawancara juga dilakukan terhadap dinas/instansi pemerintah daerah terkait, masyarakat lokal dan pengunjung/wisatawan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi (Saifuddin, 2016). Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3.4 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek dan objek merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono (2013:32). Adapun yang jadi subjek

penelitian adalah *owner* atau pemilik dan karyawan Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam serta pengunjung. Sedangkan objek penelitian ialah strategi pengelolaan wisata halal dalam meningkatkan minat pengunjung pada destinasi Kolam Renang Surya Indah Sikelang Kota Subulussalam.

### 3.5 Informan Penelitian

Pengertian informan adalah subyek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai fenomena/permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, informan terbagi menjadi tiga yaitu:

1. Informan kunci

Informan kunci adalah informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada masyarakat secara garis besar, juga memahami informasi tentang informan utama. Adapun informan utama dalam penelitian ini adalah 5 (lima) orang karyawan Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam.

2. Informan utama

Informan utama dalam penelitian kualitatif mirip dengan “aktor utama” dalam sebuah kisah atau cerita. Dengan demikian informan utama adalah orang yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian yang akan dipelajari. Adapun informan kunci dalam penelitian ini adalah *owner* atau pemilik Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam.

3. Informan Pendukung

Informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Informan tambahan terkadang memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama atau informan kunci. Adapun

informan pendukung dalam penelitian ini adalah 5 (lima) orang pengunjung Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013) Teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dan paling utama dalam melakukan suatu penelitian, karena bertujuan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *Interview* (wawancara), *kuesioner* (angka), dokumentasi dan gabungan. Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu:

#### 1. Observasi

Observasi adalah sebuah bentuk pengamatan awal yang peneliti lakukan untuk mengumpulkan data. Observasi dilakukan secara langsung tanpa adanya perantara, Observasi dilakukan secara langsung tanpa adanya prantara, dalam penelitian menggunakan observasi tak berstruktur. Menurut (Sugiyono, 2015) observasi tak berstruktur adalah observasi secara kesiapannya tidak disiapkan secara sistematis, karena peneliti belum tau pasti apa yang akan diamati. Sehingga dalam penelitian ini peneliti dapat melakukan pengamatan secara bebas, mencatat hal yang menarik melakukan analisis dan menarik kesimpulan dari apa yang sudah diteliti. Sehingga dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengamatan di wisata Kolam Renang Surya Indah Sikelang Kota Subulussalam.

#### 2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk bentuk komunikasi langsung dengan pihak-pihak terkait. (Yusuf, 2014) Wawancara merupakan pertemuan antara peneliti dan narasumber secara langsung bertujuan untuk bertukar informasi dan ide-ide melalui tanya jawab sehingga dapat mendapatkan

makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur yang termasuk dalam kategori *In-dept interview* (wawancara mendalam) bertujuan untuk agar peneliti bisa menemukan permasalahan lebih terbuka sehingga mendapatkan informasi dan ide ide dari narasumber yang diwawancarai. Pedoman wawancara disusun berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti dengan 5W+1H dan mengelompokkan pertanyaanya kepada masing-masing narasumber. Kemudian melakukan wawancara mendalam terkait penerapan strategi wisata halal di destinasi Kolam Renang Surya Indah Sikelang.

### 3. Dokumentasi.

Dokumentasi disini untuk mencari data berupa catatan, buku, surat kabar dan sebagainya yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2015) dokumen adalah sebuah catatan suatu peristiwa yang telah berlalu yang mana dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental dari seseorang. Penelitian ini mendapatkan data dokumentasi dari secara langsung berupa gambar dan video pada objek Destinasi Kolam Renang Surya Indah Sikelang.

## 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan peneliti adalah teknik analisis kualitatif. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang didapatkan pada saat wawancara, catatan lapangan serta bahan-bahan lainnya, sehingga mudah dipahami dan temuannya tersebut dapat di informasikan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, ialah suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan data tersebut menjadi hipotesis. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada

saat memasuki lapangan hingga selesai (Sugiyono, 2008). Proses analisis data diantaranya meliputi:

1. *Data Reduction* (reduksi data), data yang diperoleh dari lapangan terbilang cukup banyak untuk perlu adanya rangkuman secara rinci, teliti, fokus, kode, mencari tema, dan menulis memo yang berkaitan dengan penelitian peneliti. Data yang reduksi akan memberikan gambaran yang sangat jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara pimpinan dan staf bidang pemasaran, peneliti akan mengecek ulang, membuang data yang tidak perlu bertujuan untuk memperoleh hasil yang benar dan dapat dimengerti.
2. *Data Display* (penyajian data), penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Tujuan untuk memudahkan pembaca dan dapat menarik kesimpulan. Data yang direduksi tersebut akan disajikan dalam Bahasa yang mudah dipahami dan dapat dimengerti.
3. *Verification*, penarikan kesimpulan yang bersifat sementara dan akan berubah apabila bukti lapangan tersebut kuat. Penelitian tersebut setelah mendapatkan pengumpulan data yaitu wawancara. Kesimpulan tersebut yang dapat menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan narasumber, setelah data tersebut sudah disajikan dengan Bahasa yang mudah dimengerti lalu bisa ditarik kesimpulan.
4. Analisis SWOT atau Matriks SWOT, merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menyusun deskripsi tentang faktor-faktor strategi. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman yang akan dihadapi dan harus disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, selanjutnya matrik ini juga dapat menghasilkan empat kemungkinan strategis. Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini

penting karena mampu memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai kondisi objek penelitian, baik dari sisi internal maupun eksternal. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang berasal dari dalam pengelolaan wisata halal, serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang datang dari luar, seperti persaingan, tren wisata, dan kebijakan pemerintah sehingga terjawab rumusan masalah yang telah ditentukan peneliti di awal.

Tabel 3.1  
Matriks SWOT

| Internal Factor Analysis Summar (IFAS)                       | Strength (S)<br>Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan Internal                                                                                                  | Weaknesses (W)<br>Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan Eksternal          |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|                                                              |                                                                                                                                                                |                                                                            |
| External Factor Analysis Summar (EFAS)                       | Opportunities (O)<br>Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal<br>Strategi (SO)<br>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. | Strategi (WO)<br>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan peluang |
| Threats (T)<br>Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal | Strategi (ST)<br>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman                                                                           | Strategi (WT)<br>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan         |

|  |  |                     |
|--|--|---------------------|
|  |  | menghindari ancaman |
|--|--|---------------------|

1. Strategi SO

Memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

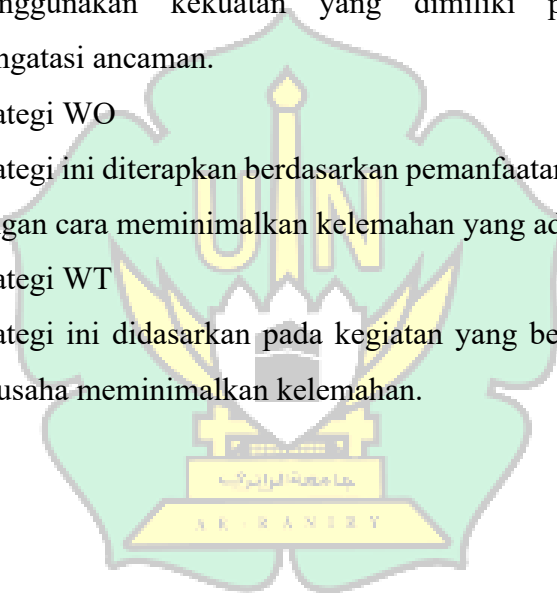
Menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kolam Renang Surya Indah merupakan salah satu destinasi wisata air yang cukup dikenal oleh masyarakat Kota Subulussalam sebagai tempat rekreasi keluarga yang mengedepankan kenyamanan, keamanan, serta kesesuaian dengan nilai-nilai sosial dan religius masyarakat setempat. Kolam renang ini juga sering disebut oleh warga sebagai Kolam Renang Sikelang, yang berlokasi di wilayah Penanggalan, Kota Subulussalam, Aceh. Destinasi wisata ini menjadi pilihan masyarakat karena menawarkan suasana liburan yang terjangkau, mudah diakses, dan memiliki daya tarik alam yang khas.

Keberadaan Kolam Renang Surya Indah tidak terlepas dari pemanfaatan potensi alam di sekitarnya, khususnya aliran Sungai Law Kombih yang memberikan nuansa sejuk dan alami. Lingkungan sekitar yang masih asri menjadikan kolam renang ini tidak hanya sebagai tempat bermain air, tetapi juga sebagai ruang relaksasi bagi pengunjung yang ingin menikmati suasana alam sambil berwisata bersama keluarga. Kondisi ini menjadi salah satu keunggulan yang membedakan Kolam Renang Surya Indah dengan destinasi wisata air lainnya yang cenderung bersifat buatan dan berada di tengah kawasan perkotaan.

Dari sisi pengelolaan, Kolam Renang Surya Indah dikelola secara mandiri oleh Ris Hamzah selaku pemilik dan pengelola utama. Pengelolaan kolam renang ini diarahkan pada konsep wisata keluarga yang ramah dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman yang berlaku di Aceh. Penerapan aturan berpakaian, tata tertib pengunjung, serta pengawasan terhadap aktivitas di area kolam dilakukan untuk menciptakan suasana yang aman, tertib, dan nyaman. Konsep wisata halal yang diterapkan menjadi identitas utama kolam renang ini dan berperan penting dalam



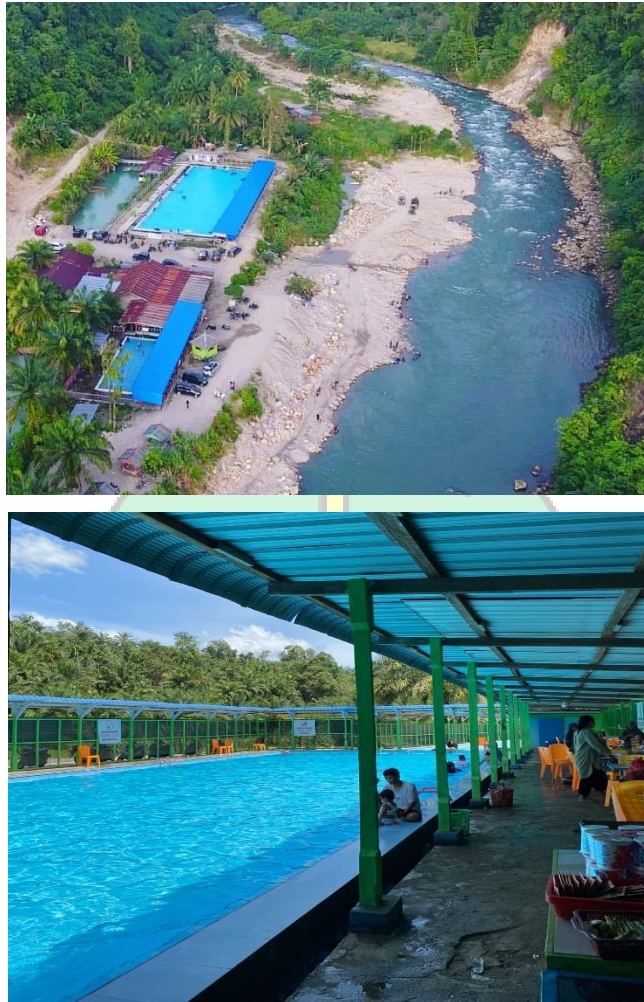
membangun kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan kenyamanan lingkungan wisata.

Dalam operasionalnya, Kolam Renang Surya Indah dibuka setiap hari dengan jam operasional mulai pukul 08.00 hingga 18.00 WIB. Rentang waktu tersebut memberikan keleluasaan bagi masyarakat untuk berkunjung, baik pada pagi, siang, maupun sore hari. Selama jam operasional, kebersihan kolam dan lingkungan sekitar dijaga secara rutin oleh karyawan, sehingga kualitas air dan kenyamanan area wisata tetap terpelihara. Selain itu, pelayanan yang diberikan kepada pengunjung dilakukan dengan pendekatan yang ramah dan komunikatif, terutama dalam memberikan informasi serta menjelaskan aturan yang berlaku kepada pengunjung yang baru pertama kali datang.

Fasilitas yang tersedia di Kolam Renang Surya Indah tergolong sederhana, namun difungsikan secara optimal untuk memenuhi kebutuhan dasar pengunjung. Kesederhanaan fasilitas tersebut diimbangi dengan suasana kekeluargaan dan lingkungan yang kondusif, sehingga pengunjung tetap merasa nyaman selama berada di lokasi wisata. Hal ini menjadikan kolam renang ini tidak hanya diminati oleh masyarakat sekitar, tetapi juga oleh pengunjung dari wilayah lain di Kota Subulussalam dan sekitarnya.

Secara umum, Kolam Renang Surya Indah memiliki peran yang cukup penting sebagai alternatif destinasi wisata air berbasis keluarga di Kota Subulussalam. Keberadaannya tidak hanya memberikan pilihan hiburan yang aman dan terjangkau bagi masyarakat, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang mendukung kegiatan rekreasi tanpa meninggalkan nilai-nilai agama dan budaya daerah. Dengan memadukan potensi alam, konsep wisata halal, pengelolaan yang menyesuaikan dengan kondisi masyarakat, serta jam operasional yang jelas, Kolam Renang Surya Indah terus mempertahankan

eksistensinya sebagai destinasi wisata yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat setempat.



**Gambar 4.1**  
**Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam**

Selanjutnya, informan dalam penelitian ini dipilih secara *purposive* (sengaja) berdasarkan keterkaitan dan pemahaman mereka terhadap objek penelitian. Informan terdiri dari owner/pemilik Kolam Renang Surya Indah, staf/karyawan yang terlibat langsung dalam pengelolaan, serta pengunjung yang memberikan

pandangan terkait pengalaman dan minat berkunjung. Adapun daftar informan penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Informan Penelitian

| No | Nama Informan | Usia (Tahun) | Status Informan | Alamat       |
|----|---------------|--------------|-----------------|--------------|
| 1  | Ris Hamzah    | 53           | Owner/Pemilik   | Subulussalam |
| 2  | Karina        | 24           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 3  | Mara          | 25           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 4  | Siti          | 35           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 5  | Mansah        | 32           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 6  | Rian          | 29           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 7  | Amri          | 24           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 8  | Rafi          | 21           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 9  | Sahrul        | 25           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 10 | Rizal         | 24           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 11 | Ihsan         | 21           | Pengunjung      | Subulussalam |

Sumber: Data Peneliti (2026)

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Kondisi Pengelolaan Wisata Halal di Kolam Renang Surya Indah Berdasarkan Analisis SWOT

#### 1. Kekuatan (*Strengths*)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *owner*, karyawan, dan pengunjung, diketahui bahwa Kolam Renang Surya Indah memiliki sejumlah kekuatan internal yang mendukung pengelolaan wisata halal. Kekuatan tersebut terlihat dari adanya komitmen pengelola dalam menerapkan nilai-nilai keislaman, perhatian yang konsisten terhadap kebersihan dan kenyamanan *owner*, penyediaan sarana pendukung ibadah, pelayanan yang ramah dan sopan, serta terciptanya suasana wisata keluarga yang aman dan tertib. Seluruh aspek tersebut saling berkaitan dan secara bersama-sama membentuk citra Kolam Renang Surya

Indah sebagai destinasi wisata halal yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Kota Subulussalam.

Komitmen terhadap penerapan konsep wisata halal menjadi kekuatan utama dalam pengelolaan Kolam Renang Surya Indah. Hal ini disampaikan langsung oleh Ris Hamzah (53) selaku *owner* Kolam Renang Surya Indah, yang menjelaskan bahwa konsep halal telah menjadi dasar dalam setiap kebijakan pengelolaan sejak awal pendirian kolam renang tersebut. Beliau menyampaikan:

“Sejak awal membuka kolam renang ini, saya memang punya niat supaya tempat ini bisa menjadi tempat rekreasi yang aman dan nyaman untuk keluarga muslim. Karena masyarakat di Kota Subulussalam ini mayoritas muslim, saya merasa penting sekali untuk menjaga aturan yang sesuai dengan nilai agama. Misalnya, kami mengatur cara berpakaian pengunjung supaya tetap sopan, mengingatkan pengunjung untuk menjaga adab di area kolam, serta menyediakan *owner* ibadah yang layak. Saya ingin pengunjung bisa menikmati liburan, tapi tetap merasa tenang karena tidak melanggar nilai-nilai agama.”

Pernyataan *owner* tersebut menunjukkan bahwa penerapan wisata halal tidak hanya dimaknai sebagai identitas atau label usaha, melainkan telah menjadi prinsip dasar dalam pengelolaan Kolam Renang Surya Indah. Komitmen ini menjadi kekuatan internal yang sangat penting karena membangun kepercayaan masyarakat terhadap pengelola. Dengan adanya kejelasan aturan dan nilai yang diterapkan, pengunjung, khususnya keluarga muslim, merasa lebih aman dan yakin untuk memilih Kolam Renang Surya Indah sebagai tempat rekreasi yang sesuai dengan keyakinan mereka. Selain komitmen pengelola, kekuatan internal juga terlihat dari perhatian yang besar terhadap kebersihan dan kenyamanan lingkungan kolam renang. Kebersihan menjadi salah satu aspek utama yang terus dijaga karena berkaitan langsung dengan kesehatan dan kenyamanan pengunjung. Karina (24) selaku karyawan mengungkapkan:

“Setiap hari kami memang punya tanggung jawab untuk membersihkan kolam dan area sekitarnya. Mulai dari kolam renang, kamar bilas, toilet, sampai tempat duduk pengunjung selalu kami cek. *Owner* juga sering

mengingatkan kami kalau kebersihan itu hal pertama yang dilihat pengunjung. Kalau tempatnya bersih, pengunjung pasti merasa lebih nyaman dan tidak ragu untuk datang lagi bersama keluarga.”

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa kebersihan telah menjadi bagian dari budaya kerja karyawan, bukan sekadar tugas rutin. Dalam konteks wisata halal, kebersihan memiliki makna yang lebih luas karena berkaitan dengan nilai kesucian dan kenyamanan. Oleh karena itu, perhatian terhadap kebersihan menjadi kekuatan internal yang memperkuat citra Kolam Renang Surya Indah sebagai wisata halal yang memperhatikan aspek fisik dan spiritual pengunjung. Hal serupa juga disampaikan oleh Mara (25), yang menilai bahwa kebersihan dan kerapian lingkungan menjadi alasan utama pengunjung merasa betah. Ia menyatakan:

“Menurut saya, salah satu kelebihan kolam renang ini adalah kebersihannya. Banyak pengunjung yang menyampaikan langsung kalau mereka senang karena tempatnya bersih dan terawat. Kami juga berusaha menjaga supaya tidak ada sampah berserakan dan air kolam tetap jernih. Kalau lingkungan bersih, pengunjung juga jadi lebih nyaman dan bisa menikmati waktu liburan dengan tenang.”

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa kebersihan memberikan dampak langsung terhadap kepuasan pengunjung. Lingkungan yang bersih dan terawat menciptakan kesan positif dan meningkatkan kenyamanan, sehingga memperkuat daya tarik Kolam Renang Surya Indah sebagai destinasi wisata halal yang layak dikunjungi. Selanjutnya, ketersediaan *owner* pendukung wisata halal, khususnya *owner* ibadah, menjadi kekuatan internal yang sangat mendukung aktivitas pengunjung. Siti (35) menjelaskan bahwa keberadaan mushalla memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk tetap menjalankan ibadah di tengah kegiatan rekreasi. Ia menyampaikan:

“Di kolam renang ini sudah tersedia mushalla yang bisa digunakan pengunjung untuk salat. Biasanya kalau sudah masuk waktu salat, pengunjung langsung menuju mushalla tanpa harus keluar dari area kolam.

Kami juga selalu berusaha menjaga mushalla tetap bersih dan nyaman, supaya pengunjung bisa beribadah dengan tenang dan khusyuk walaupun sedang berwisata.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa *owner* ibadah telah terintegrasi dengan baik dalam sistem pengelolaan wisata. Hal ini memberikan nilai tambah bagi Kolam Renang Surya Indah karena mampu mengakomodasi kebutuhan spiritual pengunjung, yang merupakan salah satu prinsip utama dalam wisata halal. Hal ini sejalan dengan pendapat Amri (24) selaku pengunjung, yang mengungkapkan pengalamannya:

“Kalau menurut saya, kolam renang ini memang cocok disebut wisata halal. Selain tempatnya bersih dan nyaman, juga ada mushalla yang mudah dijangkau. Jadi kalau lagi berenang terus masuk waktu salat, kita bisa langsung salat tanpa harus keluar area kolam. Itu membuat saya merasa lebih tenang saat berkunjung ke sini.”

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa keberadaan *owner* ibadah memberikan rasa nyaman dan ketenangan batin bagi pengunjung, sehingga memperkuat posisi Kolam Renang Surya Indah sebagai wisata halal. Selain *owner*, pelayanan karyawan yang ramah dan sopan juga menjadi kekuatan internal yang menonjol. Mansah (32) menyampaikan bahwa pelayanan yang baik menjadi prioritas dalam menjalankan tugas sehari-hari. Ia menyatakan:

“Kami selalu berusaha melayani pengunjung dengan sikap yang sopan dan ramah. Kalau ada pengunjung yang bertanya atau butuh bantuan, kami jelaskan dengan sabar. Kami juga diarahkan supaya tidak bersikap kasar atau cuek, karena pelayanan yang baik itu sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam pengelolaan wisata halal. Pelayanan yang ramah dan sopan mencerminkan nilai etika serta kesantunan yang sejalan dengan konsep wisata halal, di mana interaksi antara pengelola dan pengunjung tidak hanya berorientasi pada pelayanan teknis, tetapi juga pada sikap dan perilaku yang mencerminkan

nilai-nilai moral. Sikap karyawan yang responsif dan tidak acuh terhadap kebutuhan pengunjung menunjukkan adanya kesadaran bahwa kenyamanan pengunjung sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini diperkuat oleh pendapat Rafi (21) selaku pengunjung yang menyatakan:

“Selama saya datang ke sini, pelayanannya cukup baik. Karyawannya ramah dan kalau kita bertanya, mereka menjelaskan dengan baik dan tidak terkesan cuek. Itu membuat saya merasa nyaman dan betah berada di kolam renang ini.”

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Kolam Renang Surya Indah mampu menciptakan kesan positif bagi pengunjung. Keramahan karyawan dalam memberikan informasi serta kesediaan mereka membantu pengunjung menunjukkan adanya perhatian terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menjadi kekuatan internal karena pelayanan yang baik dapat meningkatkan rasa nyaman, membangun kepercayaan, dan mendorong loyalitas pengunjung. Pengunjung yang merasa dihargai dan dilayani dengan baik cenderung memiliki pengalaman wisata yang menyenangkan, sehingga berpotensi untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat citra Kolam Renang Surya Indah sebagai destinasi wisata halal yang ramah dan bersahabat.

Selain kualitas pelayanan, citra Kolam Renang Surya Indah sebagai wisata keluarga yang aman dan religius juga menjadi kekuatan internal yang dirasakan baik oleh karyawan maupun pengunjung. Lingkungan wisata yang tertib dan nyaman sangat berkaitan dengan penerapan aturan yang jelas serta pengawasan yang baik. Hal ini disampaikan oleh Rian (29) selaku karyawan, yang menjelaskan:

“Kebanyakan pengunjung yang datang itu keluarga, jadi suasanaanya lebih tertib dan aman. Aturan yang diterapkan juga membuat pengunjung lebih menjaga sikap, sehingga lingkungan kolam renang terasa nyaman.”



Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dominasi pengunjung keluarga memberikan pengaruh positif terhadap suasana lingkungan wisata. Adanya aturan yang mengatur perilaku pengunjung, seperti menjaga kesopanan dan ketertiban, mampu menciptakan suasana yang aman dan kondusif. Kondisi ini menjadi kekuatan internal karena dapat meminimalkan potensi konflik, menjaga kenyamanan bersama, serta mendukung penerapan konsep wisata halal secara konsisten. Lingkungan yang tertib dan aman juga memberikan rasa tenang bagi pengunjung, khususnya keluarga yang membawa anak-anak. Pendapat tersebut diperkuat oleh Sahrul (25) selaku pengunjung yang menyampaikan:

“Menurut saya, kolam renang ini cocok untuk keluarga karena aturannya jelas dan suasananya tidak bebas. Jadi kalau datang bersama keluarga, rasanya lebih aman dan nyaman.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengunjung merasakan langsung manfaat dari penerapan aturan dan suasana religius yang dibangun oleh pengelola. Kejelasan aturan serta suasana yang tidak bebas menjadi nilai tambah bagi pengunjung yang mengutamakan kenyamanan dan keamanan, terutama bagi keluarga. Hal ini memperkuat posisi Kolam Renang Surya Indah sebagai destinasi wisata halal yang ramah keluarga dan sesuai dengan nilai-nilai masyarakat setempat. Dengan adanya rasa aman dan nyaman, pengunjung akan lebih percaya dan merasa cocok menjadikan Kolam Renang Surya Indah sebagai pilihan utama untuk berwisata bersama keluarga. Kondisi ini menjadi kekuatan internal yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing wisata halal di Kota Subulussalam.

Selain itu, penguatan terhadap citra Kolam Renang Surya Indah sebagai wisata halal juga dirasakan oleh Rizal (24) selaku pengunjung. Beliau menilai bahwa suasana kolam renang yang tertib dan terjaga menjadi nilai lebih dibandingkan tempat wisata sejenis. Beliau mengungkapkan:



“Kalau saya pribadi merasa kolam renang ini beda dengan kolam renang lain. Suasannya lebih tenang, tidak terlalu bebas, dan pengunjungnya juga terlihat saling menjaga sikap. Saya merasa nyaman berenang di sini karena tidak ada hal-hal yang mengganggu, apalagi kalau datang bersama teman atau keluarga. Menurut saya, ini cocok dengan konsep wisata halal karena suasanaanya lebih tertib dan terarah.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa suasana lingkungan yang tertib dan terkontrol menjadi kekuatan internal yang dirasakan langsung oleh pengunjung. Rizal menekankan bahwa kenyamanan tidak hanya berasal dari *owner* fisik, tetapi juga dari perilaku pengunjung lain yang cenderung lebih tertib dan saling menghargai. Kondisi ini tidak terlepas dari peran pengelola dalam menetapkan aturan serta mengarahkan pengunjung untuk menjaga etika selama berada di area kolam renang. Dalam konteks wisata halal, suasana yang tidak bebas dan tetap menjaga batasan norma menjadi faktor penting yang memberikan rasa aman dan nyaman. Oleh karena itu, ketertiban lingkungan menjadi salah satu kekuatan internal Kolam Renang Surya Indah yang mendukung keberlangsungan wisata halal.

Selanjutnya, pengunjung lainnya, Ihsan (21), juga menyampaikan pandangannya terkait kekuatan Kolam Renang Surya Indah dalam menerapkan konsep wisata halal, khususnya dari sisi kenyamanan dan kesesuaian dengan nilai agama. Ia menyatakan:

“Menurut saya, kolam renang ini sudah sesuai dengan konsep wisata halal. Dari cara pengelola mengatur pengunjung, kebersihan tempat, sampai adanya mushalla, semuanya mendukung. Saya merasa lebih tenang berenang di sini karena tidak perlu khawatir soal lingkungan atau suasana yang terlalu bebas. Jadi walaupun sedang liburan, tetap terasa nyaman dan sesuai dengan nilai yang saya pegang.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penerapan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah mampu memberikan ketenangan batin bagi pengunjung. Rasa nyaman yang dirasakan bukan hanya karena *owner* yang tersedia, tetapi juga

karena adanya kesesuaian antara aktivitas wisata dengan nilai-nilai keagamaan yang dianut pengunjung. Hal ini memperkuat pandangan bahwa wisata halal tidak sekadar menyediakan *owner* ibadah, tetapi juga menciptakan suasana yang mendukung ketenangan dan kenyamanan secara menyeluruh.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan internal Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam meliputi komitmen pengelola terhadap penerapan wisata halal, kebersihan dan kenyamanan *owner*, ketersediaan sarana ibadah, pelayanan yang ramah dan sopan, serta terciptanya suasana wisata keluarga yang aman dan religius. Kekuatan-kekuatan ini menjadi modal utama dalam mendukung pengelolaan wisata halal dan berperan penting dalam meningkatkan minat pengunjung di Kota Subulussalam.

## **2. Kelemahan (*Weaknesses*)**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *owner*, karyawan, dan pengunjung, diketahui bahwa selain memiliki berbagai kekuatan internal, Kolam Renang Surya Indah juga masih menghadapi sejumlah kelemahan dalam pengelolaan wisata halal. Kelemahan tersebut terutama berkaitan dengan belum optimalnya pengelolaan operasional, pengaturan area sesuai konsep wisata halal, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pelatihan khusus wisata halal, serta belum maksimalnya inovasi pelayanan dan sistem pengawasan, khususnya pada kondisi pengunjung yang ramai. Kelemahan-kelemahan ini bersifat internal dan berpotensi menghambat pengembangan Kolam Renang Surya Indah sebagai destinasi wisata halal apabila tidak segera ditangani secara strategis. Kelemahan tersebut diakui langsung oleh Ris Hamzah (53) selaku *owner* Kolam Renang Surya Indah. Beliau menyampaikan bahwa dalam proses pengelolaan, masih

terdapat beberapa kendala internal yang belum sepenuhnya dapat diatasi. Beliau menjelaskan:

“Kalau berbicara kekurangan, tentu masih ada. Salah satunya bukan soal niat, tapi lebih ke kemampuan pengelolaan yang harus bertahap. Untuk pengaturan area dan penerapan konsep wisata halal secara ideal, itu butuh perencanaan dan pengawasan yang lebih matang. Kami mengelola kolam ini secara bertahap sesuai kemampuan yang ada.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kelemahan internal lebih banyak terletak pada aspek manajerial dan pengelolaan operasional, bukan pada ketersediaan *owner* semata. Meskipun pengelola memiliki komitmen yang kuat terhadap pengembangan wisata halal, keterbatasan dalam perencanaan teknis, pengawasan, dan pengaturan area menyebabkan penerapan konsep wisata halal belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Kondisi ini menjadi tantangan internal karena wisata halal menuntut konsistensi antara konsep, pengelolaan, dan praktik di lapangan. Kelemahan dalam pengelolaan operasional juga dirasakan oleh karyawan yang terlibat langsung dalam aktivitas harian. Karina (24) mengungkapkan bahwa pada kondisi tertentu, pengaturan pelayanan dan alur pengunjung masih belum berjalan secara maksimal. Beliau menyampaikan:

“Kalau dari sisi karyawan, sebenarnya kami sudah berusaha maksimal. Tapi saat pengunjung ramai, pengaturan jadi agak sulit. Kami harus mengatur banyak hal sekaligus, jadi fokus pelayanan kadang terbagi.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kelemahan internal terletak pada sistem kerja dan pembagian tugas, terutama saat terjadi lonjakan jumlah pengunjung. Dalam konteks wisata halal, pengelolaan yang tertib dan terorganisir sangat penting untuk menjaga kenyamanan, ketertiban, dan suasana yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Ketika sistem operasional belum optimal, beban kerja karyawan meningkat dan pelayanan berpotensi tidak merata. Hal serupa juga disampaikan oleh Mara (25), yang menekankan bahwa belum optimalnya

pengaturan dan pemisahan area sesuai dengan konsep wisata halal. Beliau mengungkapkan:

“Menurut saya, masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki, terutama soal pengaturan area. Kadang pengunjung masih bercampur, terutama saat ramai. Kalau ke depan bisa lebih diatur lagi, mungkin akan lebih sesuai dengan konsep wisata halal yang diharapkan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kelemahan internal bukan pada ketersediaan area, melainkan pada pengaturan dan pengawasannya. Dalam wisata halal, pengaturan ruang yang jelas dan konsisten menjadi aspek penting untuk menjaga kenyamanan dan kesesuaian dengan nilai-nilai keislaman. Ketika pengaturan belum optimal, penerapan konsep wisata halal dapat dipersepsikan belum sepenuhnya ideal oleh pengunjung. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi salah satu kelemahan internal yang diungkapkan oleh karyawan. Siti (35) menyampaikan bahwa jumlah karyawan terkadang belum sebanding dengan kebutuhan pengawasan dan pelayanan, terutama pada hari libur. Beliau menjelaskan:

“Kalau pengunjung ramai apalagi ketika *weekend*, kami kadang kewalahan. Fokus kami terbagi antara melayani pengunjung, menjaga kebersihan, dan mengawasi area kolam. Jadi pengawasannya tidak selalu bisa maksimal.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa kelemahan SDM berdampak langsung pada kualitas pelayanan dan pengawasan. Dalam pengelolaan wisata halal, pengawasan yang baik sangat dibutuhkan untuk menjaga ketertiban, keamanan, dan kenyamanan lingkungan wisata. Oleh karena itu, keterbatasan tenaga kerja menjadi kelemahan internal yang perlu mendapat perhatian serius. Selain jumlah tenaga kerja, aspek peningkatan kapasitas SDM juga masih menjadi kelemahan internal. Mansah (32) menyampaikan bahwa belum semua karyawan mendapatkan pelatihan khusus terkait pelayanan wisata halal. Beliau menyatakan:

“Selama ini kami bekerja berdasarkan arahan dari owner dan pengalaman di lapangan. Untuk pelatihan khusus tentang wisata halal memang belum ada secara resmi.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kurangnya pelatihan terstruktur menjadi kelemahan internal yang dapat memengaruhi konsistensi pelayanan. Tanpa pelatihan yang jelas, pemahaman karyawan terhadap konsep wisata halal berpotensi berbeda-beda, sehingga kualitas pelayanan tidak selalu seragam. Kelemahan internal juga dirasakan oleh pengunjung, terutama terkait pengelolaan saat kondisi ramai. Amri (24) menyampaikan:

“Kalau pas saya kesini dan lagi ramai, suasananya masih nyaman, tapi kadang pengaturannya masih kurang rapi. Jadi ada beberapa bagian kolam yang terasa padat pengunjung jadinya ruang gerakanya agar terbatas.”

Pendapat ini menunjukkan bahwa pengaturan alur pengunjung masih perlu ditingkatkan agar kenyamanan tetap terjaga, khususnya pada waktu kunjungan tinggi. Rafi (21) juga menyampaikan pandangan serupa:

“Kalau lagi ramai, kadang kurang tertib. Mungkin karena pengunjung banyak, jadi pengawasannya sudah tidak terkendali karena pengelolanya juga sudah pasti kewalahan.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengawasan operasional masih menjadi kelemahan internal yang perlu diperbaiki agar citra wisata halal tetap terjaga. Selain itu, pengunjung juga menyoroti kurangnya inovasi dalam pengembangan layanan dan wahana. Sahrul (25) menyampaikan:

“Kolam renangnya sudah bagus, tapi kalau ada inovasi atau variasi baru, mungkin akan lebih menarik, terutama untuk anak muda.”

Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan inovasi dapat memengaruhi daya tarik wisata dalam jangka panjang. Rizal (24) menambahkan bahwa sosialisasi aturan dan konsep wisata halal belum sepenuhnya efektif. Ia menyatakan:

“Masih ada pengunjung yang kurang paham aturan. Mungkin karena informasinya belum terlalu jelas atau kurang terlihat.”

Ihsan (21) juga mempertegas bahwa kenyamanan akses dan penataan area juga berpengaruh dari segi pengelolaannya. Beliau menyampaikan:

“Kalau dari pandangan saya, ada beberapa bagian yang aksesnya bisa diatur lebih baik supaya lebih nyaman, terutama untuk keluarga.”

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa kelemahan internal Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam meliputi belum optimalnya pengelolaan operasional, pengaturan dan pengawasan area sesuai konsep wisata halal, keterbatasan jumlah dan pelatihan sumber daya manusia, kurangnya inovasi layanan, serta belum maksimalnya sosialisasi aturan kepada pengunjung. Kelemahan-kelemahan ini menjadi bahan evaluasi penting bagi pengelola dalam merumuskan strategi pengelolaan wisata halal berbasis SWOT agar pengembangan Kolam Renang Surya Indah dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

### **3. Peluang (*Opportunity*)**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *owner*, karyawan, dan pengunjung, diketahui bahwa kondisi eksternal yang menjadi peluang bagi pengelolaan Kolam Renang Surya Indah sebagai wisata halal tidak terlepas dari dukungan lingkungan sosial, karakteristik budaya masyarakat, serta tren wisata keluarga yang semakin berkembang. Penerapan konsep wisata halal dinilai selaras dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat Kota Subulussalam sehingga membuka ruang pengembangan yang lebih luas, baik dari segi jumlah pengunjung maupun keberlanjutan usaha wisata itu sendiri. *Owner* Kolam Renang Surya Indah, Ris Hamzah (53), menyampaikan bahwa konsep wisata halal memiliki peluang besar karena sesuai dengan karakter masyarakat setempat. Beliau menjelaskan:

“Kalau dilihat dari kondisi masyarakat Subulussalam, sebenarnya konsep wisata halal ini sangat cocok. Mayoritas masyarakatnya religius dan lebih senang membawa keluarga ke tempat wisata yang aman dan terjaga. Itu yang menjadi peluang besar bagi kami untuk terus mengembangkan kolam renang ini.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa peluang utama Kolam Renang Surya Indah berasal dari kesesuaian antara konsep wisata halal dengan nilai sosial dan budaya masyarakat sekitar. Mayoritas masyarakat yang religius cenderung selektif dalam memilih tempat wisata, terutama yang berkaitan dengan kenyamanan keluarga dan kepatuhan terhadap nilai agama. Kondisi ini menjadi peluang strategis karena pengelola tidak perlu memaksakan konsep baru, melainkan justru menguatkan nilai yang sudah hidup di tengah masyarakat. Dengan demikian, penerapan wisata halal dapat diterima secara alami dan berpotensi meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pengunjung dalam jangka panjang. Peluang serupa juga dirasakan oleh karyawan. Karina (24) menyampaikan:

“Banyak pengunjung yang datang itu memang mencari tempat wisata yang nyaman dan tidak bercampur bebas. Jadi kolam renang ini sering jadi pilihan, apalagi untuk keluarga.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa terdapat permintaan pasar yang jelas terhadap wisata yang aman, tertib, dan tidak bercampur bebas. Kebutuhan tersebut menjadi peluang besar bagi Kolam Renang Surya Indah untuk memfokuskan diri pada segmen wisata keluarga. Segmen ini dinilai lebih stabil karena biasanya melakukan kunjungan secara berulang, terutama pada waktu libur atau akhir pekan. Melalui peluang yang telah ada, pengelola dapat menjaga konsistensi jumlah pengunjung dan meningkatkan daya saing destinasi wisata halal. Selain itu, Mara (25) menambahkan bahwa peluang juga datang dari kepercayaan pengunjung terhadap citra wisata halal yang telah terbentuk. Beliau menyatakan:

“Selama saya bekerja di sini, saya melihat sendiri kalau banyak pengunjung yang datang karena sudah percaya dengan konsep kolam renang ini. Mereka merasa tempat ini aman, aturannya jelas, dan tidak sembarangan. Karena itu, pengunjung tidak ragu mengajak anak-anak, orang tua, bahkan keluarga besar untuk datang bersama. Mereka merasa lebih tenang karena lingkungannya terjaga dan sesuai dengan nilai yang mereka anut.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kejelasan aturan dan citra positif sebagai wisata halal mampu menumbuhkan rasa percaya yang kuat di kalangan pengunjung. Kepercayaan ini menjadi peluang yang sangat penting karena mendorong pengunjung untuk menjadikan Kolam Renang Surya Indah sebagai pilihan utama wisata keluarga. Ketika pengunjung merasa aman, nyaman, dan yakin terhadap pengelolaan tempat wisata, mereka tidak hanya datang sekali, tetapi juga berpotensi melakukan kunjungan ulang. Selain itu, rasa puas tersebut mendorong pengunjung untuk merekomendasikan kolam renang ini kepada kerabat dan teman, sehingga tercipta promosi dari mulut ke mulut yang efektif tanpa memerlukan biaya besar. Kemudian dari segi operasional, Siti (35) melihat adanya peluang dari dukungan lingkungan sosial sekitar. Beliau menjelaskan:

“Kalau dilihat dari lingkungan sekitar, masyarakat sangat mendukung keberadaan kolam renang ini. Aturan yang diterapkan juga sejalan dengan norma dan kebiasaan masyarakat di sini, jadi tidak menimbulkan masalah. Bahkan, ada masyarakat yang ikut membantu menjaga lingkungan sekitar atau memberikan masukan supaya tempat ini semakin baik.”

Dukungan masyarakat lokal merupakan peluang eksternal yang sangat penting dalam pengelolaan wisata halal. Ketika masyarakat sekitar merasa bahwa nilai-nilai mereka dihargai dan tidak dilanggar, maka keberadaan destinasi wisata akan lebih mudah diterima. Kondisi ini dapat meminimalkan potensi konflik sosial dan menciptakan suasana yang aman serta kondusif bagi pengunjung. Dukungan tersebut juga menunjukkan adanya rasa memiliki dari masyarakat terhadap Kolam Renang Surya Indah, sehingga mereka secara tidak langsung ikut



menjaga ketertiban, keamanan, dan citra positif tempat wisata tersebut. Peluang lain disampaikan oleh Mansah (32) yang melihat potensi kerja sama dengan pihak lain. Beliau menyatakan:

“Menurut saya, kolam renang ini punya peluang besar kalau ke depan bisa bekerja sama dengan sekolah atau kelompok masyarakat. Misalnya untuk kegiatan rekreasi bersama, acara keluarga, atau kegiatan tertentu. Dengan begitu, pengunjung tidak hanya datang sendiri-sendiri, tapi juga dalam bentuk rombongan.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Kolam Renang Surya Indah memiliki peluang untuk mengembangkan fungsi wisata secara lebih luas. Tidak hanya sebagai tempat rekreasi individu atau keluarga kecil, tetapi juga sebagai ruang kegiatan sosial, edukatif, dan komunitas. Kerja sama dengan sekolah atau komunitas dapat meningkatkan jumlah kunjungan secara signifikan melalui kegiatan kelompok. Selain itu, peluang ini juga dapat membuka sumber pendapatan baru dan memperkuat posisi kolam renang sebagai wisata halal yang memiliki manfaat sosial bagi masyarakat. Selanjutnya dari sudut pandang pengunjung, Amri (24) menyampaikan pandangannya terkait peluang wisata halal. Beliau menyatakan:

“Kalau menurut saya, kolam renang seperti ini masih punya peluang besar, karena di daerah sini belum banyak tempat wisata air yang benar-benar menerapkan konsep halal. Jadi kolam renang ini bisa jadi pilihan utama, apalagi buat orang-orang yang memang peduli dengan suasana dan aturan.”

Pendapat tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan jumlah destinasi wisata halal sejenis justru menjadi peluang strategis bagi Kolam Renang Surya Indah. Melalui konsep wisata halal yang jelas dan konsisten, kolam renang ini dapat menempati posisi khusus di benak masyarakat. Minimnya pesaing dengan konsep serupa memberikan ruang bagi pengelola untuk memperkuat identitas wisata halal dan meningkatkan daya tariknya di tingkat daerah terutama Kota Subulussalam. Rafi (21) juga menyampaikan pandangannya:

“Sekarang ini saya lihat banyak orang mulai lebih sadar memilih tempat wisata. Mereka bukan cuma cari hiburan, tapi juga kenyamanan dan keamanan, termasuk kesesuaian dengan nilai agama. Karena itu, wisata halal seperti ini menurut saya peluangnya masih sangat besar.”

Pernyataan ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir masyarakat dalam memilih destinasi wisata. Kesadaran akan pentingnya wisata yang aman, tertib, dan sesuai dengan nilai agama menjadi peluang besar bagi pengelola. Tren ini menunjukkan bahwa wisata halal tidak lagi dianggap sebagai konsep yang sempit, tetapi justru semakin relevan dan dibutuhkan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Sahrul (25) menambahkan pandangannya terkait potensi pengembangan wisata. Beliau menyatakan:

“Menurut saya, kalau kolam renang ini dikelola dengan baik dan terus diperbaiki, bisa jadi salah satu wisata unggulan di daerah ini. Karena konsepnya sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tinggal bagaimana pengelolaannya saja.”

Pendapat tersebut menunjukkan bahwa peluang tidak hanya berasal dari faktor eksternal seperti budaya dan pasar, tetapi juga dari kemampuan internal pengelola dalam mengoptimalkan potensi yang ada. Pengelolaan yang baik, konsisten, dan berkelanjutan dapat menjadikan Kolam Renang Surya Indah sebagai destinasi wisata halal unggulan yang memiliki identitas kuat dan daya saing tinggi. Rizal (24) menyampaikan pandangan serupa:

“Wisata halal seperti kolam renang ini menurut saya sangat cocok dikembangkan di Subulussalam. Soalnya masyarakatnya mendukung dan lebih senang tempat wisata yang tertib dan tidak bebas.”

Dukungan budaya dan nilai lokal menjadi peluang penting dalam menjaga keberlanjutan wisata halal. Ketika konsep wisata sejalan dengan norma dan kebiasaan masyarakat setempat, maka penerimaan sosial akan semakin kuat. Hal ini memberikan dasar yang kokoh bagi pengelola untuk terus mengembangkan destinasi wisata tanpa menghadapi penolakan dari lingkungan sekitar. Kemudian

Ihsan (21) juga menyampaikan pandangannya terkait peluang promosi. Beliau menyatakan:

“Kalau promosinya lebih ditingkatkan lagi, saya yakin pengunjung dari luar daerah juga bisa tertarik. Karena konsep wisata halal ini tidak hanya dibutuhkan oleh orang sini saja, tapi juga orang luar yang mencari tempat wisata yang aman dan nyaman.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa peluang Kolam Renang Surya Indah tidak hanya terbatas pada pasar lokal, tetapi juga berpotensi menjangkau pengunjung dari luar daerah. Dengan strategi promosi yang tepat dan konsisten, konsep wisata halal dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang menginginkan destinasi rekreasi yang aman, nyaman, dan sesuai dengan nilai agama. Hal ini membuka peluang pengembangan wisata halal Kolam Renang Surya Indah ke arah yang lebih luas dan berkelanjutan.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa peluang yang ditemukan dalam pengelolaan Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam sebagai wisata halal sangat dipengaruhi oleh kesesuaian konsep wisata halal dengan nilai sosial, budaya, dan religius masyarakat setempat. Dukungan masyarakat sekitar, tingginya minat terhadap wisata keluarga yang aman dan tertib, serta meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilih destinasi wisata yang sesuai dengan nilai agama menjadi peluang strategis bagi pengelola. Selain itu, masih terbatasnya destinasi wisata air dengan konsep halal di Kota Subulussalam, adanya kepercayaan pengunjung terhadap citra wisata halal yang telah terbentuk, serta potensi kerja sama dengan sekolah, komunitas, dan kelompok masyarakat membuka ruang pengembangan yang lebih luas. Peluang ini juga diperkuat oleh potensi promosi dan perluasan pasar ke luar daerah.

#### **4. Ancaman (*Threats*)**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *owner*, karyawan, dan pengunjung, diketahui bahwa Kolam Renang Surya Indah turut menghadapi berbagai ancaman eksternal yang dapat memengaruhi keberlangsungan serta daya saingnya sebagai destinasi wisata halal. Ancaman ini berasal dari faktor persaingan antar destinasi wisata, perubahan selera dan perilaku wisatawan, keterbatasan promosi, kondisi ekonomi, hingga faktor alam yang tidak dapat dikendalikan oleh pengelola. Ris Hamzah (53) selaku *owner* menyampaikan bahwa persaingan dengan tempat wisata lain merupakan tantangan yang cukup besar. Beliau menyatakan:

“Sekarang ini tempat wisata semakin banyak, terutama kolam renang dan tempat rekreasi keluarga yang menawarkan konsep dan fasilitas yang lebih modern. Kalau kami sebagai pengelola tidak terus berbenah, baik dari segi fasilitas maupun pelayanan, tentu Kolam Renang Surya Indah bisa tertinggal dan kalah bersaing dengan tempat lain.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha menjadi ancaman nyata bagi Kolam Renang Surya Indah. Munculnya destinasi wisata baru dengan konsep yang lebih menarik dan fasilitas yang lebih lengkap dapat mengurangi minat pengunjung jika tidak diimbangi dengan upaya peningkatan kualitas. Oleh karena itu, pengelola dituntut untuk terus melakukan inovasi agar tetap mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan industri pariwisata. Karina (24) selaku karyawan menambahkan bahwa keterbatasan fasilitas juga berpotensi menjadi ancaman. Beliau menyatakan:

“Kadang pengunjung datang ke sini lalu membandingkan dengan tempat wisata lain yang wahananya lebih banyak dan fasilitasnya lebih lengkap. Ada yang merasa masih kurang, misalnya dari jumlah permainan air atau area pendukung lainnya.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa ekspektasi pengunjung terhadap fasilitas wisata semakin tinggi. Jika fasilitas yang tersedia tidak sesuai dengan harapan pengunjung, maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan dan

berpotensi membuat pengunjung memilih destinasi lain. Dengan demikian, keterbatasan fasilitas menjadi ancaman eksternal yang perlu diperhatikan secara serius oleh pengelola. Mara (25) juga menjelaskan terkait perubahan minat dan perilaku pengunjung. Beliau menyatakan:

“Sekarang pengunjung, terutama anak muda, cepat merasa bosan. Kalau tidak ada hal baru di tempat wisata ini pasti mereka akan mudah untuk tidak datang lagi dan memilih kolam renang lain yang lebih menarik.”

Pernyataan ini menggambarkan bahwa perubahan selera wisatawan menjadi ancaman yang cukup signifikan. Wisatawan cenderung mencari pengalaman baru dan unik, sehingga tempat wisata yang tidak melakukan pembaruan secara berkala berisiko kehilangan pengunjung. Oleh karena itu, inovasi menjadi kebutuhan penting agar Kolam Renang Surya Indah tetap diminati. Siti (35) menambahkan bahwa perbedaan pemahaman masyarakat terhadap konsep wisata halal juga menjadi tantangan. Beliau menyatakan:

“Ada sebagian pengunjung yang belum terbiasa dengan konsep wisata halal, jadi mereka merasa aturannya terlalu ketat, padahal aturan itu dibuat untuk kenyamanan dan kebaikan bersama.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman tentang wisata halal dapat memengaruhi kepuasan pengunjung. Perbedaan sudut pandang masyarakat terhadap aturan yang diterapkan bisa menjadi ancaman apabila tidak diimbangi dengan edukasi yang baik. Pengelola perlu memberikan penjelasan yang tepat agar pengunjung dapat memahami tujuan dari penerapan konsep wisata halal. Mansah (32) menjelaskan terkait faktor ekonomi sebagai ancaman eksternal. Beliau menyatakan:

“Kalau kondisi ekonomi sedang sulit, biasanya orang mengurangi pengeluaran untuk liburan, jadi jumlah pengunjung juga ikut menurun.”

Faktor ekonomi berada di luar kendali pengelola, namun memiliki dampak besar terhadap tingkat kunjungan wisata. Ketika daya beli masyarakat menurun,

wisata menjadi kebutuhan yang cenderung dikurangi. Hal ini dapat memengaruhi pendapatan dan keberlangsungan usaha Kolam Renang Surya Indah. Selanjutnya dari sudut pandang pengunjung, Amri (24) menyampaikan pandangannya terkait persaingan destinasi wisata. Beliau menyatakan:

“Kalau ada tempat wisata lain yang lebih menarik, fasilitasnya lebih bagus, atau lebih ramai dibicarakan orang, pengunjung bisa saja beralih ke sana.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa loyalitas pengunjung sangat dipengaruhi oleh daya tarik destinasi wisata lain. Persaingan antar tempat wisata menjadi ancaman yang nyata, karena pengunjung memiliki banyak pilihan dan cenderung memilih tempat yang dianggap paling menarik. Rafi (21) menambahkan terkait promosi, yang menyatakan:

“Menurut saya, promosi Kolam Renang Surya Indah masih kurang. Banyak orang yang belum tahu tempat ini, jadi kalah dikenal dibandingkan tempat wisata lain.”

Pernyataan ini menyatakan bahwa kurangnya promosi dapat menjadi ancaman karena dapat membatasi jangkauan informasi kepada calon pengunjung. Tanpa promosi yang optimal, potensi wisata yang dimiliki Kolam Renang Surya Indah tidak dapat dikenal secara luas, sehingga berdampak pada jumlah kunjungan. Sahrul (25) juga menyampaikan kekhawatirannya terkait pengembangan wisata. Beliau menyatakan:

“Kalau pengelola tidak terus mengembangkan tempat ini, lama-kelamaan pengunjung bisa berkurang dan tempatnya jadi kurang diminati.”

Pernyataan ini menegaskan bahwa stagnasi dalam pengelolaan dan pengembangan wisata dapat menjadi ancaman serius. Tanpa pengembangan yang berkelanjutan, daya tarik wisata akan menurun seiring waktu. Rizal (24) juga menambahkan terkait faktor alam dan cuaca. Beliau menyatakan:

“Kalau musim hujan atau cuaca tidak mendukung, biasanya pengunjung sepi karena kolam renang sangat bergantung pada kondisi cuaca.”

Pernyataan ini menyatakan bahwa kondisi alam merupakan ancaman eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh pengelola ataupun pihak manapun. Cuaca buruk dapat menurunkan jumlah pengunjung secara signifikan, terutama karena aktivitas kolam renang sangat bergantung pada cuaca cerah. Ihsan (21) menambahkan pula terkait perubahan tren wisata di kalangan generasi muda. Beliau menyatakan:

“Anak muda sekarang lebih suka tempat wisata yang unik, modern, dan bisa jadi konten media sosial. Kalau tempatnya biasa saja, kurang menarik bagi mereka.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa perubahan tren wisata, khususnya di kalangan generasi muda, menjadi ancaman yang perlu direspons dengan strategi inovatif. Jika Kolam Renang Surya Indah tidak mampu menyesuaikan diri dengan tren tersebut, maka minat generasi muda untuk berkunjung dapat menurun.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kolam Renang Surya Indah menghadapi berbagai ancaman eksternal yang berpotensi memengaruhi keberlangsungan dan daya saingnya sebagai destinasi wisata halal. Ancaman tersebut berasal dari semakin ketatnya persaingan antar destinasi wisata dengan fasilitas yang lebih modern, perubahan selera dan perilaku wisatawan yang cenderung menginginkan pengalaman baru dan unik, serta tuntutan pengunjung terhadap kelengkapan fasilitas dan kualitas pelayanan. Selain itu, keterbatasan promosi, perbedaan pemahaman masyarakat terhadap konsep wisata halal, kondisi ekonomi yang memengaruhi daya beli masyarakat, serta faktor alam dan cuaca yang tidak dapat dikendalikan turut menjadi tantangan dalam pengelolaan wisata ini. Perubahan tren wisata di kalangan generasi muda yang lebih menyukai destinasi modern dan menarik secara visual juga menjadi ancaman tersendiri apabila tidak direspons dengan inovasi yang tepat. Oleh karena itu, ancaman-ancaman tersebut perlu diantisipasi melalui strategi pengelolaan yang adaptif, pengembangan fasilitas secara berkelanjutan, serta

peningkatan promosi agar Kolam Renang Surya Indah tetap mampu bertahan dan bersaing sebagai wisata halal di Kota Subulussalam.

#### 4.2.2 Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan dengan owner dan lima orang karyawan Kolam Renang Surya Indah, diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai strategi pengelolaan wisata halal yang dirumuskan berdasarkan analisis SWOT. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada upaya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga diarahkan untuk menjaga keberlanjutan usaha melalui pemanfaatan kekuatan internal, perbaikan terhadap kelemahan yang ada, optimalisasi peluang eksternal, serta antisipasi terhadap berbagai ancaman. Seluruh informan menyampaikan bahwa strategi pengelolaan wisata halal dilakukan secara bertahap dan menyesuaikan dengan kondisi di lapangan, karakteristik pengunjung, serta nilai sosial dan budaya masyarakat Kota Subulussalam.

*Owner* Kolam Renang Surya Indah, Ris Hamzah (53), menjelaskan bahwa strategi utama yang terus dijalankan oleh pengelola adalah memaksimalkan kekuatan internal berupa penerapan konsep wisata halal secara konsisten. Beliau menyatakan:

“Sejak awal kami membuka kolam renang ini, memang sudah kami niatkan sebagai wisata yang ramah keluarga dan sesuai dengan nilai agama. Jadi yang paling kami jaga itu adalah aturan berpakaian, serta suasana yang aman dan tertib. Kami ingin pengunjung, terutama yang datang bersama keluarga, merasa tenang, nyaman, dan tidak khawatir dengan lingkungan sekitar. Konsep halal ini menjadi ciri khas kami dan itu yang terus kami pertahankan sampai sekarang.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengelola menjadikan konsep wisata halal sebagai fondasi utama dalam strategi pengelolaan. Konsistensi penerapan aturan yang sesuai dengan nilai agama tidak hanya bertujuan untuk memenuhi prinsip wisata halal, tetapi juga untuk menciptakan rasa aman dan



nyaman bagi pengunjung. Dengan menjadikan wisata halal sebagai identitas utama, Kolam Renang Surya Indah memiliki pembeda yang jelas dibandingkan destinasi wisata lain. Strategi ini dinilai efektif karena sesuai dengan karakteristik masyarakat Subulussalam yang religius dan cenderung memilih tempat wisata yang aman bagi keluarga. Dalam jangka panjang, konsistensi ini dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pengunjung. Upaya memaksimalkan kekuatan tersebut juga didukung oleh peran karyawan yang berinteraksi langsung dengan pengunjung. Karina (24) selaku karyawan menyampaikan:

“Kami sebagai karyawan selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik dan sopan kepada pengunjung. Kalau ada pengunjung yang baru pertama kali datang dan belum paham aturan di kolam renang, kami jelaskan dengan bahasa yang baik supaya mereka mengerti. Kami tidak ingin pengunjung merasa ditegur atau dibatasi, tapi lebih ke diarahkan agar sama-sama nyaman.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan wisata halal tidak hanya diterapkan melalui aturan tertulis, tetapi juga melalui pendekatan komunikasi yang persuasif. Karyawan berperan penting sebagai pelaksana strategi di lapangan, terutama dalam menjelaskan aturan kepada pengunjung dengan cara yang ramah dan tidak menggurui. Pendekatan ini membantu meminimalkan kesalahpahaman serta mencegah munculnya kesan bahwa konsep wisata halal bersifat kaku. Melalui pelayanan yang ramah dan komunikatif, penerapan wisata halal dapat diterima dengan lebih baik oleh pengunjung dari berbagai latar belakang. Meskipun demikian, pengelola juga menyadari adanya kelemahan internal, terutama terkait keterbatasan fasilitas dan wahana yang dimiliki. Ris Hamzah (53) menyampaikan:

“Kalau dari segi fasilitas memang kami akui masih terbatas dan belum selengkap tempat wisata lain yang lebih besar. Tapi kami berusaha memperbaikinya sedikit demi sedikit sesuai kemampuan. Yang paling penting bagi kami adalah kebersihan kolam, air yang terawat, dan lingkungan yang nyaman, karena itu yang paling dirasakan langsung oleh pengunjung.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengelola memiliki kesadaran terhadap kelemahan internal yang ada dan berupaya meminimalkannya dengan menentukan skala prioritas. Dalam kondisi keterbatasan sumber daya, pengelola memilih untuk memfokuskan perbaikan pada aspek-aspek yang paling berdampak langsung terhadap kenyamanan pengunjung, seperti kebersihan dan kualitas air. Strategi ini menunjukkan pendekatan yang realistis dan berorientasi pada kepuasan pengunjung, sehingga keterbatasan fasilitas tidak sepenuhnya menjadi penghambat pengembangan wisata halal. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Siti (35) selaku karyawan, yang menyatakan:

“Meskipun fasilitas di sini masih sederhana, kami berusaha menutupi kekurangan itu dengan pelayanan yang ramah dan cepat. Kalau ada keluhan dari pengunjung, kami sampaikan ke pengelola supaya bisa diperbaiki. Jadi walaupun belum sempurna, pengunjung tetap merasa diperhatikan.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelayanan dijadikan sebagai strategi utama untuk mengimbangi keterbatasan fasilitas. Respons cepat terhadap keluhan pengunjung mencerminkan adanya komunikasi yang baik antara karyawan dan pengelola. Dengan demikian, kelemahan internal tidak dibiarkan berlarut-larut, melainkan dijadikan bahan evaluasi untuk perbaikan secara bertahap. Strategi ini juga membantu menjaga kepuasan pengunjung agar tetap merasa dihargai dan diperhatikan. Melalui peluang yang ada, pengelola melihat adanya dukungan kuat dari masyarakat sekitar serta kesesuaian konsep wisata halal dengan budaya daerah. Ris Hamzah (53) juga menyampaikan:

“Masyarakat sekitar sangat mendukung keberadaan kolam renang ini karena aturannya tidak bertentangan dengan norma yang ada. Bahkan banyak yang merasa senang karena ada tempat wisata keluarga yang aman. Dukungan ini menjadi peluang besar bagi kami untuk terus mengembangkan usaha tanpa khawatir mendapat penolakan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dukungan masyarakat lokal menjadi peluang strategis dalam pengelolaan wisata halal. Ketika masyarakat

merasa nilai dan norma yang mereka anut dihargai, maka penerimaan sosial terhadap destinasi wisata akan semakin kuat. Kondisi ini menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengelola untuk menjalankan dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan, serta meminimalkan potensi konflik sosial yang dapat menghambat pengelolaan wisata. Selain itu, peluang pengembangan juga dilihat dari potensi kerja sama dengan berbagai pihak. Mansah (32) selaku karyawan menyampaikan:

“Menurut saya, kolam renang ini punya peluang besar kalau bisa bekerja sama dengan sekolah atau komunitas. Misalnya untuk kegiatan rekreasi anak sekolah atau acara keluarga. Dengan begitu, pengunjung tidak hanya datang sendiri, tapi juga dalam bentuk rombongan.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengelola memiliki peluang untuk memperluas segmen pasar melalui kerja sama dengan sekolah dan komunitas. Strategi ini tidak hanya berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memperluas fungsi Kolam Renang Surya Indah sebagai ruang kegiatan sosial dan edukatif. Kerja sama tersebut dapat memperkuat citra wisata halal sebagai destinasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Selain itu, pengelola juga menghadapi berbagai ancaman eksternal, terutama persaingan dengan destinasi wisata lain. Ris Hamzah (53) menyampaikan:

“Sekarang ini persaingan cukup ketat karena banyak tempat wisata baru yang bermunculan dengan konsep dan fasilitas yang lebih modern. Kalau kami tidak terus berbenah, tentu bisa tertinggal. Karena itu kami berusaha mempertahankan kualitas pelayanan dan konsep halal sebagai keunggulan utama.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengelola menyadari persaingan sebagai ancaman yang tidak dapat dihindari. Strategi yang ditempuh adalah mempertahankan kualitas pelayanan dan konsistensi konsep wisata halal sebagai keunggulan kompetitif. Dengan demikian, Kolam Renang Surya Indah tetap

memiliki posisi tersendiri di tengah persaingan destinasi wisata. Selain itu, ancaman lain juga berasal dari faktor alam. Rizal (24) menyampaikan:

“Kalau musim hujan atau cuaca tidak mendukung, pengunjung memang biasanya berkurang. Tapi kami tetap menjaga kebersihan dan kesiapan tempat, supaya ketika cuaca sudah baik dan pengunjung ramai, kondisi kolam tetap layak dan nyaman.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun faktor cuaca berada di luar kendali pengelola, langkah antisipatif tetap dilakukan dengan menjaga kesiapan dan kualitas pengelolaan. Strategi ini bertujuan agar citra wisata tetap terjaga meskipun jumlah pengunjung bersifat fluktuatif. Terkait strategi ke depannya, Ris Hamzah (53) menyampaikan:

“Ke depan, kami ingin tetap konsisten dengan konsep wisata halal dan mulai lebih aktif dalam promosi, baik lewat media sosial maupun dari mulut ke mulut. Harapannya, Kolam Renang Surya Indah bisa semakin dikenal dan tetap diminati masyarakat.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan ke depan diarahkan pada penguatan identitas wisata halal dan peningkatan promosi. Promosi dipandang sebagai langkah penting untuk menghadapi persaingan dan memperluas jangkauan pasar, sehingga Kolam Renang Surya Indah dapat berkembang secara berkelanjutan.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pengelolaan Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam sebagai wisata halal dirumuskan dengan memadukan pemanfaatan kekuatan internal, upaya perbaikan terhadap kelemahan, pengoptimalan peluang eksternal, serta antisipasi terhadap berbagai ancaman. Pengelola menempatkan penerapan konsep wisata halal secara konsisten sebagai strategi utama melalui penegakan aturan sesuai nilai agama, penciptaan suasana yang aman, serta pelayanan yang ramah. Keterbatasan fasilitas diatasi dengan penentuan skala prioritas perbaikan

dan penguatan kualitas pelayanan. Dukungan masyarakat dan kesesuaian dengan budaya lokal dimanfaatkan sebagai peluang, termasuk melalui rencana kerja sama dengan sekolah dan komunitas. Selain itu, di tengah persaingan dan faktor alam, pengelola berupaya menjaga kualitas pelayanan, citra wisata halal, dan meningkatkan promosi agar Kolam Renang Surya Indah tetap diminati dan berkelanjutan.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Kondisi Pengelolaan Wisata Halal di Kolam Renang Surya Indah Berdasarkan Analisis SWOT**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kondisi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah Kota Subulussalam secara internal dapat dipahami bahwa penerapan konsep wisata halal telah memiliki landasan yang cukup kuat, meskipun dalam praktiknya masih dihadapkan pada sejumlah kelemahan. Kekuatan utama yang terlihat secara jelas adalah adanya komitmen pengelola dalam menerapkan nilai-nilai keislaman sebagai prinsip dasar pengelolaan wisata. Komitmen ini tidak hanya ditunjukkan melalui pernyataan atau aturan tertulis, tetapi juga tercermin dalam praktik sehari-hari, seperti pengawasan terhadap perilaku pengunjung, pengaturan kesopanan, serta upaya menciptakan suasana wisata yang aman, tertib, dan nyaman bagi keluarga. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelola tidak sekadar menjadikan wisata halal sebagai label, melainkan sebagai pedoman dalam menjalankan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Safira et al. (2023) yang menyatakan bahwa komitmen pengelola terhadap nilai halal memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepercayaan dan keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata. Destinasi yang dikelola secara konsisten berdasarkan nilai-nilai Islam cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat Muslim karena mampu memberikan rasa aman, nyaman, serta ketenangan lahir dan batin selama berwisata.

Selain komitmen pengelola, kebersihan dan kenyamanan lingkungan juga menjadi kekuatan internal yang sangat menonjol di Kolam Renang Surya Indah. Kebersihan dalam konteks wisata halal tidak hanya dipahami sebagai kondisi fisik lingkungan yang bebas dari sampah, tetapi juga berkaitan dengan nilai kesucian dan kenyamanan yang menjadi bagian dari ajaran Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebersihan telah menjadi budaya kerja karyawan dan mendapat perhatian langsung dari pengelola, sehingga kebersihan kolam, toilet, ruang bilas, serta area sekitar kolam selalu dijaga. Lingkungan yang bersih dan terawat ini memberikan kesan positif bagi pengunjung dan meningkatkan rasa nyaman selama berwisata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Taufik & Parwito (2024) yang menyatakan bahwa kebersihan lingkungan dan ketersediaan fasilitas yang terawat memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal. Penelitian tersebut menegaskan bahwa lingkungan wisata yang bersih mampu menciptakan rasa aman, meningkatkan kenyamanan, serta mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang.

Ketersediaan sarana ibadah, khususnya mushalla, juga menjadi kekuatan internal yang sangat mendukung penerapan konsep wisata halal di Kolam Renang Surya Indah. Keberadaan mushalla yang mudah diakses memungkinkan pengunjung untuk tetap menjalankan kewajiban ibadah di tengah aktivitas rekreasi tanpa harus meninggalkan area wisata. Hal ini memberikan kemudahan sekaligus ketenangan bagi pengunjung Muslim, karena mereka tidak perlu khawatir meninggalkan waktu salat hanya karena sedang berlibur. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelola telah berupaya mengintegrasikan kebutuhan spiritual pengunjung ke dalam sistem pengelolaan wisata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Primadona et al. (2024) yang menyatakan bahwa fasilitas ibadah merupakan elemen utama dalam wisata halal karena mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan ketenangan batin bagi wisatawan Muslim. Penelitian

tersebut juga menegaskan bahwa wisatawan Muslim cenderung lebih loyal terhadap destinasi wisata yang mampu mengakomodasi kebutuhan rekreasi sekaligus kebutuhan spiritual secara seimbang.

Selanjutnya dari segi pelayanan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap ramah dan sopan karyawan menjadi salah satu kekuatan internal yang berpengaruh besar terhadap kenyamanan pengunjung. Pelayanan yang diberikan tidak hanya bersifat teknis, seperti pemberian informasi atau bantuan kepada pengunjung, tetapi juga mencerminkan nilai etika, kesantunan, dan sikap saling menghargai yang sejalan dengan prinsip wisata halal. Sikap ramah karyawan mampu menciptakan suasana yang bersahabat dan membuat pengunjung merasa dihargai selama berada di lokasi wisata. Temuan ini mendukung hasil penelitian Haninah (2024) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor kunci dalam pengembangan wisata halal di Indonesia. Pelayanan yang ramah, sopan, dan sesuai dengan nilai moral Islam tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga membentuk citra positif destinasi wisata halal di mata masyarakat.

Namun demikian, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Kolam Renang Surya Indah masih memiliki beberapa kelemahan internal yang perlu mendapat perhatian. Salah satu kelemahan utama terletak pada pengelolaan operasional yang belum optimal, terutama pada saat jumlah pengunjung meningkat. Pada kondisi ramai, pengaturan area, alur pengunjung, serta pengawasan masih belum berjalan secara maksimal, sehingga berpotensi mengurangi kenyamanan pengunjung. Dalam konteks wisata halal, kondisi ini menjadi tantangan tersendiri karena ketertiban dan kenyamanan merupakan bagian penting dari penerapan nilai-nilai keislaman. Temuan ini sejalan dengan penelitian Taufik & Parwito (2024) yang menyebutkan bahwa menjaga konsistensi penerapan aturan saat terjadi lonjakan jumlah pengunjung merupakan

salah satu tantangan utama dalam pengelolaan wisata halal. Tanpa sistem operasional yang terencana dan pengawasan yang memadai, kualitas pelayanan dan suasana wisata halal dapat terganggu.

Keterbatasan sumber daya manusia dan belum adanya pelatihan khusus wisata halal juga menjadi kelemahan internal yang cukup signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan masih bekerja berdasarkan pengalaman dan arahan langsung dari pengelola tanpa pembekalan konsep wisata halal secara formal dan terstruktur. Kondisi ini berpotensi menyebabkan perbedaan pemahaman antar karyawan dalam menerapkan standar pelayanan halal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Haninah (2024) yang menegaskan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan khusus wisata halal sangat diperlukan agar penerapan konsep wisata halal dapat berjalan secara konsisten dan berkelanjutan. Pelatihan yang terstruktur tidak hanya meningkatkan pengetahuan karyawan, tetapi juga membantu membentuk sikap dan perilaku pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selain itu, kurangnya inovasi layanan serta belum maksimalnya sosialisasi aturan kepada pengunjung juga menjadi kelemahan internal yang berpotensi memengaruhi daya saing Kolam Renang Surya Indah. Inovasi layanan diperlukan agar destinasi wisata tetap menarik dan mampu mengikuti perkembangan kebutuhan pengunjung, khususnya generasi muda. Namun, sosialisasi aturan yang belum optimal menyebabkan masih adanya pengunjung yang kurang memahami ketentuan yang berlaku, sehingga dapat mengganggu ketertiban dan kenyamanan. Penelitian Safira et al. (2023) menyebutkan bahwa inovasi layanan dan komunikasi yang jelas kepada pengunjung merupakan faktor penting dalam pengembangan wisata halal. Destinasi wisata halal yang mampu menyampaikan aturan secara efektif dan menghadirkan inovasi layanan yang tetap sesuai dengan nilai keislaman cenderung lebih diminati dan memiliki daya saing yang lebih baik.



Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kolam Renang Surya Indah memiliki kekuatan internal yang cukup kuat dalam mendukung pengelolaan wisata halal, terutama dari sisi komitmen pengelola, kebersihan lingkungan, ketersediaan fasilitas ibadah, kualitas pelayanan, serta suasana wisata keluarga yang aman dan religius. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu dalam lima tahun terakhir yang menegaskan bahwa keberhasilan wisata halal sangat ditentukan oleh konsistensi nilai, kualitas pelayanan, dan pengelolaan internal yang baik. Namun, kelemahan internal yang masih ada perlu dijadikan bahan evaluasi strategis agar pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah dapat terus dikembangkan secara lebih optimal, profesional, dan berkelanjutan di masa mendatang.

Selain itu, secara eksternal diketahui kondisi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah dipengaruhi oleh berbagai faktor peluang yang signifikan, terutama dari segi dukungan lingkungan sosial, budaya masyarakat, dan tren wisata yang berkembang di masyarakat. Pertama, kesesuaian konsep wisata halal dengan norma sosial dan budaya masyarakat Kota Subulussalam menjadi peluang utama yang sangat strategis untuk pengembangan kolam renang ini. Sebagian besar masyarakat khususnya masyarakat Muslim tentunya lebih memilih destinasi wisata yang aman, tertib, dan sesuai dengan nilai agama memberikan ruang yang luas bagi pengelola untuk menguatkan identitas wisata halal tanpa harus memaksakan konsep baru yang asing bagi masyarakat setempat. Kondisi ini sejalan dengan temuan Suryatmodjo et al. (2023) menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Muslim di suatu wilayah merupakan modal utama yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi destinasi halal. Penelitian tersebut menyatakan bahwa kultur religius dan kesadaran akan nilai-nilai halal berperan penting dalam menarik pasar wisatawan Muslim dan memperkuat citra destinasi halal di Indonesia. Dengan demikian, Surya Indah dapat memanfaatkan

kecocokan budaya ini sebagai modal dalam strategi pemasaran dan peningkatan kunjungan.

Selain itu, permintaan pasar yang jelas terhadap wisata keluarga yang aman dan tertib menjadi peluang besar lainnya. Banyak pengunjung datang karena mencari destinasi wisata yang nyaman dan tidak bebas, terutama bagi keluarga yang membawa anak-anak. Permintaan yang stabil dari segmen ini dapat mendukung konsistensi kunjungan dan menjadi basis pelanggan yang loyal. Hal ini juga dijelaskan pada penelitian Dewy & Prayogo (2024) yang menyatakan bahwa wisata halal di Indonesia mengalami peningkatan permintaan dari wisatawan domestik dan internasional yang mencari destinasi halal yang aman dan nyaman pasca pandemi, terutama dengan meningkatnya kesadaran akan kualitas pengalaman wisata halal. Hal ini memperkuat temuan bahwa ada kondisi eksternal yang mendukung pertumbuhan destinasi halal seperti Kolam Renang Surya Indah karena sejalan dengan pilihan wisatawan saat ini.

Selain itu, dukungan masyarakat setempat terhadap keberadaan kolam renang ini juga menjadi peluang eksternal. Ketika masyarakat sekitar merasa nilai-nilai mereka dihargai oleh pengelola, kemungkinan konflik sosial yang bisa menghambat pengembangan wisata dapat diminimalkan. Dukungan masyarakat juga dapat memunculkan rasa kepemilikan kolektif, sehingga masyarakat cenderung ikut menjaga keamanan, ketertiban, serta citra destinasi halal tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Umuri et al. (2022) mengenai peluang dan tantangan pengembangan wisata halal di Aceh yang menyatakan bahwa dukungan sosial dan pemahaman budaya Muslim menjadi faktor penting dalam pengembangan pariwisata halal di tingkat daerah.

Kemudian, peluang eksternal lainnya berasal dari kepercayaan pengunjung terhadap citra positif wisata halal yang telah terbentuk, yang mendorong kunjungan ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Citra positif ini menjadi

modal penting karena promosi melalui rekomendasi pribadi seringkali lebih efektif dan berdampak jangka panjang daripada promosi komersial yang mahal. Penelitian Sholichah & Mardikaningsih (2025) menyatakan bahwa citra destinasi halal yang kuat dapat memengaruhi loyalitas dan minat berkunjung wisatawan, terutama di kalangan wisatawan Muslim yang mencari jaminan nilai agama bersamaan dengan pengalaman rekreasi.

Selanjutnya, peluang eksternal lain adalah potensi pengembangan kolam renang sebagai tempat kegiatan sosial dan kerja sama dengan sekolah atau kelompok masyarakat. Dengan membuka peluang bagi rombongan atau kegiatan kelompok tertentu, kolam renang tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi keluarga individual tetapi juga sebagai ruang kegiatan sosial yang memberikan nilai tambah ekonomi dan sosial. Kolaborasi semacam ini juga direkomendasikan dalam literatur pariwisata halal sebagai pendekatan strategis untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan memperluas pasar, karena kegiatan kelompok sering mendorong intensitas kunjungan yang lebih tinggi dan durasi tinggal yang lebih panjang (Azwar et al., 2025).

Selain peluang tersebut, minimnya jumlah destinasi wisata air dengan konsep halal di Kota Subulussalam dan sekitarnya merupakan peluang strategis besar. Ketika pilihan masih terbatas, Kolam Renang Surya Indah memiliki kesempatan untuk menjadi destinasi utama dalam segmen ini, terutama bila kemampuan internal pengelola mampu memperkuat keunggulan kompetitifnya. Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap kebutuhan kenyamanan, keamanan, dan kesesuaian dengan nilai agama merupakan tren pasar yang membuka peluang jangka panjang bagi pariwisata halal untuk terus berkembang.

Namun, di sisi lain, penelitian juga menunjukkan bahwa kondisi eksternal tidak hanya penuh peluang tetapi juga terdapat berbagai ancaman yang perlu diantisipasi dengan baik. Salah satu ancaman terbesar adalah persaingan dengan

destinasi wisata lain yang menawarkan fasilitas lebih lengkap dan modern, yang dapat menarik pengunjung terutama bagi wisata anak muda zaman sekarang. Hal ini menunjukkan bahwa jika Kolam Renang Surya Indah tidak terus melakukan inovasi dan peningkatan fasilitas, destinasi ini berisiko kalah bersaing di tengah industri pariwisata yang dinamis. Selain itu, perubahan selera dan perilaku wisatawan dapat menjadi ancaman signifikan, terutama ketika wisatawan mencari pengalaman baru, unik, atau lebih menarik secara visual seperti yang disukai oleh generasi muda saat ini. Oleh karena itu, inovasi layanan dan fasilitas perlu menjadi fokus agar destinasi tetap relevan di benak calon pengunjung.

Ancaman lain berasal dari kurangnya promosi yang optimal, yang mengakibatkan keterbatasan informasi mengenai eksistensi dan keunggulan Kolam Renang Surya Indah. Tanpa upaya promosi yang kuat, destinasi ini berisiko kurang dikenal di luar komunitas lokal, padahal literatur pariwisata halal menekankan pentingnya promosi dan branding yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan domestik maupun dari luar daerah (Azwar et al., 2025).

Kemudian, faktor ekonomi dan pemahaman masyarakat terhadap konsep halal juga menjadi ancaman eksternal. Ketika kondisi ekonomi melemah, daya beli masyarakat menurun sehingga kunjungan ke destinasi wisata bisa berkurang. Selain itu, perbedaan pemahaman tentang aturan halal di area wisata dapat menyebabkan sebagian pengunjung merasa aturan terlalu ketat, sehingga penting untuk dilakukan edukasi dan komunikasi yang baik. Terakhir, faktor alam seperti cuaca yang tidak mendukung juga menjadi ancaman signifikan karena kolam renang sangat bergantung pada kondisi cuaca cerah. Perubahan tren wisata yang menuntut pengalaman unik dan konten media sosial yang menarik membuat destinasi harus lebih responsif, sebab tanpa adaptasi terhadap tren ini, minat generasi muda untuk berkunjung dapat menurun.

Secara keseluruhan, kondisi eksternal pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah dipengaruhi oleh kombinasi peluang kuat dari kesesuaian budaya, dukungan sosial, citra positif, dan permintaan pasar, sekaligus menghadapi ancaman dari persaingan, perubahan selera wisatawan, keterbatasan promosi, serta faktor ekonomi dan alam. Kedua hal ini perlu direspons secara strategis untuk memastikan keberlangsungan dan daya saing tempat wisata ini sebagai destinasi halal yang unggul dan berkelanjutan di Kota Subulussalam.

Kolam Renang Surya Indah dapat dikategorikan sebagai destinasi wisata halal karena dalam pengelolaannya telah menerapkan prinsip-prinsip keislaman yang terlihat dari aturan dan suasana wisata yang dibangun. Konsep halal tidak hanya dijadikan sebagai label, tetapi diwujudkan melalui upaya pengelola dalam menjaga ketertiban, kesopanan pengunjung, serta menciptakan lingkungan wisata yang aman dan nyaman khususnya bagi wisata keluarga. Selain itu, destinasi ini juga menyediakan fasilitas ibadah seperti mushalla, yang memudahkan pengunjung untuk tetap melaksanakan salat tanpa harus meninggalkan lokasi wisata. Kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan rekreasi dan kebutuhan spiritual pengunjung Muslim telah diintegrasikan dalam sistem pengelolaan wisata.

Jika ditinjau berdasarkan indikator wisata halal, Kolam Renang Surya Indah telah memenuhi beberapa aspek penting seperti kebersihan lingkungan yang terjaga, pelayanan karyawan yang ramah dan sopan, adanya fasilitas ibadah, serta upaya menjaga aktivitas wisata agar tidak bertentangan dengan norma Islam. Suasana yang tertib dan religius menjadikan destinasi ini lebih dipercaya oleh masyarakat, terutama karena mampu memberikan rasa aman dan nyaman selama berwisata. Namun demikian, penerapan indikator wisata halal masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam konsistensi pengawasan saat kondisi ramai serta

penguatan kapasitas SDM melalui pelatihan wisata halal agar penerapan konsep halal dapat berjalan lebih terstruktur dan berkelanjutan.

#### **4.3.2 Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berdasarkan Analisis SWOT**

Strategi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah dirumuskan dengan memaksimalkan kekuatan internal seperti penerapan konsep halal secara konsisten, pelayanan ramah, serta pembentukan suasana yang aman dan nyaman bagi keluarga. Pendekatan ini tidak hanya mencerminkan identitas tempat wisata, tetapi juga memperkuat loyalitas pengunjung, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Safari et al. (2025) terkait strategi pengembangan wisata ramah Muslim di kawasan Baturraden. Penelitian tersebut menemukan bahwa fasilitas ibadah, ketersediaan makanan halal, etika pelayanan, serta kolaborasi antara pengelola dengan pihak terkait merupakan strategi penting dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung Muslim dan membangun loyalitas wisatawan Muslim.

Selanjutnya, strategi pengelolaan juga terlihat pada pendekatan komunikasi yang persuasif dan ramah terhadap pengunjung. Karyawan tidak hanya menegakkan aturan, tetapi juga menjelaskan secara komunikatif kepada pengunjung yang mungkin belum familiar dengan konsep wisata halal di lokasi tersebut. Pola komunikasi seperti ini penting untuk mengurangi kesalahpahaman serta menjadikan wisata halal tidak tampak kaku atau eksklusif. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Ummah dan Hasan (2023) yang menyatakan bahwa strategi pengembangan wisata halal yang berorientasi pada citra dan pemasaran perlu memperhatikan etika pelayanan serta standar GMTI (*Global Muslim Travel Index*) untuk meningkatkan pengalaman wisatawan Muslim sekaligus memperluas daya tarik destinasi halal di wilayah lain.

Dalam menghadapi kelemahan internal, terutama keterbatasan fasilitas dan wahana, strategi yang digunakan pengelola adalah menentukan skala prioritas

perbaikan. Fokus pertama diberikan pada aspek yang paling dirasakan langsung oleh pengunjung seperti kebersihan air kolam dan lingkungan yang terawat. Pendekatan ini menunjukkan bahwa strategi realistis dan bertahap dapat membantu destinasi tetap kompetitif meskipun terjadi keterbatasan sumber daya. Penelitian Safari et al. (2025) juga mengemukakan perlunya peningkatan standarisasi fasilitas dan pelayanan di destinasi wisata ramah Muslim untuk mendorong daya saing, sehingga langkah perbaikan bertahap di kolam renang ini dapat dikatakan selaras dengan praktik pengembangan destinasi halal yang baik.

Strategi lain yang muncul dari hasil wawancara adalah upaya memanfaatkan peluang eksternal, khususnya dukungan kuat dari masyarakat lokal dan kesesuaian konsep wisata halal dengan budaya setempat. Dukungan sosial ini menciptakan kondisi yang kondusif bagi pengelola untuk mengembangkan usaha tanpa menghadapi konflik atau resistensi sosial, serta membuka peluang kerja sama dengan sekolah, komunitas, atau kelompok masyarakat lain. Temuan Ummah dan Hasan (2024) menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata halal juga harus melibatkan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal dan pihak komunitas untuk memperkuat basis pasar serta memperluas fungsi sosial destinasi.

Kondisi persaingan dengan destinasi wisata lain yang menawarkan fasilitas lebih lengkap dan modern juga direspons melalui strategi mempertahankan kualitas pelayanan dan identitas halal sebagai pembeda kompetitif. Strategi ini penting mengingat banyak destinasi wisata yang berlomba-lomba memberikan pengalaman unik dan berbagai fasilitas wahana. Penelitian terkait strategi pengembangan wisata halal di Baturraden oleh Safari et al. (2025) menekankan perlunya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas untuk meningkatkan kualitas layanan, citra destinasi, serta penggunaan teknologi digital dalam promosi agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Strategi ke depan yang direncanakan pengelola adalah meningkatkan promosi dan aktivitas pemasaran, baik melalui media sosial maupun dari mulut ke mulut, untuk memperluas jangkauan pasar dan menghadapi ancaman eksternal seperti perubahan tren wisata dan keterbatasan kunjungan akibat faktor alam. Upaya ini sejalan dengan rekomendasi dari penelitian lain yang menyatakan pentingnya strategi pemasaran digital dan branding untuk meningkatkan daya tarik wisata halal, seperti ditunjukkan dalam studi tentang strategi pemasaran digital untuk wisata halal oleh Sahputri et al. (2023), yang menunjukkan bahwa pemasaran sistem digital yang efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan memperkuat citra destinasi halal.

Selain itu, strategi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah juga dapat dianalisis melalui pendekatan 5A dalam pengembangan destinasi wisata halal, yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenities*, *ancillary*, dan *awareness*. Pendekatan ini membantu menjelaskan bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diidentifikasi melalui analisis *SWOT* diterjemahkan ke dalam pengelolaan destinasi secara lebih mendalam.

Berdasarkan aspek *attraction* (daya tarik), Kolam Renang Surya Indah tidak hanya menawarkan fasilitas rekreasi air, tetapi juga mengedepankan konsep wisata halal sebagai daya tarik utama. Penerapan aturan yang sesuai dengan nilai Islam, suasana yang aman dan nyaman bagi keluarga, serta etika berpakaian dan perilaku yang dijaga menjadi pembeda dibandingkan destinasi wisata air lainnya. Konsep ini memperkuat identitas destinasi dan menjadi nilai tambah yang relevan dengan kebutuhan wisatawan Muslim, sekaligus sejalan dengan strategi mempertahankan identitas halal sebagai pembeda utama di tengah persaingan destinasi wisata.

Berdasarkan aspek *accessibility* (aksesibilitas), lokasi Kolam Renang Surya Indah yang relatif mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar menjadi salah satu



kekuatan internal. Akses jalan yang cukup baik serta kedekatan dengan kawasan permukiman memudahkan pengunjung untuk datang tanpa hambatan berarti. Namun demikian, keterbatasan promosi dan penyebaran informasi masih menjadi kendala dalam menjangkau pengunjung dari luar wilayah. Oleh karena itu, strategi peningkatan promosi melalui media sosial dan pemasaran digital menjadi langkah penting untuk memperkuat aksesibilitas informasi dan meningkatkan jumlah kunjungan.

Aspek *amenities* (fasilitas pendukung) berkaitan erat dengan kelemahan internal yang telah diidentifikasi, yaitu keterbatasan wahana dan fasilitas. Strategi pengelola dalam menentukan skala prioritas perbaikan, seperti menjaga kebersihan air kolam dan lingkungan, menunjukkan upaya untuk tetap memenuhi kebutuhan dasar pengunjung. Dalam konteks wisata halal, fasilitas pendukung seperti kebersihan lingkungan, kenyamanan ruang publik, serta ketersediaan fasilitas ibadah merupakan unsur penting dalam membentuk pengalaman wisata yang sesuai dengan prinsip halal. Perbaikan fasilitas secara bertahap menjadi strategi yang realistis agar standar kenyamanan dan kebersihan tetap terjaga.

Selanjutnya, dari aspek *ancillary* (kelembagaan dan dukungan pendukung), pengelolaan Kolam Renang Surya Indah mendapat dukungan yang cukup baik dari masyarakat sekitar. Dukungan sosial ini menjadi peluang eksternal yang penting dalam pengembangan wisata halal karena menciptakan lingkungan yang kondusif dan meminimalkan potensi konflik sosial. Keterlibatan masyarakat lokal juga membuka peluang kerja sama dengan sekolah, komunitas, dan kelompok masyarakat lainnya, sehingga destinasi tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang bernilai edukatif dan religius.

Aspek *awareness* (kesadaran) tercermin dari strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengelola dan karyawan. Pendekatan persuasif dan ramah dalam

menjelaskan konsep wisata halal kepada pengunjung menunjukkan upaya membangun pemahaman dan penerimaan masyarakat. Kesadaran pengunjung terhadap nilai-nilai halal menjadi faktor penting dalam keberlanjutan destinasi, karena wisata halal tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh sikap dan perilaku pengunjung. Strategi komunikasi yang baik membantu menghindari kesan eksklusif serta memperluas daya tarik wisata halal bagi berbagai kalangan.

Secara ringkas, strategi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah meliputi: (1) mempertahankan penerapan konsep halal secara konsisten melalui aturan kesopanan dan pengawasan perilaku pengunjung, (2) meningkatkan kualitas pelayanan dengan komunikasi yang persuasif dan ramah, (3) melakukan perbaikan fasilitas secara bertahap berdasarkan skala prioritas terutama pada aspek kebersihan dan kenyamanan, (4) memanfaatkan dukungan masyarakat lokal serta membuka peluang kerja sama dengan sekolah dan komunitas, (5) mempertahankan identitas wisata halal sebagai pembeda kompetitif di tengah persaingan destinasi lain, serta (6) memperkuat promosi melalui media sosial dan pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan jumlah kunjungan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, peneliti menyimpulkan dalam beberapa hal berikut.

1. Kondisi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah menunjukkan bahwa secara internal destinasi ini memiliki kekuatan berupa penerapan konsep wisata halal yang sesuai dengan nilai agama dan budaya masyarakat setempat, suasana wisata yang aman dan ramah keluarga, serta harga yang terjangkau. Namun demikian, masih terdapat kelemahan terutama pada keterbatasan fasilitas pendukung, minimnya inovasi wahana, dan promosi yang belum optimal. Sedangkan dari kondisi eksternal, Kolam Renang Surya Indah memiliki peluang yang besar seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata halal dan wisata keluarga, serta dukungan lingkungan sosial. Akan tetapi, destinasi ini juga menghadapi ancaman berupa persaingan dengan objek wisata lain yang lebih modern, perubahan selera wisatawan, serta faktor cuaca dan kondisi ekonomi yang memengaruhi jumlah kunjungan.
2. Strategi pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah dilakukan melalui penerapan konsep halal secara konsisten, peningkatan kualitas pelayanan dan komunikasi kepada pengunjung, perbaikan fasilitas secara bertahap dengan prioritas pada kebersihan dan kenyamanan, pemanfaatan dukungan masyarakat serta kerja sama dengan komunitas, mempertahankan identitas halal sebagai keunggulan bersaing, dan penguatan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan kunjungan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran berikut.

1. Bagi pengelola dan karyawan Kolam Renang Surya Indah, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pengelolaan wisata halal melalui perbaikan dan penambahan fasilitas pendukung, penguatan kebersihan dan kenyamanan lingkungan, serta pengembangan inovasi layanan yang tetap berlandaskan prinsip syariah. Selain itu, pengelola perlu mengoptimalkan strategi promosi, khususnya melalui media digital, guna meningkatkan daya tarik dan minat berkunjung wisatawan.
2. Bagi pemerintah Kota Subulussalam, diharapkan dapat memberikan dukungan yang berkelanjutan dalam bentuk pembinaan, pendampingan, serta promosi wisata halal, sehingga Kolam Renang Surya Indah dapat berkembang sebagai destinasi wisata halal yang berdaya saing dan berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan dan variabel yang lebih luas, seperti kepuasan, loyalitas, dan perilaku wisatawan, serta melibatkan metode kuantitatif atau campuran agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat memperkuat kajian tentang pengelolaan wisata halal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2022). *Pengembangan ekonomi dan keuangan syariah Provinsi Aceh*.
- Adinugraha, H. H., Nasution, I. F. A., Faisal, F., Daulay, M., Harahap, I., Wildan, T., & Purwanto, A. (2021). Halal tourism in Indonesia: An Indonesian Council of Ulama National Sharia Board fatwa perspective. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3).
- Ahmada Nahrawi, A. A., Gayo, F. A., Fakhruddin, A., Amak, B., Supriyatno, T., & Prawiro, A. (2020). *Pariwisata halal Indonesia*. Q-Media.
- Ardi, M., & Farika, A. (2022). Analisis strategi pengembangan pariwisata di bidang jasa pelayanan Hotel Roosseno Plaza Jakarta di masa new normal era. *Turn Journal*, 2(1).
- Azwar, A., Usman, A. H., Aqbar, K., Ahmad, H., & Khareng, M. (2025). The opportunities and challenges of halal tourism industry in Indonesia: A SWOT analysis. *NUKHBATUL'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 11(2), 321–349. <https://doi.org/10.36701/nukhbah.v11i2.2809>
- Bustamam, N., & Suryani, S. (2021). Potensi pengembangan pariwisata halal dan dampaknya terhadap pembangunan ekonomi daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(2), 146–161.
- Dewi, R. M. C., & Prayogo, R. T. (2024). Strategi pengembangan pariwisata halal setelah Covid-19: Peluang dan tantangan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.31004/riggs.v3i1.514>
- Dewi, S. V., & Ambiya, M. R. (2019). Sistem pendukung keputusan pemilihan lokasi objek wisata di Kota Subulussalam menggunakan metode TOPSIS. *Journal of Informatics and Computer Science*, 4(1), 6–15.
- Ebrahimi, M., Yavarigohar, F., & Hasankashi, M. (2019). Prioritizing Iran's competitiveness factors in halal tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28), 113–137.
- Echols, J. M., & Shadily, H. (2019). *Kamus Inggris–Indonesia*. PT Gramedia.

- Faraby, M. E. (2021). Potensi Kabupaten Bangkalan menjadi destinasi wisata halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 67–74.
- Fatini, N. A., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata Vanaprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 110–120. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/26229>
- Hamida, G., & Zaki, I. (2020). Potensi penerapan prinsip syariah pada sektor kepariwisataan Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(1), 70–86. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20201pp70-86>
- Haninah, A. (2025). Optimizing halal tourism in Indonesia: The role of tourist satisfaction in advancing sharia tourism development. *JSE: Jurnal Shariah Economica*, 4(2), 16–27. <https://doi.org/10.46773/jse.v4i2.1858>
- Indonesia. (2025). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2025 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2025 Nomor 150. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/334481/uu-no-18-tahun-2025>
- Indriastuty, N., Saputro, W. E., & Sukimin, S. (2020). Analisis daya tarik wisata, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Munzir, M., Fachrurrozi, K., & Syahputra, F. (2022). Pengembangan Kawasan Wisata Tsunami di Kota Banda Aceh (Studi Implementasi Kebijakan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 Tentang Kepariwisataaan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 6(2), 92-108.
- Nazarudin, M. H. (2020). *Manajemen strategik*. NoerFikri Offset.
- Nuhbatul Basyariah. (2021). Konsep pariwisata halal: Perspektif ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic Journal*, 2(1).
- Primadona, F., Hartoyo, H., Yuliati, L. N., & Arsyianti, L. D. (2025). Perceived value, satisfaction, trust, and tourist loyalty in halal tourism: An Islamic

- legal perspective from Lombok. *Syariah: Jurnal Hukum dan Pemikiran*, 25(1), 23–42. <https://doi.org/10.18592/sjhp.v25i1.16346>
- Riani, N. K. (2021). Pariwisata adalah pisau bermata dua. *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.31294/jeco.v2i2.4503>
- Safari, N., Ali, F., Raharja, M. C., & Aprianto, N. E. K. (2025). Strategi pengembangan wisata ramah Muslim pada kawasan wisata Baturraden sebagai upaya peningkatan loyalitas wisatawan Muslim. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(11). <https://doi.org/10.62281/tm378g46>
- Safira, Dewi, N. Y. S., Agustina, A., & Fatawi, L. M. Z. (2025). Analisis pengaruh fasilitas ibadah, makanan halal, dan citra destinasi terhadap keputusan wisatawan Muslim dalam memilih destinasi wisata halal di Lombok. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 8(2), 143–155. <https://doi.org/10.32528/sw.v8i2.4496>
- Sahputri, E. D., Sarah, S., Ananda, A. A., Kusuma, R. D., Nurhayati, F. H., & Muthalib, S. A. (2023). Pengelolaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital pada pengembangan pariwisata halal di Gampong Keude Unga. *Jurnal Riset dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 196–206.
- Samtono, A., & R. P., A. (2021). Strategi meningkatkan kepuasan pengunjung objek wisata Bukit Cinta Banyubiru Kabupaten Semarang. *Media Wisata*, 19(1), 109–118. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.71>
- Sari, F. P., Sumriyah, S., & Jusmadi, R. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Wisatawan di Kawasan Wisata Religi menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. *Interdisciplinary Journal on Law, Social Sciences and Humanities*, 4(1), 76–94.
- Sartika, D. (2021). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan minat pengunjung (Studi kasus destinasi wisata Kolam Renang Abu Nawas Rumbia Lampung Tengah)* (Tesis). IAIN Metro.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh owner wisata dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan

- pengunjung. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/29796>
- Sholichah, L. F., & Mardikaningsih, R. (2025). Pengaruh citra destinasi dan religiusitas terhadap minat berkunjung wisata halal. *Currency (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah)*, 3(2), 495–519.
- Suhartapa, S., & Sulistyono, A. (2021). Pengaruh persepsi dan motivasi wisatawan terhadap minat kunjung ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 12(2).
- Suryatmodjo, G., Umbas, C. A., Marini, V. M., Budiman, D. H., & Setyastanto, A. M. (2023). Strategi ekonomi pembangunan pariwisata di wilayah mayoritas Muslim untuk pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 264–277.
- Suwantoro, G. (2019). *Dasar-dasar kepariwisataan*. Penerbit Andi.
- Taufik, R., & Parwito. (2025). Kepuasan wisatawan pada destinasi halal di Indonesia: Studi empiris di Desa Wisata Setanggor, Lombok Tengah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan dan Bisnis Digital (JEMAK-BD)*.
- Triyono, J., Damiasih, D., & Sudiro, S. (2018). Pengaruh daya tarik dan promosi wisata terhadap kepuasan pengunjung Kampoeng Wisata di Desa Melikan Kabupaten Klaten. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(1).
- Ummah, A. A. S. U., & Hasan, D. B. N. (2023). Strategi pengembangan wisata halal Asta Sayyid Yusuf Talango Kabupaten Sumenep. *Jurnal Iqtisaduna*, 9(2), 189–198. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v9i2.41774>
- Umuri, K., Farma, J., & Nurlina, E. (2022). Halal tourism in Aceh: Opportunities and challenges. *Al Mashaadir: Jurnal Ilmu Syariah*, 3(1), 1–11.
- Yagmur, Y., Ehtiyar, R., & Aksu, A. (2019). Evaluation of halal tourism in terms of bibliometric characteristics. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1601–1617.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pedoman Wawancara

#### **PEDOMAN WAWANCARA**

##### **Identitas Informan**

Nama :

Usia :

Asal/Alamat :

##### **A. Kondisi Internal dan Eksternal Pengelolaan Wisata Halal di Kolam Renang Surya Indah**

###### **1. Pertanyaan untuk Owner/Pemilik Kolam Renang Surya Indah**

- a. Menurut Bapak/Ibu, apa saja keunggulan utama Kolam Renang Surya Indah dalam menerapkan konsep wisata halal dibandingkan dengan kolam renang atau tempat wisata sejenis di Kota Subulussalam?
- b. Apa saja kelemahan atau keterbatasan yang masih dihadapi dalam pengelolaan Kolam Renang Surya Indah sebagai destinasi wisata halal?
- c. Bagaimana Bapak/Ibu menilai ketersediaan dan kualitas fasilitas pendukung wisata halal, seperti kebersihan lingkungan, kenyamanan pengunjung, pemisahan ruang, dan fasilitas ibadah?
- d. Peluang apa saja yang menurut Bapak/Ibu dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan wisata halal Kolam Renang Surya Indah, baik dari sisi pasar, budaya masyarakat, maupun dukungan kebijakan pemerintah daerah?

- e. Ancaman apa yang paling berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha Kolam Renang Surya Indah sebagai wisata halal, baik dari persaingan usaha maupun perubahan minat pengunjung?

## **2. Pertanyaan untuk Karyawan Kolam Renang Surya Indah**

- a. Menurut Anda, keunggulan apa yang dimiliki Kolam Renang Surya Indah dalam memberikan pelayanan berbasis wisata halal kepada pengunjung?
- b. Kendala atau kelemahan apa yang sering Anda hadapi dalam menjalankan tugas sehari-hari terkait pengelolaan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah?
- c. Bagaimana kondisi fasilitas pendukung wisata halal, seperti kebersihan area kolam, kenyamanan ruang, serta kemudahan pengunjung dalam mengakses tempat ibadah?
- d. Menurut Anda, peluang apa yang dapat dimanfaatkan pengelola untuk meningkatkan daya tarik Kolam Renang Surya Indah sebagai wisata halal?
- e. Ancaman apa yang Anda rasakan dapat mempengaruhi jumlah pengunjung atau kenyamanan pengelolaan Kolam Renang Surya Indah ke depannya?

## **3. Pertanyaan untuk Pengunjung Kolam Renang Surya Indah**

- a. Menurut Anda, keunggulan apa yang membuat Kolam Renang Surya Indah menarik sebagai tempat wisata halal dibandingkan tempat lain di Kota Subulussalam?
- b. Apakah Anda menemukan kekurangan atau hal yang kurang nyaman selama berkunjung ke Kolam Renang Surya Indah sebagai destinasi wisata halal?

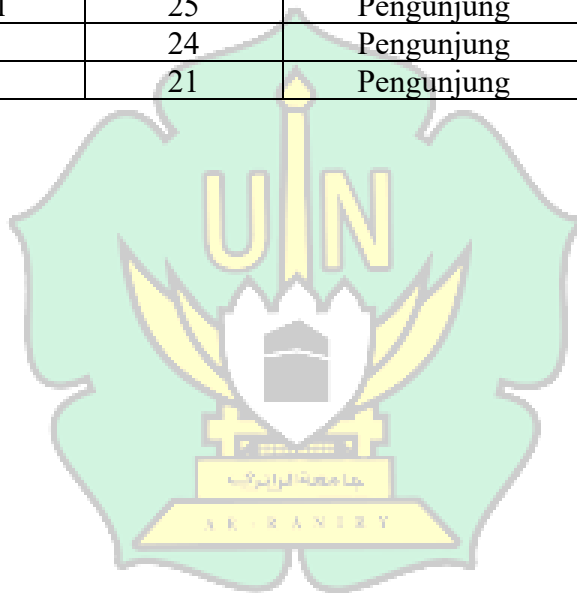
- c. Bagaimana pendapat Anda tentang kebersihan, kenyamanan, pemisahan ruang, dan ketersediaan fasilitas ibadah di Kolam Renang Surya Indah?
- d. Menurut Anda, peluang apa yang dapat dikembangkan agar Kolam Renang Surya Indah semakin diminati sebagai wisata halal?
- e. Faktor apa yang menurut Anda dapat menjadi ancaman atau alasan pengunjung enggan datang kembali ke Kolam Renang Surya Indah?

**B. Strategi Pengelolaan Wisata Halal Berdasarkan Analisis SWOT**

1. Strategi apa yang telah atau akan dilakukan pengelola untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki Kolam Renang Surya Indah dalam menarik minat pengunjung?
2. Bagaimana upaya pengelola dalam meminimalkan kelemahan internal agar tidak menghambat pengembangan wisata halal di Kolam Renang Surya Indah?
3. Strategi apa yang direncanakan untuk memanfaatkan peluang eksternal guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan?
4. Bagaimana langkah pengelola dalam menghadapi ancaman eksternal agar Kolam Renang Surya Indah tetap diminati dan berkelanjutan?
5. Menurut Bapak/Ibu, strategi pengelolaan apa yang paling efektif diterapkan ke depan agar Kolam Renang Surya Indah semakin dikenal sebagai destinasi wisata halal yang diminati masyarakat?

## Lampiran 2. Informan Penelitian

| No | Nama Informan | Usia (Tahun) | Status Informan | Alamat       |
|----|---------------|--------------|-----------------|--------------|
| 1  | Ris Hamzah    | 53           | Owner/Pemilik   | Subulussalam |
| 2  | Karina        | 24           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 3  | Mara          | 25           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 4  | Siti          | 35           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 5  | Mansah        | 32           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 6  | Rian          | 29           | Karyawan/Staf   | Subulussalam |
| 7  | Amri          | 24           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 8  | Rafi          | 21           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 9  | Sahrul        | 25           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 10 | Rizal         | 24           | Pengunjung      | Subulussalam |
| 11 | Ihsan         | 21           | Pengunjung      | Subulussalam |



## Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian

