

KONSEP PEMASARAN BRAND WISATA HALAL DALAM MEWUJUDKAN INDUSTRI PARIWISATA KELAS DUNIA DI KOTA BANDA ACEH

Mukhsin Rizal¹, Saprijal², Adnin AS³, Faez Syahroni⁴, Yusra Jamali⁵

^{1,2,3,4}Universitas Al Washliyah Darussalam Banda Aceh

⁵Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Korespondensi: mukhsinrizal.unadabna04@gmail.com

Abstract: Halal tourism is a tourism activity that provides facilities and services in accordance with sharia principles, such as food, drinks, places of worship, accessories that meet halal standards. The purpose of this study was to determine the Marketing Concept of Halal Tourism Brands in Realizing a World-Class Tourism Industry in Banda Aceh City. The research method uses qualitative research, technical data collection observation, interviews and documentation. Data analysis techniques, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study indicate that the marketing concept uses tourism activities, supported by various facilities and services that meet the provisions according to Islamic values, the Banda Aceh halal tourism marketing system carries out effective strategies to increase tourist visits and promote halal tourist destinations such as destinations, origins, time, promotional strategies, certification and standardization, management and improvement of facilities and infrastructure, and digital media. The advantages of Banda Aceh halal tourism can grow great tourism potential, implementation of halal tourism strategies, development of tourism based on Islamic law, attractive tourist destinations, national and international awards, community economic growth, halal certificates, and so on.

Keywords: *Concept; Marketing; Halal Tourism Brand; Banda Aceh*

Abstrak: Wisata halal merupakan suatu kegiatan pariwisata yang menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti makanan, minuman, tempat ibadah, asesoris memenuhi standar kehalalan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Konsep Pemasaran Brand Wisata Halal Dalam Mewujudkan Industri Pariwisata Kelas Dunia di Kota Banda Aceh. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif, teknis pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep pemasaran menggunakan kegiatan pariwisata, didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang memenuhi ketentuan sesuai nilai-nilai islami, sistem pemasaran wisata halal Banda Aceh melakukan strategi yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan mempromosikan destinasi wisata halal seperti destination, origin, time, strategi promosi, sertifikasi dan standarisasi, pengelolaan dan pembenahan sarana dan prasarana, dan media digital. Keunggulan wisata halal Banda Aceh dapat menumbuhkan potensi wisata yang besar, implementasi strategi wisata halal, pengembangan pariwisata berdasarkan syariat Islam, destinasi wisata yang menarik, penghargaan nasional dan internasional, pertumbuhan ekonomi masyarakat, sertifikat halal, dan sebagainya.

Kata Kunci: *Konsep; Pemasaran; Brand Wisata Halal; Banda Aceh*

A. Pendahuluan

Provinsi Aceh merupakan salah satu daerah yang memiliki berbagai ragam kebudayaan dalam masyarakat. Keistimewaan Aceh sebagai julukan serambi mekah dengan menerapkan nilai-nilai syariat Islam diberbagai aspek dalam kehidupan masyarakatnya (Septian Fatianda et al., 2020). Wilayah Aceh banyak terdapat objek wisata yang strategis baik itu wisata alam dan wisata bahari (Saprijal et al., 2023). Kota Banda Aceh sebagai pusat provinsi Aceh banyak terdapat keunggulan baik budaya, seni, pariwisata dan sebagainya (Sukirman & Zulkarnaen, 2022). Potensi alam dapat dikembangkan yaitu abjek pariwisata yang berbasis syariah, sesuai dengan program yang didukung oleh wali kota tercantum pada Nomor 17 tahun 2016 tentang penyelenggaraan wisata halal (Manan et al., 2023). Qanun berisi peraturan tentang syariat Islam yang disesuaikan menjadi adat istiadat Aceh (R. Saleh & Anisah, 2019). Peraturan tersebut menjelaskan bahwa wisata halal merupakan suatu kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi industri pariwisata yang menyediakan fasilitas produk, pelayanan dan pengelolaan pariwisata dengan mengedepankan unsur-unsur syariah (Santoso et al., 2021).

Aceh memiliki konsep wisata halal sejak tahun 2015 dan salah satu daerah yang dipilih sebagai destinasi wisata halal pertama di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari laporan yang menyebutkan bahwa Aceh telah menjadi salah satu daerah yang diprioritaskan untuk menerapkan konsep wisata halal khususnya di Kota Banda Aceh. Selain itu, Aceh juga mempunyai prospek sangat baik di sektor wisata terutama wisata halal (Herizal et al., 2021), hal ini juga didukung oleh *political will* dari pemimpin Kota Banda Aceh untuk mewujudkan bandar wisat islami (Fahmi & Haryanto, 2020). Dalam menyongsong wisata halal, keseriusan Banda Aceh terlihat ketika Walikota Banda Aceh pada tahun 2015 lalu telah meluncurkan branding pariwisata yaitu *World Islamic Tourism* yang mengangkat wisata syariah sebagai unggulan pariwisata, karena sejarah dan kebudayaan yang melekat dengan nilai-nilai keislaman (Muis, 2020).

Dalam Peraturan Walikota (Perwalkot) Nomor 17 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Wisata Halal. Pasal 1 poin 7 mengatakan bahwa wisata halal adalah kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi dan industri pariwisata yang menyiapkan fasilitas produk, pelayanan dan pengelolaan pariwisata yang

memenuhi unsur syariah. Adapun dalam Pasal 2 menyebutkan penyelenggaraan wisata halal bertujuan memberikan pelayanan yang aman dan nyaman kepada wisatawan dalam menikmati wisata halal di Kota Banda Aceh (Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 17 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Wisata Halal, 2016).

Wisata halal merupakan sebuah program yang diterapkan di Kota Banda Aceh dengan beragam produk yang memiliki keunikan di dalamnya (M. Saleh et al., 2022). Pesona alam yang eksotis pemerintah merencanakan kota Banda Aceh sebagai wisata halal melalui brand wisata halal untuk menggelorakan destinasi level dunia baik sekarang maupun di masa akan datang. Objek wisata halal di Banda Aceh meliputi atraksi unggulan Mesjid Raya Baiturrahman, Museum Tsunami, PLTD Apung, Museum Aceh, Taman Sari Gunongan dan Pantai Ulee Lheu (Irwansyah & Zaenuri, 2021). Wisata halal salah satu bagian dari industri pariwisata yang menyediakan layanan yang merujuk pada nilai-nilai keislaman. Namun label halal ini tidak hanya diperuntukkan bagi wisatawan muslim saja, akan tetapi juga bagi wisatawan non-muslim dari berbagai negara. Selain itu, wisata halal ini perlu digerakkan peran agen-agen wisata agar bisa membawa wisatawan yang berkunjung ke tempat yang ramah lingkungan dan sesuai dengan syariah (Jaelani, 2017).

Dalam penerapan wisata halal di kota Banda Aceh mendapat respon positif dari berbagai kalangan masyarakat umum. Adapun program wisata halal tersebut dijalankan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh dan bermitra dengan Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh dalam menentukan standar halal bagi brand wisata yang akan dipromosikan baik tingkat lokal, nasional maupun internasional. Program wisata halal harus menyediakan sarana dan prasarana sebagai bagian dari zona kreatif, ruang kreatif, kota kreatif dan tempat berekspresi dalam melakukan pemasaran brand wisata halal (Hendrawathy Putri & Ratmini, 2018). Wisata halal kini tengah menjadi trending topik baik ditingkat daerah, nasional maupun dunia (Adinugraha et al., 2021). Program ini salah satu konsep yang relatif baru di industri pariwisata mengacu pada prinsip-prinsip ajaran Islam dalam penyelenggaraan kepariwisataannya (Ebrahimi et al., 2019). Penerapan wisata halal di Kota Banda Aceh sangat besar peluang karena banyak terdapat

berbagai produk-produk menarik seperti tempat ibadah, hotel syariah, rumah makan, usaha minuman, asesoris dan lain-lainnya (Noviantoro & Zurohman, 2020).

Potensi yang tersedia di Kota Banda Aceh, menjadi daya tarik wisatawan luar, hal ini sesuai dengan data tahun 2019 tingkat wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Banda Aceh mencapai 5.000 orang dan seterusnya mengalami peningkatan secara signifikan tahun 2023 sebanyak 26.778 orang dan yang paling dominan dari negara Brunei Darussalam, Malaysia, Singapura dan lain-lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa wisata halal kota Banda Aceh sudah diminati oleh wisatawan dari berbagai negara bahkan dari Eropa dan negara-negara bagian Timur Tengah (<https://www.newsbandaaceh.com/>, 2024)

Maka oleh demikian, Kota Banda Aceh memiliki potensi untuk dijadikan sebagai pusat pemasaran brand wisata halal dengan menawarkan konsep strategis untuk mewujudkan industri pariwisata kelas dunia. Selain itu, brand wisata halal menjadi ujung tombak bagi masyarakat untuk mempromosikan keunggulan wisata halal di Kota Banda Aceh. Hal itu dinilai dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk menikmati keindahan alam di bumi yang berjulukan serambi mekah ini. Berdasarkan pemaparan di atas, maka sangat menarik untuk diketahui dari aspek konsep pemasaran, sistem pemasaran brand wisata halal dan keunggulan wisata halal di kota Banda Aceh.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami dan menginterpretasikan dinamika sosial budaya masyarakat kota Banda Aceh. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali informasi secara mendalam dan menghasilkan pemahaman komprehensif tentang fenomena dalam konteks kehidupan nyata (Moleong, 2005). Lokasi penelitian, Kota Banda Aceh dipilih karena banyak terdapat objek wisata, hotel, rumah makan, usaha minuman, usaha kue dan lain-lainnya. Pengumpulan data, teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan informan. Kriterianya meliputi pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung informan dalam kegiatan *aven-aven* promosi produk wisata halal. Informan utama meliputi Disbudpar Aceh, MPU Aceh, pelaku usaha dan wisatawan. Data primer dikumpulkan melalui observasi,

wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus. Observasi memberikan wawasan tentang kegiatan sehari-hari, sementara wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus untuk menggali informasi spesifik dari berbagai pandangan (Sugiyono, 2012). Untuk mendukung analisis data primer, data sekunder juga dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang mencakup buku, jurnal, dan artikel terkait. Analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini melibatkan identifikasi tema utama, pengkategorian, dan interpretasi data untuk menghasilkan kesimpulan yang valid dan dapat dipercaya (Bungin, 2010).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Konsep Pemasaran

Konsep sebuah ide, rangkaian yang menggambarkan suatu objek agar mudah dipahami (Nasional, 2008). Pemasaran suatu yang ditawarkan kepada orang lain dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhannya. Dalam sistem pemasaran perlu menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat. Pemasaran segala penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan akan memberikan keuntungan dan bertanggungjawab terhadap masyarakat secara luas (Hidayah, 2019). Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial baik individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui penciptaan dan pertukaran sesuatu yang bernilai bebas (Sutiksno et al., 2020). Dalam konteks pemasaran tidak hanya sekedar menjual produk, melainkan harus memberikan kepuasan bagi konsumen dalam jangka panjang. Adapun tujuan pemasaran untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan baik, proses pemasaran sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sosial, budaya, politik, ekonomi dan pendidikan (Kotler & Keller, 2008).

Manajemen pemasaran wisata harus memperhatikan kondisi masyarakat setempat dengan pemasaran destinasi wisata yang berkelanjutan. Selain itu, pemasaran destinasi wisata adalah suatu proses yang digunakan untuk menarik wisatawan untuk meningkatkan daya tarik destinasi, serta memperhatikan aspek-aspek seperti kualitas layanan, harga, cara promosi, distribusi, dan pengalaman

wisatawan, secara bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan lingkungan sosial budaya. komunikasi kepada pasar bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai yang unggul dan berbeda dengan produk lainnya.

2. Sistem Pemasaran Brand Wisata Halal di Kota Banda Aceh

Sistem pemasaran yang ditawarkan dalam konteks wisata halal menjadi poin penting untuk dijadikan sebagai industri wisata khususnya di kota Banda Aceh. Hal ini selain mempromosi budaya, tradisi, situs peninggalan, wisata pantai juga mempromosi aspek lain seperti makanan, minuman, asesoris yang sudah berlabel halal dari Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh. Adapun konsep ini tidak terlepas dari kekhususan daerah Aceh yang dikenal dengan syariat Islam tentu memerlukan implementasi yang nyata dengan menggunakan kaidah fiqih dan nilai-nilai keislaman serta memperhatikan dari proses dari produk-produk yang ditawarkan kepada wisatawan baik lokal, nasional maupun internasional (Affaza, 2018).

Brand sebuah produk yang dijanjikan dalam menentukan pilihan diantara produk-produk lainnya, sehingga wisatawan dapat menentukan pilihannya dari berbagai tawaran memiliki keunikan dari masing-masing produk yang disediakan. Wisata halal bersumber dari konsep "halal". Dalam bahasa Arab kata halal berarti diijinkan atau dibolehkan (Segati, 2018). Konsep halal tidak hanya berkaitan dengan produk makanan atau minuman saja, akan tetapi juga semua aspek dalam kehidupan umat Islam. Adapun konsep ini mengharuskan umat Islam untuk hanya mengonsumsi produk yang dibolehkan sesuai dengan ajaran agama, termasuk produk makanan, minuman, perbankan, pariwisata, kosmetik, pekerjaan dan lain-lainnya (Sukirman & Zulkarnaen, 2022).

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ismail, selaku Kabid Pengembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Ekokraf) Aceh bahwa:

"Pengembangan brand wisata halal tentunya memiliki konsep yang berbeda dengan daerah-daerah lain. Adapun dalam menerapkan sistem pemasaran brand wisata halal terlebih dulu merancang beberapa konsep yang strategis dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi wisata halal". (Ismail, 13 Juli 2024)

Berikut ini terdapat beberapa sistem pemasaran brand wisata halal di kota Banda Aceh sebagai berikut:

- a. Membangun fasilitas yang memadai, seperti mesjid dan mushala, untuk memenuhi kebutuhan spiritual wisatawan muslim. Hal ini penting untuk memastikan bahwa wisatawan dapat melakukan ibadah dengan lancar dan nyaman.
- b. Menyediakan sertifikat label halal untuk setiap usaha masyarakat, hal ini untuk memastikan bahwa usaha yang dijalankan telah lulus uji dari MPU Aceh.
- c. Mengelola potensi objek wisata dengan baik dan transparan, hal ini untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan dan menghindari permasalahan yang dapat mengganggu kegiatan pengunjung selama di lokasi wisata.
- d. Membangun kerjasama dengan instansi pemerintah dan lembaga-lembaga swasta untuk mendapatkan dukungan dan bantuan dalam pengembangan wisata halal. Hal ini membantu dan memastikan bahwa semua kebijakan dan peraturan yang diterapkan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.
- e. Mengukur dampak ekonomi dan politik dari pengembangan wisata halal, untuk peningkatan kunjungan wisatawan muslim dan non-muslim serta devisa negara. Hal ini dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Banda Aceh dan para pelaku usaha.
- f. Menyediakan kemasan makanan dan minuman yang sudah memiliki label untuk memastikan kehalalannya dan kelayakan untuk dikonsumsi oleh setiap pengunjung.
- g. Membangun tempat-tempat yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk beristirahat dan melakukan ibadah dan mengawasi hal-hal yang tidak sesuai dengan nilai-nilai syariat.
- h. Melakukan sosialisasi secara efektif untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran dan minat wisatawan terhadap wisata halal.

- i. Melakukan promosi produk-produk wisata halal baik itu benda-benda peninggalan, atraksi seni budaya, makanan, minuman melalui media sosial seperti instagram, facebook, youtube, tiktok dan sebagainya.
- j. Melakukan edukasi tentang wisata halal baik pada masyarakat umum maupun dilingkungan kampus.
- k. dan sertifikasi halal bagi jasa usaha pariwisata untuk memastikan bahwa semua jasa usaha telah memenuhi standar kehalalan. Hal ini penting untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan dan meminimalkan permasalahan yang dapat mengganggu kegiatan wisata.
- l. Membentuk tim pengelola objek wisata terutama dalam menjaga kebersihan dilingkungan.

Dari beberapa sistem pemasaran brand wisata halal, maka destinasi wisata halal di Kota Banda Aceh dapat menjadi tempat yang bersih, nyaman dan aman bagi pengunjung wisatawan muslim dan non-muslim untuk menikmati keindahan alam, makanan dan minuman yang telah disediakan oleh pelaku usaha wisata halal di kota Banda Aceh.

Kriteria lain yang dianggap punya daya tawar tinggi untuk menentukan sebuah wisata halal dengan memastikan bahwa destinasi tersebut sesuai dengan nilai-nilai Islam yaitu kebutuhan spiritual dan keamanan bagi wisatawan. Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Almuniza Kamal, selaku kepala (Disbudpar Aceh) bahwa:

“Pengelola harus menyediakan beberapa item untuk menarik simpati wisatawan yaitu: Pertama, menyediakan serune atau alaram sebagai tanda sudah memasuki waktu shalat, terkhusus di lokasi wisata yang jauh dari mesjid sehingga tidak terdengar suara kumandang azan. Hal ini tentu sangat memberi dampak positif bagi wisatawan muslim yang ingin melaksanakan shalat tepat waktu. Kedua, akomodasi hotel dan penginapan yang sesuai dengan aturan Islam, bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini termasuk menyediakan brand halal, fasilitas rekreasi seperti kolam renang dan gym dibuat terpisah antara laki-laki dan perempuan. Ketiga, memberikan pelayanan yang ramah tamah bagi setiap wisatawan, termasuk fasilitas pendukung untuk beribadah seperti tempat wudhu dan mushola. Pelayanan ini harus memadai dan mudah dijangkau. Keempat, menyediakan pertunjukan seni tradisional yang mencerminkan kearifan lokal tentunya tidak menyampingkan nilai-nilai syariat Islam, namun perlu diperhataik pihak

yang terlibat berpakaian dan berpenampilan sopan". (Almuniza Kamal, 25 Juli 2024)

Senada dengan penjelasan Habiburman, selaku kepala (LPPOM) MPU Aceh bahwa:

"Produksi makanan dan minuman sangat mengadalkan tingkat kebersihan, cara mengolah dan bahan baku yang dicampur, hal ini dalam mengembangkan konsep wisata halal dengan mengadakan kegiatan pengecekan pada usaha-usaha masyarakat khususnya bagi pelaku usaha yang sudah mengajukan permohonan sertifikat halal. Selain itu, label halal juga mempengaruhi keputusan pengunjung dalam membeli seperti makanan dan minuman. Maka hal ini sangat mendukung pengembangan brand wisata hala di Kota Banda Aceh". (Habiburahman, 27 Juli 2024)

Adapun program ini dilakukan untuk menjaga identitas produk halal yang sudah menjadi andalan bagi masyarakat. Selanjutnya juga disampaikan oleh Husamah, selaku Kepala Sekretariat MPU Aceh bahwa:

"Sejauh ini wisata halal lebih fokus pada produksi makanan dan minuman, karena lebih mudah untuk ditawarkan pada wisatawan. Hal ini juga dikarenakan setiap produk makanan yang diolah dapat dipastikan tidak bercampur dengan benda haram seperti bumbu dari daging babi yang dapat merusak citra daerah dan tentunya berdampak pada kesehatan. Oleh demikian bahwa brand wisata ini sesuai dengan kondisi sosial masyarakat yang bernuansa islami". (Husamah, 27 Juli 2024)

Sejauh ini kota Banda Aceh sudah menjadi salah satu destinasi wisata halal, ditandai dengan penghargaan dari pemerintah. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Jamaluddin, selaku pemerhati wisata halal Aceh bahwa:

"Pertama, kategori dalam ajang World Halal Tourism Award, menunjukkan bahwa Banda Aceh telah diakui secara internasional sebagai destinasi wisata halal yang berkualitas tinggi pada tahun 2016. Kedua, kota Banda Aceh terpilih salah satu penerima "Anugerah Pesona Indonesia (API)" sebagai kategori Wisata Halal Terpopuler di seluruh Indonesia. Ketiga, mendapat dukungan pebuh dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Republik Indonesia Sandiaga Salahuddin Uno. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah pusat juga mendukung penuh pengembangan wisata halal di kota Banda Aceh yang berjulukan serambi mekkah. Oleh demikian Banda Aceh telah mendapatkan pengakuan dan dukungan yang signifikan di level dunia dalam pengembangan wisata halal". (Jamaluddin, 5 Agustus 2024)

Dalam tahapan pengembangan konsep wisata halal juga terlibat dan didukung oleh instansi pemerintahan dan individu sebagai berikut:

- a. Pemerintah Kota Banda Aceh telah berperan penting dalam mengembangkan konsep wisata halal dengan revitalisasi di beberapa titik

yaitu kawasan wisata Ulee Lheue dan Gampong Pande dengan menyediakan fasilitas salah satunya tempat ibadah.

- b. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno, mendukung penuh untuk pengembangan wisata halal dan telah mengunjungi lokasi pengembangan industri pariwisata kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata halal level dunia.
- c. Para akademisi dan mahasiswa dari kampus di Aceh, telah melakukan riset tentang wisata halal, dan menyumbang ide dan pikiran sehingga menjadi bahan masukan bagi pengelola dalam pengembangan wisata halal di Kota Banda Aceh.
- d. Lembaga sertifikasi LPPOM MPU Aceh berperan dalam mengembangkan konsep wisata halal, dan telah menyediakan sertifikasi bagi produk makanan dan minuman khususnya di Kota Banda Aceh.
- e. Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh melakukan strategi seperti sosialisasi, sertifikasi produk dengan kerjasama dengan lembaga sertifikasi, promosi ke dalam dan luar negeri, serta pembenahan sarana dan prasarana untuk mendukung pengembangan wisata halal. Oleh demikian, konsep wisata halal Kota Banda Aceh juga disumbang oleh instansi pemerintah dan individu demi terwujudnya wisata halal yang mendunia, dan tidak hanya tingkat Asia bahkan Eropa (Santoso et al., 2021).

2. Keunggulan Wisata Halal Kota Banda Aceh

Wisata halal suatu tindakan dan aktifitas kegiatan pariwisata yang diperbolehkan dalam ajaran Islam untuk digunakan oleh muslim dalam industri wisata. Hal tersebut sebagai dasar hukum untuk memberikan layanan dan tawaran brand wisata halal kepada konsumen yang sebagian besar adalah wisatawan muslim dan non-muslim, karena tidak hanya disediakan bagi wisatawan religius akan tetapi juga pada wisatawan umum. Tujuan wisata yang baik dilakukan dan dijadikan pilihan menurut perspektif syariah adalah wisata halal, karena dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan (Djakfar, 2019). Konsep halal yang berarti diizinkan dalam bahasa Arab, tidak hanya diterapkan pada makanan, tetapi juga mencakup produk apapun yang sesuai mulai dari transaksi bank hingga

kosmetik, vaksin dan dalam hal ini pariwisata berarti menawarkan paket tur dan tujuan yang dirancang khusus untuk memenuhi pertimbangan wisatawan muslim dan memenuhi kebutuhan muslim (Syuhada et al., 2020). Wisata halal sendiri berkembang dari pertumbuhan masyarakat kelas menengah yang rata-rata mereka berpenghasilan tinggi, terutama wisatawan dari negara-negara kawasan Asia dan Timur Tengah (Santoso et al., 2021).

Strategi promosi keunggulan wisata halal di Kota Banda Aceh sebagai berikut:

- a. Membangun komunikasi dengan masyarakat umum, untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan tentang destinasi wisata halal.
- b. Melakukan promosi dengan menggunakan media sosial yang efektif untuk menyampaikan informasi seputaran keunikan wisata halal seperti label halal dan iklan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.
- c. Membangun fasilitas yang memenuhi standar kehalalan, seperti tempat wudhu, tempat shalat, dan makanan halal.
- d. Menyediakan hotel yang sesuai dengan akomodasi dan penerapan aturan-aturan yang bernuansa syariah.

Keunggulan wisata halal juga berupa tempat ibadah, situs bersejarah, seni, budaya dan tempat yang memiliki nilai-nilai religius serta adanya akomodasi seperti hotel syariah sebagai penunjang industri wisata halal di Kota Banda Aceh. Selain itu, sesuai penjelasan Febi Silviana selaku komisaris salah satu hotel di Banda Aceh menjelaskan bahwa:

“Keunggulan wisata halal juga salah satunya termasuk kelengkapan fasilitas hotel yaitu, tersedia makanan dan minuman berlabel halal, tempat shalat serta Al-Qur’an, sajadah dan panah arah qiblat, tempat tidur dan toilet tidak menghadap kiblat, tidak adanya hiburan yang tidak pantas, mengutamakan staf yang bekerja berpakaian sopan dan syar’i, kolam renang pria dan wanita terpisah, kamar pasangan yang belum menikah terpisah, melarang perjudian dan alkohol. Dari kriteria ini dapat dipromosikan kepada berbagai pihak agar bisa berwisata tanpa melanggar nilai-nilai syariat. Maka oleh karena itu, dengan hadirnya industri pariwisata halal, maka dapat meningkatkan kunjungan wisatawan muslim dan non-muslim dari berbagai negara dan tentunya sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat khususnya di Kota Banda Aceh”. (Febi Silviana, 6 Agustus 2024)

Hal lain yang menunjukkan keunggulan wisata halal Kota Banda Aceh yaitu menawarkan konsep *Extending Tradition*, konsep ini diterapkan pada perancangan taman wisata budaya dan seni untuk melestarikan keragaman budaya dan seni. Konsep ini menyediakan berbagai jenis hiburan dan pertunjukan rekreasi serta menyediakan berbagai fasilitas untuk bersantai, menikmati pertunjukan, permainan, mengunjungi restoran, dan mengunjungi toko hadiah. Melalui konsep ini dapat membantu meningkatkan minat wisatawan dengan cara melestarikan dan mengembangkan budaya dan seni setempat, serta menyediakan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan yang berkunjung di Kota Banda Aceh.

Berikut ini terdapat beberapa restoran yang sudah memiliki sertifikat halal di Kota Banda Aceh:

- a. Mie Razali, tersedia beberapa jenis makanan seperti mie Aceh, nasi goreng dan sajian lauk gorengan khas Aceh.
- b. Canai Mamak, tersedia jenis makanan Canai durian.
- c. Banda Seafood tersedia jenis makanan laut.
- d. Sulthan Kebab Turki Paradiso Food, tersedia jenis makanan Kebab Turki yang lezat.
- e. Benjawas Resto dan Cafe, tersedia berbagai jenis makanan dan minuman.
- f. Rumah Pempek dan Tekwan Hawa, tersedia jenis makanan khas yang lezat.
- g. Zaitun Shisha dan Coffee, tersedia jenis makanan yang sangat populer di Banda Aceh.

Dari semua restoran halal yang paling populer di Kota Banda Aceh di kalangan wisatawan adalah Benjawas Resto & Cafe. Restoran ini memiliki rating 4.6 dan telah dikunjungi oleh 443 wisatawan lokal dan nasional dan internasional. Hal ini menunjukkan bahwa kepopulerannya di kalangan wisatawan sangat tinggi. Selain itu, pengolahan makanan dan minuman oleh pelaku usaha. Maka BPOM Aceh menguji produk makanan yang halal melalui beberapa tahapan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dan langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Mengajukan produk makanan telah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha). Apabila belum ada, maka perlu melakukan pendaftaran melalui OSS (Online Single Submission) di www.oss.go.id.
- b. Memastikan produk yang akan disertifikasi halal sudah siap dan lengkap.

- c. Jika usaha tersebut adalah sebuah perusahaan, maka harus memiliki Penyelenggara halal yang bertanggung jawab atas proses sertifikasinya.
- d. Jika semua persyaratan di atas sudah lengkap, maka dapat mendaftar melalui PTSP (Pelayanan Terpadu Satu Pintu) Halal di website SiHalal (<https://ptsp.halal.go.id>).
- e. Daftar di PTSP halal dengan mengakses website SiHalal dan pilih "create an account". Jika sudah pernah mendaftar, maka tinggal masukkan username dan password dan login. Pada saat membuat akun, pilih "Type of User" sebagai pelaku usaha masukkan nama, email dan password untuk membuat akun.
- f. Siapkan dokumen, seperti profil usaha atau perusahaan, data penanggung jawab dan aspek legal, seperti NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), NIB (Nomor Induk Berusaha).
- g. Setelah semua dokumen siap, maka dapat mengajukan permohonan sertifikasi halal melalui PTSP halal, Pemilik Usaha harus mengisi formulir pengajuan yang lengkap dan benar dan setelah pengajuan diterima, maka akan dilakukan penilaian dan pengujian kehalalan produk makanan.
- h. Produk makanan akan diuji dan dinilai untuk memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan dengan pengujian ini meliputi aspek-aspek seperti bahan baku, proses produksi, dan kemasan produk.
- i. Jika produk makanan dan minuman telah memenuhi standar kehalalan, maka akan diterbitkan sertifikat halal oleh BPJPH (Badan Pengawas Jaminan Produk Halal). Sertifikat ini akan diberikan kepada pemilik usaha sebagai bukti bahwa produknya telah diuji melalui sidang *isbat* kemudian baru diberikan label halal.

Dari beberapa tahapan dalam memproses produk makanan dan minuman halal untuk memastikan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen. Hal ini tentu berbeda dengan daerah lain di seluruh Indonesia. Maka oleh karena itu, konsep brand wisata halal Kota Banda Aceh memiliki keunggulan dan menjadi daya tarik para pengunjung terutama dari mancanegara.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan sebagai bahwa: *Pertama*, melakukan pemasaran pada kegiatan pariwisata, didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang memenuhi ketentuan nilai-nilai syariat Islam, sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan dan tidak memandang ras, etnis, atau agama. *Kedua*, melakukan strategi yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan mempromosikan destinasi wisata halal seperti *destination, origin, time*, strategi promosi, sertifikasi dan standarisasi, pengelolaan dan pembenahan sarana dan prasarana, dan media digital. *Ketiga*, keunggulan dapat menumbuhkan potensi wisata yang besar, implementasi strategi wisata halal, pengembangan pariwisata berdasarkan syariat Islam, destinasi wisata yang menarik, penghargaan nasional dan internasional, pertumbuhan ekonomi masyarakat, sertifikat halal, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 17 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Wisata Halal, (2016).
- Adinugraha, H. H., Nasution, I. F. A., Faisal, F., Daulay, M., Harahap, I., Wildan, T., Takhim, M., Riyadi, A., & Purwanto, A. (2021). Halal Tourism in Indonesia: An Indonesian Council of Ulama National Sharia Board Fatwa Perspective. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 665–673. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0665>
- Affaza, H. (2018). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Banda Aceh Dalam Mempromosikan Wisata Halal* [Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh]. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/3415/%0Ahttp://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/3415/2/Humaira Affaza.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/3415/%0Ahttp://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/3415/2/Humaira%20Affaza.pdf)
- Bungin, B. (2010). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Rajawali Press, Jakarta.
- Djakfar, M. (2019). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi* (2nd ed.). UIN-MALIKI PRESS.
- Ebrahimi, M., Yavarigohar, F., & Hasankashi, M. (2019). Prioritizing Iran's Competitiveness Factors in Halal Tourism. *Tourism Planning and Development*, 8(28), 113–137.
- Fahmi, R., & Haryanto, H. (2020). Pendayagunaan Kekuasaan Pemerintah Kota

- Banda Aceh Era Illiza Sa'aduddin Djamal Dalam Mewujudkan Kota Madani. *Journal of Governance and Social Policy*, 1(2), 86–103. <https://doi.org/10.24815/gaspol.v1i2.18538>
- Hendrawathy Putri, I. D. A., & Ratmini, N. K. S. (2018). Strategi Komunikasi Pramuwisata dalam Menjaga Eksistensi Pariwisata Bali. *Pariwisata Budaya*, 3(1), 1–19. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2018/01/02/kunjungan-turis-asing-meningkat-586-persen-di->
- Herizal, H., Rasanjani, S., & Muhkrijal, M. (2021). Kebijakan Kepariwisata di Provinsi Aceh: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Public Policy*, 7(1), 21–28. <https://doi.org/10.35308/jpp.v7i1.3341>
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran destinasi pariwisata*. Alfabeta.
- <https://www.newsbandaaceh.com/>. (2024). <https://www.newsbandaaceh.com/2024>
- Irwansyah, I., & Zaenuri, M. (2021). Wisata Halal: Strategi dan Implementasinya di Kota Banda Aceh. *Journal of Governance and Social Policy*, 2(1), 41–45.
- Jaelani, A. (2017). International Review of Management and Marketing Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 25–34. <http://www.econjournals.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). PT Indeks.
- Manan, A., Wirianto, D., Fadhilah, M. A., & Kamarullah. (2023). Halal Tourism: a Proposed Sharia Model for Implementation. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 11(1), 81–100. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v11i1.784>
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muis, M. (2020). Perkembangan Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh. *Jurnal Adabiya*, 22(1), 41–55. <https://doi.org/10.22373/adabiya.v22i1.7456>
- Nasional, P. B. D. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa.
- Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 275–296.
- Saleh, M., Kamaruzzaman, K., & Desky, H. (2022). Pengembangan Wisata Islami: Strategi Pemasaran Wisata Halal di Bumi Syariah. *Owner*, 6(2), 1221–1238. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.767>
- Saleh, R., & Anisah, N. (2019). Pariwisata Halal Di Aceh: Gagasan dan Realitas di Lapangan. *SAHAFI Journal of Islamic Communication*, 1(2), 79–92. <http://lifestyle.liputan6.com>
- Santoso, E. B., Rahmadanita, A., Rahmaniazar, L., Hidayat, E., & Alyani, N. (2021). Pengembangan Wisata Halal Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 47(2), 195–208. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v47i2.2231>

- Saprijal, S., Bariah, C., & Syahroni, F. (2023). Pengelolaan Objek Wisata Ie Suum dalam Peningkatan Daya Tarik Wisatawan Luar Daerah di Kecamatan Mesjid Raya Kabupaten Aceh Besar. *Aceh Anthropological Journal*, 7(2), 140–153. <https://doi.org/10.29103/aaj.v7i2.12699>
- Segati, A. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159–169.
- Septian Fatianda, A. Manan, N., & Ahmad, M. Y. (2020). Pekan Kebudayaan Aceh Dalam Perspektif Historis. *Indonesian Journal of Islamic History and Culture*, 1(1), 63–79. <https://doi.org/10.22373/ijihc.v1i1.505>
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sukirman, D., & Zulkarnaen, W. (2022). Manajemen Pariwisata Halal Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 36–47. <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/komitmen/article/view/19559%0Ahttp://journal.uinsgd.ac.id/index.php/komitmen/article/viewFile/19559/7496>
- Sutiksno, D. U., Revida, E., Munsarif, M., Simarmata, H. M., Saputra, D. H., Purnomo, A., Sudirman, A., Sisca, S., Napitupulu, D., & Purba, S. (2020). *Tourism Marketing* (1st ed., Issue May). Yayasan Kita Menulis.
- Syuhada, M. N., Suyono, H., & Sumaryanto. (2020). *Panduan Pengembangan Desa Wisata: Pendekatan Psikologi Komunitas* (Vol. 19, Issue 5).