

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MUSLIM  
FRIENDLY DI KOTA PASURUAN**

**Rachmat Bryando Gunawan<sup>1</sup>, Bambang Supriadi<sup>2</sup>,  
Andini Risfandini<sup>3</sup>**

Universitas Merdeka Malang

[rachmatbryandogunawan@gmail.com](mailto:rachmatbryandogunawan@gmail.com)<sup>1</sup>, [bambang.unmer@gmail.com](mailto:bambang.unmer@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[andini.risfandini@unmer.ac.id](mailto:andini.risfandini@unmer.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak**

*Fenomena perjalanan wisatawan Muslim meningkat secara signifikan, dengan data menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan Muslim internasional mencapai 140 juta pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan adanya pemulihan di sektor pariwisata pasca-pandemi. Dengan meningkatnya kesadaran akan kebutuhan fasilitas yang sesuai dengan prinsip Islam, banyak negara berusaha menyesuaikan layanan mereka untuk menarik wisatawan Muslim. Kota Pasuruan, sebagai salah satu destinasi potensial, berupaya mengembangkan pariwisata ramah Muslim untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Tujuan Penelitian adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pariwisata ramah Muslim di Kota Pasuruan, merancang grand dan alternatif strategi pengembangan pariwisata ramah muslim, dan menentukan urutan prioritas dari grand strategy untuk pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kota Pasuruan. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen terkait pengembangan pariwisata di Kota Pasuruan. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pengembangan pariwisata ramah Muslim. Temuan dari penelitian ini adalah Faktor Internal: Keberadaan potensi budaya, sejarah, dan sumber daya alam yang mendukung, namun terdapat tantangan seperti infrastruktur yang belum memadai. Faktor Eksternal: Dukungan pemerintah dan tren global yang menguntungkan pariwisata Muslim. Namun, isu keamanan dan toleransi masyarakat menjadi hambatan. Strategi: Diperlukannya branding Kota Pasuruan sebagai destinasi ramah Muslim, penyediaan fasilitas ibadah, dan promosi kuliner halal. Implikasi Penelitian ini memberikan panduan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan dalam menyusun kebijakan pengembangan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan, meningkatkan kesadaran masyarakat lokal tentang pentingnya pariwisata ramah Muslim untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan keberagaman.*

*Kata kunci: Strategi, Pengembangan Pariwisata, Muslim*

**Abstract**

*The phenomenon of Muslim tourist travel has increased significantly, with data showing that the number of international Muslim tourist visits will reach 140 million in 2023. This indicates a recovery in the tourism sector post-pandemic. With increasing awareness of the need for facilities that comply with Islamic principles, many countries are trying to adjust their services to attract Muslim tourists. Pasuruan City, as one of the potential destinations, is trying to develop Muslim-friendly tourism to increase tourist visits. The purpose of this study is to identify internal and external factors that influence Muslim-friendly tourism in Pasuruan City, design grand and alternative strategies for developing Muslim-friendly tourism, and determine the priority order of the grand strategy for developing Muslim-friendly tourism in Pasuruan City. This research method uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through interviews, observations, and document analysis related to tourism development in Pasuruan City. SWOT analysis was used to identify factors that support and inhibit the development of Muslim-friendly tourism. The*

*findings of this study are Internal Factors: The existence of cultural, historical, and natural resource potential that supports, but there are challenges such as inadequate infrastructure. External Factors: Government support and global trends that benefit Muslim tourism. However, issues of security and community tolerance are obstacles. Strategy: The need for branding of Pasuruan City as a Muslim-friendly destination, provision of worship facilities, and promotion of halal culinary. The implications of this study provide guidance for the government and stakeholders in formulating more inclusive and sustainable tourism development policies, increasing local community awareness of the importance of Muslim-friendly tourism to support economic growth and diversity.*

*Keywords: Strategy, Tourism Development, Muslim*

## PENDAHULUAN

Pariwisata Muslim *Friendly* semakin menjadi tren global, dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang mencari pengalaman berlibur sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Pada tahun 2023, jumlah kunjungan wisatawan Muslim internasional mencapai 140 juta, menunjukkan pemulihan yang signifikan pasca-pandemi.<sup>1</sup> Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, berpotensi besar dalam mengembangkan pariwisata ini. Kota Pasuruan yang terletak di Jawa Timur, memiliki kekayaan budaya dan sejarah yang kaya, sehingga dapat dijadikan destinasi pariwisata ramah Muslim.<sup>2</sup> Namun untuk mencapai potensi tersebut, terdapat tantangan yang perlu diatasi, seperti infrastruktur yang belum memadai, isu keamanan, dan tingkat toleransi masyarakat yang menurun. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kota Pasuruan, agar mampu menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan.

Pemerintah Kabupaten Pasuruan melalui Wali Kota Pasuruan tengah gencar mengembangkan destinasi pariwisata *muslim friendly*.<sup>3</sup> Pendekatan ini dipilih karena kemajemukan wisatawan yang berkunjung ke Kota Pasuruan dan memiliki rute-rute perjalanan wisata religi tokoh-tokoh Islam. Dimulai sejak tahun 2021, kondisi eksisting Kota Pasuruan dalam mengimplementasikan strategi utama destinasi *muslim friendly* adalah membangun *city branding* “Pasuruan Kota Madinah” yang sejalan dengan visi misi Wali Kota Pasuruan. Dengan adanya *city branding* ini diharapkan mampu merepresentasikan tempat wisata, lokasi ikonik, produk UMKM, kuliner, budaya, dan berbagai potensi lokal lain yang mewakili Kota Pasuruan.

Meskipun pada tahun 2022 terjadi penurunan sebesar 2.59% karena masih berada dalam tahap awal pengembangan, namun pada tahun 2023 terjadi lonjakan yang signifikan sebesar 917.45% setelah pembangunan Payung Madinah tersebut selesai, Kota Pasuruan mampu mencapai tingkat kunjungan wisatawan hampir 10 kali lipat dari tahun sebelumnya. Hal ini menjadi rekor

---

<sup>1</sup> A. Hajar, “Keamanan Dalam Pariwisata Muslim Friendly: Tantangan Dan Solusi,” *Jurnal Keamanan Dan Pariwisata* 4, no. 3 (2022).

<sup>2</sup> Comcec, “Pariwisata Ramah Muslim: Pendekatan Baru Dalam Industri Pariwisata” (Organisasi Kerjasama Islam, 2018).

<sup>3</sup> Norliza Aminudin and Salamiah A. Jamal, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Halal Berbasis Bumdesa Di Jawa Timur; Peluang Dan Tantangan,” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2018-0089>.

tersendiri bagi Kota Pasuruan dalam menyaingi destinasi *muslim friendly* yang berada di dekat Kota Pasuruan seperti Kota Surabaya, Malang dan Sidoarjo.<sup>4</sup>

Berdasarkan hasil observasi, peneliti mengidentifikasi sejumlah isu krusial yang muncul di tengah kemajuan ini. Kota Pasuruan dihadapkan pada berbagai permasalahan yang memerlukan strategi penyelesaian yang komprehensif. Diantaranya adalah isu keamanan, menurunnya angka toleransi dan fenomena *mass tourism* yang terjadi di Kota Pasuruan. Pertama, isu keamanan terkait dengan citra Kota Pasuruan sebagai “Kota Madinah” dimana, *branding* tersebut merepresentasikan sebuah destinasi berbasis agama islam yang selaras dengan konsep *muslim friendly*, namun jika melihat berbagai pemberitaan pada media baik media cetak, *online* dan sosial media, Kota Pasuruan termasuk ke dalam *top five* kasus pembegalan tertinggi di Indonesia.

## KAJIAN TEORITIS

Strategi merupakan fondasi yang sangat penting bagi setiap organisasi dalam merancang langkah-langkah dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses perumusan strategi, organisasi harus secara cermat mempertimbangkan berbagai faktor internal seperti sumber daya, kapabilitas, dan kelemahan, serta faktor eksternal seperti kondisi pasar, persaingan, dan regulasi. Hal ini penting agar strategi yang dihasilkan tidak hanya relevan, tetapi juga efektif dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan.<sup>5</sup>

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.<sup>6</sup> Definisi ini menekankan pentingnya peran berbagai pihak dalam mendukung aktivitas wisata, yang melibatkan penyediaan fasilitas dan layanan yang memadai untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Wahab mendefinisikan pariwisata sebagai serangkaian kegiatan yang mencakup perpindahan orang untuk sementara waktu ke suatu tujuan di luar tempat tinggal atau tempat kerja mereka yang biasanya, aktivitas yang dilakukan selama tinggal di sana, serta kemudahan-kemudahan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan mereka baik selama perjalanan maupun di lokasi tujuan.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri halal di berbagai negara, ekonomi berbasis prinsip-prinsip Islam kini memegang peranan yang semakin signifikan dalam perekonomian global. Perkembangan ini awalnya terjadi di sektor makanan dan minuman, yang kemudian meluas ke

---

<sup>4</sup> Mohammad Ali, “Praktik Pariwisata Berkelanjutan Dalam Destinasi Muslim Friendly,” *Jurnal Lingkungan Dan Pariwisata* 9, no. 2 (2022).

<sup>5</sup> BAPPEDA, “Laporan Tahunan Pengembangan Pariwisata Jawa Timur” (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur, 2015).

<sup>6</sup> G. Mulgan, “Strategi Publik Dalam Pengembangan Kebijakan Pemerintah,” *Jurnal Kebijakan Publik* 12, no. 4 (2009).

sektor keuangan pada era 1970-an. Ekspansi ini didorong oleh ledakan petrodollar dan perkembangan pesat bisnis minyak dan gas bumi, terutama di negara-negara Timur Tengah yang kaya akan sumber daya energi. Pada dekade 2000-an, industri halal mulai merambah berbagai aspek gaya hidup, termasuk pariwisata, rekreasi, perhotelan, perawatan medis, mode, dan kosmetik. Peningkatan ini didorong oleh pertumbuhan populasi Muslim yang signifikan serta peningkatan daya beli yang menyertainya.<sup>7</sup>

Menurut Duman, pariwisata Islami merujuk pada jenis perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan Muslim yang didorong oleh nilai-nilai dan ajaran Islam. Wisatawan ini terlibat dalam berbagai aktivitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam selama perjalanan mereka. Pelayanan yang bersifat ramah Muslim, atau yang dikenal sebagai "*Muslim Friendly Services*," meliputi berbagai aspek seperti hotel halal, transportasi yang memenuhi standar halal, restoran yang menyajikan makanan halal, dan paket wisata yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.<sup>8</sup>

Pariwisata berkelanjutan adalah konsep yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Selain itu, konsep ini juga berupaya menjaga kelestarian lingkungan, memberikan peluang kerja, terutama bagi generasi muda, dan mempertahankan tatanan sosial yang telah ada.<sup>9</sup>

## METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode *mix method* dalam menganalisa data, dimana penelitian ini menekankan pada observasi di lapangan dan data yang di analisa secara non statistik yang bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi pengembangan pariwisata muslim *friendlytourism* di Kota Pasuruan. Selain itu, peneliti menggunakan paradigma pragmatis dimana, paradigma ini berfokus pada masalah penelitian dalam ilmu sosial dengan menggunakan pendekatan yang beragam (*mix method*) untuk memperoleh pengetahuan mendalam.<sup>10</sup> Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Pasuruan yang terletak di Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur dengan luas kota 36.58 km<sup>2</sup>.

---

<sup>7</sup> I. Jaelani, "Kebutuhan Wisatawan Muslim Dalam Industri Pariwisata," *Jurnal Manajemen Pariwisata* 6, no. 1 (2017).

<sup>8</sup> N. Ezizwita, "Dampak Pariwisata Muslim Friendly Terhadap Keberlanjutan Ekonomi Dan Sosial," *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata* 10, no. 1 (2023).

<sup>9</sup> A. Supriadi, "Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia," *Jurnal Sosiologi Dan Pariwisata* 8, no. 2 (2022).

<sup>10</sup> Muslim Muslim, "Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi," *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana* 1, no. 10 (2018), <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasi berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi.<sup>11</sup> Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh sejumlah indikator yang menggambarkan kondisi eksisting pariwisata muslim *friendly* di Kota Pasuruan, yang kemudian dikaitkan dengan 9 kriteria dari Sustainable Tourism Goals. Selanjutnya, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 6 informan yang terdiri dari para pemangku kepentingan pariwisata yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pengembangan pariwisata muslim *friendly* di Kota Pasuruan. Indikator-indikator pada analisis SWOT ini dijelaskan secara rinci sebagai berikut.

### Kekuatan (*Strength*)

1. Banyaknya Masjid, Musholla, dan Makanan Halal Mendukung Diferensiasi dan Menarik Wisatawan Muslim dengan Biaya Promosi Rendah (SDG 3: Kehidupan Sehat dan Sejahtera)

Banyaknya masjid dan musholla yang tersebar di Kota Pasuruan memberikan kemudahan bagi wisatawan Muslim untuk menjalankan ibadah shalat dengan nyaman dan tepat waktu. Hal ini sangat penting karena ibadah shalat merupakan salah satu kewajiban utama dalam Islam yang harus dilakukan lima kali sehari. Dengan adanya fasilitas ibadah yang mudah diakses, wisatawan Muslim dapat merasakan ketenangan dan kenyamanan spiritual selama berwisata. Selain itu, ketersediaan makanan halal yang mudah diakses juga memastikan bahwa wisatawan dapat menikmati kuliner lokal tanpa khawatir tentang kehalalan makanan yang mereka konsumsi. Ini tidak hanya mendukung kesehatan fisik wisatawan tetapi juga memberikan rasa aman dan nyaman, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan.

2. Letak Strategis Pasuruan di Segitiga Emas Mendukung Keunggulan Biaya dan Urgensi Implementasi Strategi (SDG 9: Industri, Inovasi, dan Infrastruktur)

Letak geografis yang dimiliki oleh Kota Pasuruan memberikan keuntungan besar dalam pengembangan pariwisata Muslim *Friendly*. Posisi ini memudahkan aksesibilitas bagi wisatawan muslim yang ingin mengunjungi Kota Pasuruan sebagai bagian dari perjalanan mereka ke atau dari kota-kota besar tersebut. Akses yang mudah dan konektivitas transportasi yang baik meningkatkan arus wisatawan Muslim, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan memanfaatkan letak strategis ini, Kota Pasuruan dapat meningkatkan visibilitasnya sebagai destinasi wisata muslim *friendly*, menarik lebih banyak wisatawan, dan mendukung pengembangan infrastruktur yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Hal ini juga sejalan dengan upaya untuk menciptakan industri pariwisata yang

---

<sup>11</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara. Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI* (Jakarta: PT. Gramedia, 2018).

inovatif dan berkelanjutan, yang dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat lokal.

3. Pembangunan Payung Madinah dan *Heerenstraat* Memperkuat Diferensiasi dan Menarik Wisatawan Muslim (SDG 9: Industri, Inovasi, dan Infrastruktur)

Pembangunan Payung Madinah dan *Heerenstraat* sebagai ikon wisata di Kota Pasuruan menunjukkan komitmen kota ini dalam mengembangkan destinasi wisata yang Muslim *friendly*. Payung Madinah, yang terinspirasi dari payung besar di Masjid Nabawi, terletak di area alun-alun Kota Pasuruan dan menjadi pusat kegiatan keagamaan dan sosial.

4. Dukungan Organisasi Masyarakat Menunjukkan Kesiapan Sumber Daya Manusia Dan Mengurangi Risiko Implementasi (SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Masyarakat Muslim yang kuat di Kota Pasuruan memberikan dukungan sosial dan budaya yang penting bagi pengembangan pariwisata muslim *friendly*. Salah satu organisasi masyarakat yang berperan besar adalah Nahdlatul Ulama (NU). NU memiliki pengaruh yang kuat di masyarakat Kota Pasuruan dan aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan. Peran NU dalam mendukung pariwisata muslim *friendly* meliputi penyelenggaraan acara-acara keagamaan, pendidikan, dan pelatihan bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya pariwisata yang muslim *friendly*.

5. Adat dan Budaya Islami yang Menarik bagi Wisatawan Muslim (SDG 3: Kehidupan Sehat dan Sejahtera)

Adat dan budaya Islami yang khas di Kota Pasuruan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan Muslim. Salah satu contohnya adalah Haul KH Abdul Hamid, yang merupakan acara tahunan untuk memperingati wafatnya KH Abdul Hamid, seorang ulama besar di Pasuruan. Acara ini diadakan di alun alun Kota Pasuruan yang makamnya terletak di belakang Masjid Agung Al Anwar. Haul ini biasanya dilaksanakan pada tanggal 25 September. Acara ini menarik ribuan jamaah dari berbagai daerah di Indonesia hingga mancanegara dan menjadi momen penting dalam kalender keagamaan Kota Pasuruan.

6. Adanya Program Kesetaraan Gender bagi Pekerja Laki-Laki Maupun Perempuan di Lingkup Pariwisata Kota Pasuruan (SDG 5: Kesetaraan Gender)

Program kesetaraan gender di sektor pariwisata Kota Pasuruan memastikan bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki kesempatan yang sama dalam pekerjaan. Dengan adanya program ini, lingkungan kerja di sektor pariwisata di Kota Pasuruan menjadi lebih inklusif dan adil, yang dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan pekerja. Kesetaraan gender juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan mendukung, yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif di Kota Pasuruan.

### **Kelemahan (*Weakness*)**

1. Kurangnya Promosi Maupun Informasi Tentang Branding Pariwisata “Kota Madinah” (SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Kurangnya promosi dan informasi yang efektif mengenai branding pariwisata “Kota Madinah” menjadi salah satu kelemahan utama. Branding yang kuat sangat penting untuk menarik wisatawan dan meningkatkan kesadaran tentang destinasi wisata. Tanpa promosi yang memadai, potensi wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi Kota Pasuruan tidak akan mengetahui daya tarik dan fasilitas yang tersedia. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan ekonomi lokal yang seharusnya didorong oleh sektor pariwisata. Branding yang kurang dikenal juga dapat menyebabkan rendahnya minat wisatawan untuk mengunjungi Kota Pasuruan, sehingga mengurangi potensi pendapatan dari sektor pariwisata.

2. Kurangnya Kesadaran Masyarakat Lokal Mengenai Urgensi Membangun Pariwisata Islami yang Berkelanjutan (SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Kesadaran masyarakat lokal tentang pentingnya membangun pariwisata Islami yang berkelanjutan masih rendah. Banyak masyarakat yang belum memahami bagaimana pariwisata *muslim friendly* dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial jangka panjang. Kurangnya kesadaran ini dapat menghambat partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung dan mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan. Tanpa pemahaman yang baik, masyarakat lokal mungkin tidak melihat pentingnya menjaga lingkungan dan budaya lokal yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan Muslim. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya dukungan dari masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

3. Kurangnya Kompetensi Sumber Daya Manusia dalam Bidang Pariwisata dan *Hospitality* (SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Kompetensi sumber daya manusia dalam bidang pariwisata dan *hospitality* di Kota Pasuruan masih perlu ditingkatkan. Keterampilan dan pengetahuan yang memadai sangat penting untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi kepada wisatawan. Kurangnya kompetensi ini dapat menghambat pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan mengurangi daya saing destinasi wisata. Tanpa sumber daya manusia yang terlatih dengan baik, kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan dapat menurun, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepuasan dan pengalaman wisatawan selama berkunjung ke Kota Pasuruan.

4. *Mass Tourism* yang Menyebabkan Ketergantungan yang Tinggi pada Sumber Daya Alam yang Dapat Mengancam Keberlanjutan Ekologis (SDG 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab)

*Mass tourism* atau pariwisata massal yang menyebabkan ketergantungan yang tinggi pada sumber daya alam dapat mengancam keberlanjutan ekologis. Eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam, seperti air, tanah, dan udara, dapat menyebabkan kerusakan

lingkungan yang serius. Ketergantungan yang tinggi pada sumber daya alam juga dapat mengakibatkan penurunan kualitas lingkungan, yang pada akhirnya dapat mengurangi daya tarik destinasi wisata. Selain itu, dampak negatif terhadap lingkungan dapat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat lokal yang bergantung pada sumber daya alam untuk kehidupan sehari-hari.

### **Peluang (*Opportunity*)**

#### 1. Pasar Wisatawan Muslim yang Terus Meningkat Mendukung Urgensi Implementasi Strategi (SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Pasar wisatawan Muslim global terus mengalami peningkatan yang signifikan. Dengan populasi muslim yang besar dan terus bertambah, permintaan akan destinasi wisata yang muslim *friendly* juga meningkat. Kota Pasuruan memiliki peluang besar untuk menarik wisatawan muslim dengan menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Peningkatan jumlah wisatawan muslim dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan usaha lokal yang terkait dengan pariwisata. Selain itu, wisatawan Muslim cenderung mencari destinasi yang menawarkan pengalaman yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti makanan halal, tempat ibadah yang mudah diakses, dan lingkungan yang ramah Muslim. Dengan memenuhi kebutuhan ini, Kota Pasuruan dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata *Muslim Friendly*.

#### 2. Peluang Untuk Menjalin Kerjasama dengan Negara-Negara Berpenduduk Muslim Tinggi (SDG 9: Industri, Inovasi, dan Infrastruktur)

Kota Pasuruan memiliki peluang untuk menjalin kerjasama dengan negara-negara berpenduduk muslim tinggi. Kerjasama ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti promosi pariwisata, investasi dalam infrastruktur pariwisata, dan pertukaran budaya. Dengan menjalin kerjasama internasional, Kota Pasuruan dapat meningkatkan visibilitasnya sebagai destinasi wisata *muslim friendly* dan menarik lebih banyak wisatawan dari negara-negara tersebut. Selain itu, kerjasama ini juga dapat mendukung pengembangan infrastruktur yang lebih baik dan inovatif untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata.

#### 3. Pemanfaatan Teknologi Digital Mendukung Keunggulan Biaya dan Diferensiasi (SDG 9: Industri, Inovasi, dan Infrastruktur)

Pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu peluang besar dalam promosi dan penyebaran informasi pariwisata halal. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, Kota Pasuruan dapat memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile untuk mempromosikan destinasi wisata *muslim friendly*. Teknologi digital memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan luas, serta memberikan kemudahan



bagi wisatawan untuk mengakses informasi yang mereka butuhkan. Hal ini dapat meningkatkan minat dan kunjungan wisatawan Muslim ke Kota Pasuruan.

4. Dukungan Pemerintah Memperkuat Urgensi dan Mengurangi Risiko Implementasi Strategi (SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Dukungan dari pemerintah pusat, seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta pemerintah daerah Jawa Timur, merupakan peluang besar bagi pengembangan pariwisata halal di Kota Pasuruan.<sup>12</sup> Dukungan ini dapat berupa kebijakan, program, dan bantuan finansial yang mendukung pengembangan destinasi wisata muslim *friendly*. Dengan adanya dukungan pemerintah, Kota Pasuruan dapat lebih mudah mengembangkan infrastruktur, fasilitas, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim, serta meningkatkan daya saingnya sebagai destinasi wisata halal.

5. Diversifikasi Wisata yang Menarik Bagi Wisatawan Muslim (SDG 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab)

Adanya berbagai macam daya tarik wisata yang ada di Kota Pasuruan hal ini dapat dikemas melalui paket wisata baru yang menarik bagi wisatawan muslim. Hal ini merupakan peluang besar untuk meningkatkan daya tarik Kota Pasuruan sebagai destinasi wisata *muslim friendly*. Paket wisata yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan muslim dapat mencakup berbagai atraksi, kegiatan, dan pengalaman yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan menawarkan paket wisata yang menarik, Kota Pasuruan dapat meningkatkan *length of stay* dan *spend of money* wisatawan, serta memberikan pengalaman wisata yang lebih memuaskan.

6. Adanya Proyek Wisata Tematik Bernuansa Makkah Mendukung Diferensiasi Strategi (SDG 9: Industri, Inovasi, dan Infrastruktur)

Proyek wisata tematik bernuansa Makkah yang terletak di Desa Krampyangan, Kecamatan Budul Kidul, Jawa Timur, merupakan salah satu peluang besar dalam pengembangan pariwisata muslim *friendly* di Kota Pasuruan. Proyek ini menawarkan pengalaman wisata yang unik dan menarik bagi wisatawan muslim, dengan menghadirkan suasana dan nuansa yang mirip dengan kota suci Makkah. Proyek wisata tematik ini dapat menjadi daya tarik utama yang menarik lebih banyak wisatawan muslim ke Kota Pasuruan, serta mendukung pengembangan infrastruktur dan fasilitas pariwisata yang lebih baik. Dengan adanya proyek wisata tematik ini, Kota Pasuruan dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata yang menawarkan pengalaman spiritual dan religius yang mendalam bagi wisatawan Muslim.

---

<sup>12</sup> Kemenparekraf, "Definisi Pariwisata Ramah Muslim" (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2022).

### **Ancaman (*Threat*)**

1. Isu Keamanan Begal di Kabupaten Pasuruan yang Mengancam Citra Kota Pasuruan (SDG 3: Kehidupan Sehat dan Sejahtera)

Isu keamanan, khususnya terkait dengan begal, merupakan ancaman serius bagi pengembangan pariwisata di Kota Pasuruan. Kejadian begal yang sering terjadi di Kabupaten Pasuruan dapat menimbulkan rasa tidak aman bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Pasuruan. Keamanan adalah salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh wisatawan saat memilih destinasi wisata. Jika Kota Pasuruan dianggap tidak aman, hal ini dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif pada sektor pariwisata dan ekonomi lokal. Selain itu, isu keamanan juga dapat mempengaruhi citra dan reputasi Kota Pasuruan sebagai destinasi wisata yang aman dan ramah bagi wisatawan muslim.

2. Persaingan Dengan Destinasi Lain Memerlukan Strategi Diferensiasi Kuat (SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Kota Pasuruan menghadapi persaingan yang ketat dengan destinasi wisata lain yang lebih terkenal dan sudah mapan. Destinasi wisata seperti Malang, Surabaya, dan Batu memiliki daya tarik yang kuat dan sudah dikenal luas oleh wisatawan domestik maupun internasional. Persaingan ini dapat menjadi ancaman bagi Kota Pasuruan dalam menarik wisatawan muslim, terutama jika destinasi lain menawarkan fasilitas dan layanan yang lebih baik. Untuk bersaing, Kota Pasuruan perlu terus meningkatkan kualitas dan daya tarik wisatanya agar dapat menarik perhatian wisatawan Muslim.

3. Perubahan Kebijakan Pemerintah Menimbulkan Risiko yang Perlu Diantisipasi

Perubahan kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah yang tidak mendukung pengembangan pariwisata muslim *friendly* dan bertentangan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan di Kota Pasuruan dapat menjadi ancaman serius bagi seluruh *stakeholders*. Khususnya, ketidakpastian kebijakan dapat menciptakan ketidakstabilan bagi investor dan pelaku industri pariwisata, menghambat investasi dan pengembangan infrastruktur yang diperlukan. Selain itu, kebijakan yang tidak mendukung prinsip pariwisata berkelanjutan dapat menurunkan kepercayaan wisatawan, terutama mereka yang mencari destinasi ramah lingkungan dan berkelanjutan, serta wisatawan muslim yang membutuhkan fasilitas dan layanan sesuai kebutuhannya.

4. Adanya Stereotip Negatif Media Terhadap Daerah yang Berlandaskan Agama Islam.

Strategi pengembangan Kota Pasuruan sebagai destinasi pariwisata muslim *friendly* menghadapi beberapa ancaman serius, terutama terkait dengan stereotip negatif dari media terhadap daerah yang berlandaskan agama Islam. Stereotip negatif dapat menyebabkan stigma sosial dan diskriminasi terhadap masyarakat muslim di Pasuruan, yang mengakibatkan marginalisasi dan menghambat partisipasi mereka dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan

ekonomi. Selain itu, daerah yang dicap negatif oleh media akan mengalami penurunan jumlah wisatawan, karena wisatawan mungkin merasa tidak aman atau tidak nyaman mengunjungi daerah tersebut, yang berdampak negatif pada sektor pariwisata lokal dan ekonomi daerah.

### **Analisis IFE Dan EFE Pengembangan Pariwisata Muslim *Friendly* Kota Pasuruan**

Pada tahap ini, dilakukan analisis lebih lanjut untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan pariwisata muslim *friendly* di Kota Pasuruan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam upaya pengembangan pariwisata tersebut. Penilaian dilakukan dengan memberikan skor pada setiap indikator dari faktor internal dan eksternal, yang kemudian direkapitulasi untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis kepariwisataan Kota Pasuruan.

### **Alternatif Strategi Pengembangan Pariwisata Muslim *Friendly* Kota Pasuruan**

Strategi alternatif dalam kepariwisataan Kota Pasuruan dihasilkan melalui analisis SWOT yang mencakup strategi *Strength and Opportunity* (SO), strategi *Strength and Threat* (ST), strategi *Weakness and Opportunity* (WO), dan strategi *Weakness and Threat* (WT). Beberapa strategi alternatif yang dapat diterapkan oleh *stakeholders* pariwisata Kota Pasuruan dalam menunjang pengembangan pariwisata muslim *friendly* dan berkelanjutan adalah sebagai berikut:

#### **1. S-O (*Strengths-Opportunities*) Strategies**

Memanfaatkan Kekuatan untuk Mengambil Peluang

##### **a. Pengembangan Wisata Religi dan Edukasi:**

- 1) Deskripsi: Memanfaatkan banyaknya masjid, musholla, dan makanan halal yang mudah diakses serta letak strategis Kota Pasuruan untuk mengembangkan paket wisata religi dan edukasi yang menarik bagi wisatawan Muslim.
- 2) Implementasi: Buat paket wisata yang mencakup kunjungan ke masjid-masjid bersejarah, kuliner halal, dan kegiatan edukasi tentang budaya Islami. Promosikan melalui teknologi digital dan kerjasama dengan negara-negara berpenduduk Muslim tinggi.

##### **b. Promosi Branding “Kota Madinah”:**

- 1) Deskripsi: Menggunakan daya tarik Payung Madinah dan Heerenstraat serta dukungan komunitas masyarakat untuk mempromosikan branding “Kota Madinah” secara luas.
- 2) Implementasi: Luncurkan kampanye promosi melalui media sosial, situs web, dan kerjasama dengan influencer Muslim. Manfaatkan dukungan dari pemerintah pusat dan daerah untuk memperkuat branding ini.

## 2. W-O (*Weaknesses-Opportunities*) Strategies

### Mengatasi Kelemahan dengan Memanfaatkan Peluang

#### a. Peningkatan Kompetensi SDM Pariwisata:

- 1) Deskripsi: Mengatasi kurangnya kompetensi sumber daya manusia dalam bidang pariwisata dan hospitality dengan memanfaatkan peluang kerjasama dengan negara-negara berpenduduk Muslim tinggi dan dukungan pemerintah.
- 2) Implementasi: Adakan program pelatihan dan sertifikasi bagi pekerja pariwisata. Jalin kerjasama dengan institusi pendidikan dan lembaga pelatihan dari negara-negara Muslim untuk meningkatkan kualitas SDM lokal.

#### b. Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Promosi:

- 1) Deskripsi: Mengatasi kurangnya promosi dan informasi tentang branding pariwisata “Kota Madinah” dengan memanfaatkan teknologi digital.
- 2) Implementasi: Kembangkan platform digital yang informatif dan interaktif untuk mempromosikan destinasi wisata Muslim *friendly* di Pasuruan. Gunakan media sosial, aplikasi mobile, dan situs web untuk menyebarkan informasi dan menarik wisatawan.

## 3. S-T (*Strengths-Threats*) Strategies

### Memanfaatkan Kekuatan untuk Mengatasi Ancaman

#### a. Penguatan Citra Positif Melalui Media:

- 1) Deskripsi: Memanfaatkan dukungan komunitas masyarakat dan adat budaya Islami yang menarik untuk mengatasi isu keamanan dan stereotip negatif media.
- 2) Implementasi: Luncurkan kampanye media yang menyoroti keindahan dan keamanan Kota Pasuruan. Libatkan komunitas lokal dalam kegiatan promosi dan edukasi untuk memperkuat citra positif kota.

#### b. Diversifikasi Wisata untuk Mengurangi Ketergantungan pada Sumber Daya Alam:

- 1) Deskripsi: Memanfaatkan daya tarik Payung Madinah dan Heerenstraat untuk mengembangkan diversifikasi wisata yang menarik bagi wisatawan Muslim, sehingga mengurangi ketergantungan pada sumber daya alam.
- 2) Implementasi: Kembangkan wisata tematik bernuansa Makkah dan wisata edukasi yang tidak bergantung pada sumber daya alam. Promosikan melalui kerjasama dengan agen perjalanan dan media digital.

## 4. W-T (*Weaknesses-Threats*) Strategies

### Mengurangi Kelemahan dan Menghindari Ancaman

#### a. Peningkatan Kesadaran dan Edukasi Masyarakat:

- 1) Deskripsi: Mengatasi kurangnya kesadaran masyarakat lokal mengenai pentingnya membangun pariwisata Islami yang berkelanjutan dan mengurangi ancaman dari perubahan kebijakan pemerintah.

- 2) Implementasi: Adakan program edukasi dan sosialisasi tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan dan Islami. Libatkan pemerintah lokal dan organisasi masyarakat dalam kegiatan ini untuk memastikan dukungan yang luas.

## KESIMPULAN

Pariwisata Kota Pasuruan secara keseluruhan menunjukkan potensi yang signifikan untuk berkembang menjadi destinasi unggulan, terutama dalam konteks pariwisata *muslim friendly*. Berdasarkan hasil analisis SWOT, faktor internal mencakup kekuatan utama seperti adanya pembangunan Payung Madinah dan *Heerenstraat* serta fasilitas yang mendukung *muslim friendly tourism*, sementara kelemahannya adalah kurangnya promosi *branding* dan aspek *length of stay & spend of money* wisatawan yang masih perlu ditingkatkan. Dari sisi faktor eksternal, peluang yang ada meliputi meningkatnya minat wisatawan muslim global dan pembangunan kawasan wisata tematik Makkah, sedangkan ancaman termasuk persaingan dari destinasi lain yang sudah lebih dulu berkembang dan stereotip negatif media merupakan hal yang harus diatasi. Posisi strategis Kota Pasuruan berada pada kuadran I yakni “Tumbuh dan Kembangkan”, yang menunjukkan bahwa kota ini memiliki potensi besar untuk pertumbuhan dan pengembangan lebih lanjut. Penelitian ini menghasilkan berbagai alternatif strategi yang terdiri dari S-O, W-O, S-T dan W-T. Selain itu, penelitian ini menghasilkan 5 (lima) *grand strategy* yang dapat direkomendasikan kepada para *stakeholders* pariwisata Kota Pasuruan. Namun, kelima strategi tersebut membutuhkan skala prioritas dalam implementasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad. “Praktik Pariwisata Berkelanjutan Dalam Destinasi Muslim Friendly.” *Jurnal Lingkungan Dan Pariwisata* 9, no. 2 (2022).
- Aminudin, Norliza, and Salamiah A. Jamal. “Strategi Pengembangan Desa Wisata Halal Berbasis Bumdesa Di Jawa Timur; Peluang Dan Tantangan.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2018-0089>.
- BAPPEDA. “Laporan Tahunan Pengembangan Pariwisata Jawa Timur.” Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur, 2015.
- Comcec. “Pariwisata Ramah Muslim: Pendekatan Baru Dalam Industri Pariwisata.” Organisasi Kerjasama Islam, 2018.
- Ezizwita, N. “Dampak Pariwisata Muslim Friendly Terhadap Keberlanjutan Ekonomi Dan Sosial.” *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata* 10, no. 1 (2023).
- Hajar, A. “Keamanan Dalam Pariwisata Muslim Friendly: Tantangan Dan Solusi.” *Jurnal Keamanan Dan Pariwisata* 4, no. 3 (2022).
- Jaelani, I. “Kebutuhan Wisatawan Muslim Dalam Industri Pariwisata.” *Jurnal Manajemen Pariwisata* 6, no. 1 (2017).
- Kemendparekraf. “Definisi Pariwisata Ramah Muslim.” Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2022.

Rachmat Bryando Gunawan, Bambang Supriadi, Andini Risfandini: Strategi Pengembangan Pariwisata Muslim *Friendly* di Kota Pasuruan

Mulgan, G. "Strategi Publik Dalam Pengembangan Kebijakan Pemerintah." *Jurnal Kebijakan Publik* 12, no. 4 (2009).

Muslim, Muslim. "Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi." *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana* 1, no. 10 (2018). <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>.

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara. Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia, 2018.

Supriadi, A. "Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia." *Jurnal Sosiologi Dan Pariwisata* 8, no. 2 (2022).