

Dr. Ir. Nurita Andriani, MM., CSRS, CMA

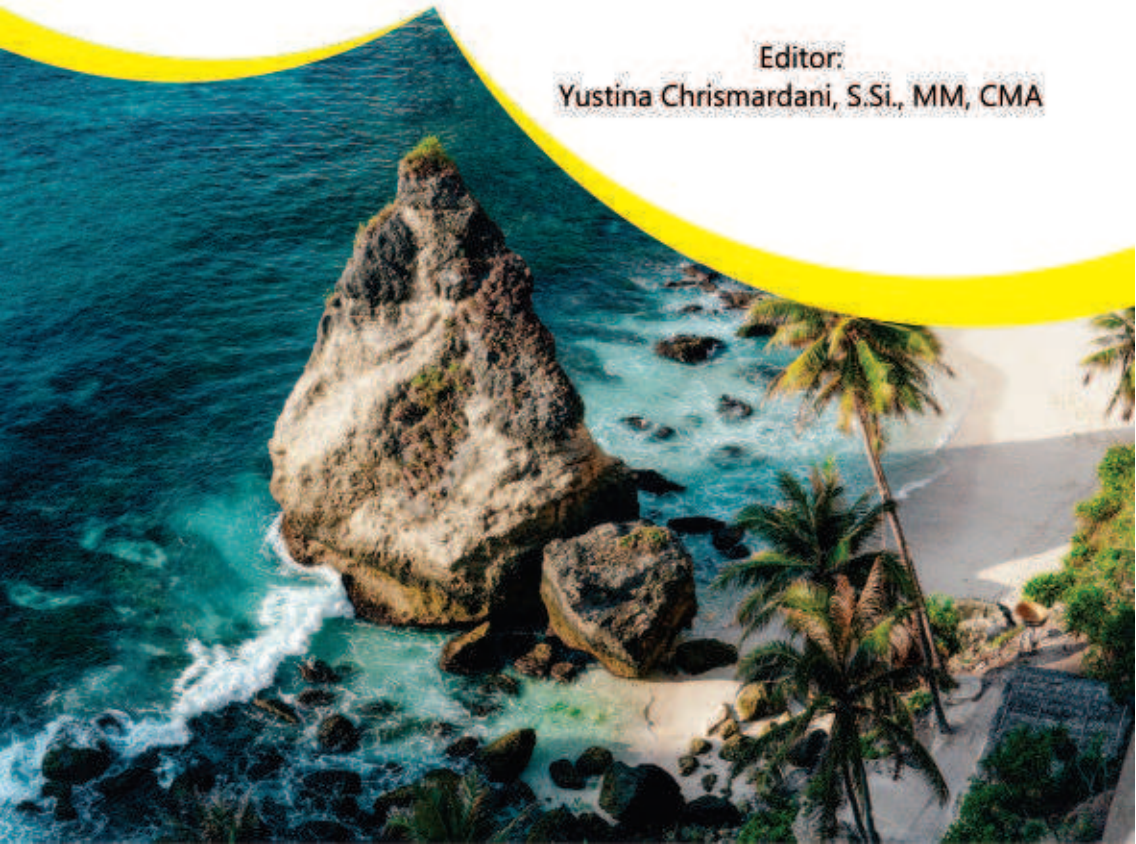


# MODEL INTEGRASI VALUE CHAIN PARIWISATA

DENGAN **PENDEKATAN ANALITYCAL  
NETWORK PROCESS (ANP)**

Editor:

Yustina Chrismardani, S.Si., MM, CMA



# MODEL INTEGRASI VALUE CHAIN PARIWISATA

DENGAN **PENDEKATAN ANALYTICAL  
NETWORK PROCESS (ANP)**

Tulisan dalam buku ini menyajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi tentang fenomena wisata halal yang menyajikan gambaran kondisi serta permasalahan pada wisata halal yang dihadapinya sehingga dibutuhkan telaah lebih lanjut pada wisata halal khususnya wisata halal yang ada di Madura. Kajian ini sifatnya toritis dan empiris dengan cara membandingkan pendapat serta hasil penelitian ataupun kajian tentang *value chain* wisata halal, integrasiwisata halal, pengembangan wisata halal berkelanjutan. Buku ini mencoba untuk menganalisis dan memberikan penjelasan secara lengkap tentang hubungan dan keterkaitan *value chain* dan integrasiwisata halal. Buku ini juga menyajikan alternatif perencanaan strategi dengan menggunakan analisis SWOT dan pengembangan wisata halal berkelanjutan dengan pendekatan *analytical network process* (ANP). Dari hasil kajian ini dapat digambarkan model integrasi *value chain* wisata halal pada wisata halal di KabupatenSumenep dan khususnya pada destinasi wisata Mangrove Kedatim dan wisata Pantai E-Kasoghi. Yang nantinya dapat dijadikan rujukan bagi stakeholder yang berkaitan dengan wisata halal di Kabupaten Sumenep sebagai pengembangan wisata berkelanjutan. Selain itu dapat dijadikan bagi kajian pada pariwisata halal khususnya yang berkaitan dengan integrasi *value chain* dan pengembangan wisata halal berkelanjutan.



☎ 0858 5343 1992  
✉ eurekamediaaksara@gmail.com  
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10  
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-151-362-5



**MODEL INTEGRASI *VALUE CHAIN*  
PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN  
*ANALITYCAL NETWORK PROCESS (ANP)***

**Dr. Ir. Nurita Andriani, MM., CSRS, CMA**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA**

**MODEL INTEGRASI *VALUE CHAIN* PARIWISATA DENGAN  
PENDEKATAN *ANALITYCAL NETWORK PROCESS (ANP)***

**Penulis** : Dr. Ir. Nurita Andriani, MM., CSRS, CMA

**Editor** : Yustina Chrismardani, S.Si., MM, CMA

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Uli Mas'uliyah Indarwati

**ISBN** : 978-623-151-362-5

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, AGUSTUS 2023**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992  
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com  
Cetakan Pertama : 2023

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyajikan buku dalam bentuk monograf yang berjudul: Model Integrasi *Value Chain* Wisata Halal untuk Pengembangan Wisata Halal Berkelanjutan

Di dalam tulisan ini disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi: Bab 1 membahas tentang fenomena wisata halal. Bab ini memberikan gambaran kondisi serta permasalahan pada wisata halal yang dihadapinya sehingga dibutuhkan telaah lebih lanjut pada wisata halal yang ada di Madura. Bab 2 membahas kajian tentang *value chain* wisata halal, integrasi wisata halal, pengembangan wisata halal berkelanjutan, analisis SWOT dan pendekatan *analytical network process* (ANP). Bab 3 membahas tentang gambaran umum lokasi wisata halal di Kabupaten Sumenep. Bab 4 membahas tentang kajian empiris secara diskriptif tentang karakteristik pengunjung dan pendapat pengunjung tentang *value chain* dan integrasi wisata halal yang dijadikan sebagai sumber empiris dalam kajian buku ini. Bab 5 mencoba untuk menyajikan hasil dari bab sebelumnya sehingga bisa didapatkan penjelasan lengkap tentang hubungan dan keterkaitan *value chain* dan integrasiwisata halal. Bab 6 menyajikan alternatif perencanaan strategi dengan menggunakan analisis SWOT dan pengembangan wisata halal berkelanjutan dengan pendekatan *analytical network process* (ANP). Bab 7 tentang kesimpulan dari temuan. Dari hasil kajian ini dapat digambarkan model integrasi *value chain* wisata halal pada wisata halal di Kabupaten Sumenep dan khususnya pada destinasi wisata Mangrove Kedatim dan wisata Pantai Ekasoghi.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 24 Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>BAB 2 VALUE CHAIN WISATA HALAL, PENGEMBANGAN WISATA HALAL BERKELANJUTAN, DAN PENDEKATAN ANALYTICAL NETWORK PROCESS</b> .....	<b>9</b>
A. <i>Value Chain</i> Wisata Halal Wisata Halal .....	9
B. Ekosistem Pariwisata Halal .....	12
C. <i>Value Chain</i> Wisata Halal .....	15
D. Sarana dan Prasarana Wisata Halal .....	18
E. Pengembangan Wisata Berkelanjutan .....	22
F. Analisis SWOT .....	24
G. <i>Analytic Network Process</i> (ANP) .....	28
H. Kajian Empiris Integrasi <i>Value Chain</i> Wisata Halal dan Pengembangan Wisata Halal Berkelanjutan .....	29
<b>BAB 3 GAMBARAN INTEGRASI VALUE CHAIN PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN ANALYTICAL NETWORK PROCESS (ANP)</b> .....	<b>33</b>
<b>BAB 4 HUBUNGAN VALUE CHAIN DENGAN INTEGRASI WISATA HALAL</b> .....	<b>43</b>
A. Hubungan <i>Value Chain</i> dengan Integrasi Wisata Halal ..	43
<b>BAB 5 ALTERNATIF STRATEGI DENGAN ANALISIS SWOT DAN PENGEMBANGAN WISATA HALAL BERKELANJUTAN DENGAN PENDEKATAN ANALYTICAL NETWORK PROCESS (ANP)</b> .....	<b>46</b>
A. Alternatif Perencanaan Strategi dengan Menggunakan Analisis SWOT .....	46
B. Hasil <i>Analytical Network Process</i> (ANP) .....	55
<b>BAB 6 PENUTUP</b> .....	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>64</b>
<b>TENTANG PENULIS</b> .....	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Wisata Konvensional dan Wisata Halal.....	7
Tabel 2.1 Tingkat Kepentingan .....	26
Tabel 2.2 Matriks <i>SWOT</i> .....	27
Tabel 2.3 Pemberian Nilai Pada Perbandingan Berpasangan .....	29
Tabel 3.1 Data Kunjungan Perbulan (Januari - September 2021) .....	37
Tabel 3.2 Karakteristik Pengunjung .....	39
Tabel 5.1 Matriks Interaksi Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Integrasi Pariwisata.....	46
Tabel 5.2 Tingkat Kepentingan <i>SWOT</i> Grup .....	52
Tabel 5.3 Matriks Analisis <i>SWOT</i> .....	54
Tabel 5.4 Ranking Strategi Alternatif .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hierarki pada Struktur SWOT .....	25
Gambar 3.1	Brosur Wisata Pantai Ekasoghi .....	34
Gambar 3.2	Destinasi Wisata Mangrove Kedatim Desa Kebundadap Timur Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep .....	36
Gambar 6.1	Model Integrasi <i>Value Chain</i> Wisata Halal Pantai Ekasoghi dan Mangrove Kedatim Sumenep .....	62



**MODEL INTEGRASI *VALUE*  
*CHAIN* PARIWISATA DENGAN  
PENDEKATAN *ANALITYCAL*  
*NETWORK PROCESS (ANP)***



# BAB

# 1

# PENDAHULUAN

Menurut UU no. 10 tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sebagai industri yang berkembang begitu pesat saat ini, pariwisata tidak hanya sekedar sarana penjualan barang dan jasa, namun melibatkan beberapa aspek seperti produksi, distribusi, konsumsi, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, finansial, dan termasuk investasi. Jadi, ekonomi pariwisata adalah ekonomi yang menjadikan dunia pariwisata sebagai episentrumnya, guna menopang sektor-sektor lain atau kegiatan ekonomi secara umum. Pariwisata merupakan industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Integrasi industri dalam ekonomi pariwisata beberapa di antaranya meliputi industri makanan dan minuman (*food and beverages*), transportasi, akomodasi, periklanan, cindramata, garmen, retail, agensi perjalanan, energi, valuta asing, konstruksi, komunikasi, *e-commerce*, dan sebagainya.

Pariwisata menjadi isu yang terus berkembang dan semakin penting dikaji, termasuk juga pada kajian wisata halal. Berkembangnya halal lifestyle atau gaya hidup halal di dunia ini membuka peluang besar bagi perkembangan industri terkait, termasuk industri pariwisata, yang kini dikenal wisata halal. Pariwisata halal atau *halal tourism* istilah yang digunakan untuk

# BAB 2

## VALUE CHAIN WISATA HALAL, PENGEMBANGAN WISATA HALAL BERKELANJUTAN, DAN PENDEKATAN ANALYTICAL NETWORK

### A. *Value Chain* Wisata Halal Wisata Halal

Menurut Hamzah dan Yudiana (2015) pariwisata halal memiliki standar kriteria antara lain: 1) Berorientasi pada kemaslahatan umum., 2) Berorientasi pada pencerahan, penyegaran, dan ketenangan., 3) Menghindari kemusyrikan dan Khurafat. 4) Menghindari maksiat seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba, dan judi., 5) Menjaga perilaku, etika, dan nilai luhur kemanusiaan seperti tidak bersikap hedonis dan asusila., 6) Menjaga amanah, keamanan, dan kenyamanan., 7) Bersifat universal dan inklusif., 8) Menjaga kelestarian lingkungan., 9) Menghormati nilai-nilai sosial, budaya, dan kearifan lokal.

Seperti yang dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO), konsumen wisata halal bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Adapun kriteria umum pariwisata halal adalah:

1. Memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum.
2. Memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan.
3. Menghindari kemusyrikan dan khurafat.
4. Bebas dari maksiat.
5. Menjaga keamanan dan kenyamanan.
6. Menjaga kelestarian lingkungan.
7. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

(*The World Halal Travel Summit*, 2015)

# BAB 3

## **GAMBARAN *INTEGRASI* *VALUE CHAIN* PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN *ANALYTICAL NETWORK* *PROCESS* (ANP)**

Wisata pantai Ekasoghi dikelola secara swasta, dengan nama pengelola Fadel Abu Aufa, dan pengelolaannya dibantu oleh beberapa orang, yaitu direktur, pemilik lahan, kreator, bagian arsitek dan karyawan. Pantai Ekasoghi memiliki 2 arti yakni pantai Kecamatan Saronggi dan pantai yang bisa membuat kaya (soghi). Dibuka pada pertengahan tahun 2020, pantai ini langsung menarik minat wisatawan lokal baik yang berasal dari Sumenep atau luar pulau Madura untuk berkunjung.

Pantai Ekashogi secara administrasi berada di Dusun Nonggunong, Desa Tanjung, Kec. Saronggi, Kabupaten Sumenep. Menuju ke lokasi ini dari pusat Kota Sumenep dapat ditempuh dengan perjalanan sekitar 15 km atau sekitar 30 menit. Jam operasional pantai Ekashogi ini dari jam 07.00 – 21.00 Wib.

Pantai Ekasoghi menampilkan panorama berupa pantai, *camping ground*, dan hutan mangrove yang sangat indah dan menakjubkan. Para pengunjung akan diajak berkeliling mulai dari menjumpai Gazebo dan tempat berteduh yang berkonsep rumput ilalang. Hal menarik lainnya ialah dengan adanya Jembatan *jogging track* dengan panjang 400m yang terhubung ke lautan sehingga para pengunjung dapat melihat lautan dari area *jogging track* yang tersusun oleh susunan bambu yang dibuat mengelilingi hutan mangrove di area sekitar pantai. Pada beberapa bagian baik bagian kiri dan kanan *jogging track*, para pengunjung akan menjumpai gubuk kecil yang dapat digunakan untuk sekedar nongkrong, istirahat, bercanda tawa,

# BAB 4

## HUBUNGAN *VALUE CHAIN* DENGAN INTEGRASI WISATA HALAL

### A. Hubungan *Value Chain* dengan Integrasi Wisata Halal

Destinasi wisata pada *value chain* wisata halal menunjukkan adanya pengaruh pada integrasi wisata halal, alat transportasi pada *value chain* wisata halal berpengaruh pada integrasi wisata halal, hotel dan akomodasi pada *value chain* wisata halal berpengaruh pada integrasi wisata halal, pada *value chain* wisata halal berpengaruh pada integrasi wisata halal, pada *value chain* wisata halal berpengaruh pada integrasi wisata halal.

Destinasi wisata berpengaruh pada integrasi wisata halal. Artinya bahwa promosi pada destinasi wisata sudah menunjukkan tempat wisata yang mempunyai fasilitas ibadah, makanan halal dan kebersihan. Selain itu tempat wisata sudah menyediakan tempat ibadah dan air wudlu yang memadai. Yang terpenting untuk menunjukkan bahwa destinasi wisata yang merupakan faktor dari *value chain* pada wisata halal, dapat menunjukkan fasilitas yang Syariah. Hal ini terbukti dari respon pengunjung sebagian besar pengunjung yang setuju terhadap promosi sudah menunjukkan tempat wisata yang mempunyai fasilitas ibadah, makanan halal dan kebersihan, serta tempat wisata sudah menyediakan tempat ibadah dan air wudlu yang memadai.

Alat transportasi berpengaruh pada integrasi wisata halal. Artinya bahwa operator transportasi menyediakan layanan ramah, sesuai dengan kaidah halal dan operator

# BAB 5

## ALTERNATIF STRATEGI DENGAN ANALISIS SWOT DAN PENGEMBANGAN WISATA HALAL BERKELANJUTAN DENGAN PENDEKATAN ANALYTICAL NETWORK PROCESS (ANP)

### A. Alternatif Perencanaan Strategi dengan Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang didasarkan pada logika dimana dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) secara bersamaan dengan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan tantangan (*threat*). Analisis SWOT ini dilakukan dengan menyesuaikan peluang eksternal, kekuatan internal kawasan, ancaman eksternal, dan kelemahan internal kawasan (Wheelen dan Hunger, 1996). Oleh karena itu, analisis SWOT harus mengidentifikasi kompetensi langka (*distinctive competence*) yaitu karakteristik unik dan sumber daya tertentu yang dimiliki oleh kawasan (Wheelen dan Hunger, 1996). Dari adanya kompetensi langka tersebut mampu memberikan keunggulan bersaing dan kawasan lainnya secara berkelanjutan (*competitive advantage*) karena memiliki perbedaan dengan kawasan lain (Rangkuti, 2004).

Analisis SWOT diawali dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada *value chain* pariwisata halal terhadap integrasi wisata halal dalam ekosistem pariwisata halal. Faktor-faktor internal dan eksternalnya, yaitu destinasi pariwisata, alat transportasi, hotel dan akomodasi, restoran dan kafe, serta *travel* dan *tours*. (Tabel 5.1)

# BAB 6

## PENUTUP

Berdasarkan uraian yang telah dilakukan maka dalam menentukan strategi pengembangan wisata yang berkelanjutan di wisata Pantai Ekasoghi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pembahasan untuk hubungan antara *Value chain* yang terdiri dari destinasi wisata, alat transportasi, hotel dan akomodasi, restoran dan kafe serta travel dan tours, yaitu 1) Berdasarkan identifikasi serta validasi yang dilakukan terdapat 25 indikator internal eksternal pantai Ekasoghi yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Kekuatan terdiri dari 10 indikator, kelemahan terdiri dari 6 indikator, peluang terdiri dari 6 indikator serta ancaman terdiri dari 3 indikator., 2) Berdasarkan analisis SWOT terdapat 6 strategi alternatif yang diperoleh dalam strategi pengembangan wisata di pantai Ekasoghi., 3) Strategi prioritas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Analytical Network Process (ANP)*. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *super decisions*, diperoleh strategi prioritas dari beberapa strategi alternatif yang dihasilkan yakni strategi SO1 yaitu mengusulkan program penetrasi pasar. Namun strategi WT1 telah dilaksanakan. Oleh karena itu dilakukan strategi ST 1 pada peringkat 2 yakni membekali masyarakat sekitar/memberikan wawasan



## DAFTAR PUSTAKA

- Ashley, C. Mitchell, J. 2007. *Assesing How Tourism Revenues Reach The Poor. ODI Briefing Paper*. Overseas Development Institute. United Kingdom.
- Battour, M, dan Ismail, MN. 2016. Halal Tourism: Concepts, Practisess Challenges and Future. *Tourism Management Perspective*. 19: 150-154
- Adiyia, B., & Vanneste, D. 2018. Local tourism value chain linkages as pro-poor tools forregional development in western Uganda. *Development Souther Africa*. 35(2):210–224
- Baharuddin,A. Zamakhsyari & Al Hasan, Fahadil Amin. 2018. Perkembangan Bisnis Hotel Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Hotel Syariah di Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Al-'Adl*. Vol.11 No.1:33-52
- Basyariah, N. (2021). Konsep Pariwisata Halal: Perspektif Ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic*, 02(01), 1–6.
- Butler, Rishard. W. 2017. Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *An International Journal od Tourism Space, Place, and Environment*. Vol. 1. No. 1, 7-25
- Chookaew Sureerat Chookaew; chanin, Oraphan; Charatarawat, Jirapa; Sriprasert, Pingpis dan Sudarat Nimpaya. 2015. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulfin Thailand . *Journal of Economics, Business and Management*, Vol.3No.7
- Damanik, Janianton dan Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari teori ke aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi.
- Dincer, Füsün Istanbulu; Dincer, Mithat Zeki; Yilmaz, Selman. 2015. The Economic Contribution of Turkish Tourism Entrepreneurship on the Developmentof Tourism Movements InIslamic Countries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*.195:413–422
- Dordevic, Aleksandar; Stančić, Branislava Hristov. 2016. Creating package tours in tour operator business: Analysis of key benefits for tourists. *Ekonomika Preduzeća*. 2016, vol. 64, br. 3-4, str : 249-262

- Evans, Nigel; Campbell, David; Stonehouse, George. 2003. *Strategic Management for Travel and Tourism*. Butterworth-Heinemann. USA.
- Faidah, M., dan Anwar, K. 2016. *Potensi Wisata Syariah Di Jawa Timur: Menuju Wonderful Indonesia As Moslem Friendly Destination*. PT Revka Petra Media. Surabaya.
- Fatmawati, Ari Ana, Santoso, Sugeng. 2020. Penguatan Rantai Nilai Pariwisata Sebagai Strategi Pengembangan Kawasan Kota Tua Jakarta Menjadi Kawasan Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Volume 6, No. 03.
- Ferdiansyah, H. 2020. Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Tornare*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25831>
- Gereffi, G dan John H. 2003. *The Governance of Global Value Chains*. Review of International Political Economy. Sturgeon, Timothy
- Ghani, Yosef Abdul. (2017). Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, Vol. IV No. 1 April 2017:22-31
- Ginting N, Rizky M, dan Siregar CR. 2019. Kajian Aspek Partisipasi Masyarakat Pada Kawasan Ekowisata Tangkahan. *Energy & Engineering*. 2 (1): 237- 248.
- Gjerald, Olga; Lyngstad, Hallvor. 2015. Service risk perceptions and risk management strategies in business-to-business tourism partnerships. *Tourism Management Perspectives* 13(2015)7-17
- Global Muslim Travel Index. 2018. *Global Muslim Travel Index 2018*. Singapore: Mastercard & Crescentrating.
- McCarthy, Ejerome & William. Jr. Perreault. 2005. *Basic Marketing*. 15<sup>th</sup> edition.
- Gunn, C. A dan Turgut. 2002. *Tourism Planning: Basic, Concept, Cases*. New York and London: Routledge.
- Hamzah, M. & Yudianta, Yi. 2015. Analisis komparatif potensi industri halal dalam wisata syariah dengan konvensional.
- Howieson, J., Lawley, M., & Hastings, K. 2016. Value chain analysis: an iterative and relational approach for agri-food chains.

*Supply Chain Management: An International Journal*, 21(3), 352-362

- Jaelani, A. 2017. Islamic tourism development in Cirebon: The study heritage tourism in Islamic economic perspective. *Journal of Economics Bibliography*, 3(2), 215-235. Available at MPRA Paper No. 74833: <https://mpa.ub.unimuenchen.de/74833/>
- Jaelani, A. 2017. Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. *Munich Personal RePEc Archive. Faculty of Shari'ah and Islamic Economic*, IAIN SyekhNurjati Cirebon.
- Jaelani, Abdul Kadir. 2018. Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal Pada Era Otonomi Luas di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Pariwisata*, Vol.5No.12018. H.56-67
- Joseph Yun, 2017. Open Innovation to Business Model: New Perspective To Connect Between Technology And Market Sage: *Science, Technology and Society* Volume 21, Issue 3
- Kayikci, Yasanur. 2018. Sustainability Impact of Digitization in Logistic. 15<sup>th</sup> Global Conference on Sustainable Manufacturing. *Procedia Manufacturing* 21. 2018.h.782-289
- Khotimah. 2017. Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Perspektif Dukungan Ketersediaan Restoran Halal Lokal (Non Waralaba) di Kota Gorontalo. *Potensi Pengembangan Wisata Halal*. Vol 2No.02
- Livari, Marika Miriam; Ahokangas, Petri; Komi, Marjaana; Tihinen, Maarit; Valtanen, Kristiina. 2016. Toward Ecosystemic Business Models in the Context of Industrial Internet. *Journal of Business Models*, Vol. 4, No. 2, pp.42-59
- Luxchaigul, Nat; Bunnag, Saranya; Malyrom, Mongkon. 2016. Study and Improvement of Halal Travel Routes linked to Neighboring Countries under the Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT. *The ABAC ODI JOURNAL Vision. Action. Outcome*. Vol3, No. 2.
- Mao, Nara, et al., 2013. Local Livelihoods and Tourism Value Chain: a case study in Siem Reap-Angkor Region, Cambodia. *International Journal of Environment and Rural*

- Development (IJERD)*, Vol. 4, No.2.  
<http://iserd.net/ijerd42/42020.pdf>.
- Martini, Dwi. 2012. Kajian Yuridis Terhadap Kegiatan Penanaman Modal Dalam Bidang Perhotelan Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Jatiswara*, Vol.27 No. 1 (2012):124-146
- Mastercard-Crescent Rating, 2019. Indonesian Muslim Travel Indeks,
- Millatina, Afifah Nur; Hakimi, Fifi; Zaki, Irfan; Yuningsih, Isna. 2019. Peran Pemerintah Untuk Menumbuhkan Potensi Pembangunan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 5 No.1 Hal. 96-109
- Mitchell, Jonathan; Font, Xavier; Li, Shi Na. 2015. What Is The Impact Of Hotels On Local Economic Development? Applying Value Chain Analysis To Individual Businesses. *Anatolia, An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Volume 26, 2015-Issue3, 347-358
- Nisha, N., & Iqbal, M. 2017. Halal Ecosystem: Prospect for growth in Bangladesh. *International Journal of Business and Society*, 18(S1), 205-222.
- Nugroho,L., Utami W., dan Doktoralina, C. M. 2019. Ekosistem Bisnis Wisata Halal dalam Perspektif Maqasid Syariah. Perisai: *Islamic Banking and Finance Journal*. Vol. 3, no 2
- Okumus, Fevzi; Altinay, Levent; Chathoth, Prakash K. 2010. Strategic Management for Hospitality and Tourism .Butterworth-Heinemann.USA.
- Pungkasanti, P. Triajengdan Handayani, Titis. Titis. 2017. Penerapan Analytic Network Process (ANP) Pada Sistem Pendukung Keputusan. *Jurnal Transformatika*. Volume 14, Nomor 2. 66-71
- Raharjo, Rizky; Chaidir, Rizky, Taufiq; Ro'i, Ihsan. 2020. Perilaku Pengusaha Toko Kelontong dalam Memilih Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Mataram. *Jurnal Lentera*. Vol.19 No. 2 September 2020:213-232
- Rahman, Mahfuzur; Rana, Md. Sohel; Hoque, Muhammad Nazmul; Rahman, Muhammad Khalilur. 2019. Brand perception of halal tourism services and satisfaction: the

- mediating role of tourists' attitudes. *International Journal of Tourism Sciences*. Volume 19, 2019–Issue 1, 1–20
- Rahtomo, 2018. Ekosistem Destinasi Pariwisata Halal Wadah Pengembangan Destinasi Pariwisata Ramah Muslim. *Jurnal Kepariwisataan Destinasi Hospitalitas dan Perjalanan*. 2(2):61-67
- Rangkuti, Fredy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia
- Sarah, O. 2018. Kebijakan Halal Tourism Sebagai Strategi Peningkatan Foreign Direct Investment Bidang Kepariwisataan Di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Shepherd, G. 2004. The Ecosystem Approach, Five Steps to Implementation. *Business, Environmental Science*. IUCN, CEM.
- Sidharta, R.B.F.I. 2017. Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal. *Distribusi- Journal of Management and Business*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.29303/jdm.v5i2.29>
- Saaty, Thomas L. 2013. *Theory and Application of The Analytic Network Process: Decision Making with Benefits, Opportunities, Cost, and Risk*. RWS Publications. Pittsburgh, USA
- Sitio, Reka Penta. 2017. Pemetaan Rantai Nilai Pada Pengembangan Kawasan Agrowisata Gunung Mas. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)* Volume 2 No. 2. 176-191
- Sriviboone, Sumittra; Komolsevin, Rosechongporn. 2018. Perception of Thai Entrepreneurs toward Halal Certification. *Bu Academic Review*. Vol. 17, No.1, H.33-47
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabetahe Analytic Network Process.
- Suyatman, 2019. Pengembangan Muslim Friendly Tourism Konsep Pariwisata di Pulau Dewata. *Laporan MFT Bali*.
- Tan, W. and Wu, C. 2016. An investigation of the relationships among destination familiarity, destination image and

- future visit intention, *Journal of Destination Marketing & Management*. Vol. 5. No.3. 214-226.  
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.12.008>
- Tan, Siow Kian & Tan, Siow-hooi & Luh, Ding-Bang & Kung, Shiann-Far. 2015. Understanding tourist perspectives in creative tourism. *Current Issues in Tourism*. Vol. 19. 1-7.
- The World Halal Travel Summit. 2015. Abu Dhabi, Uni Emirat Arab
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisata.
- Wahyulina, Sri; Darwini, Sri; Retnowati, Weni; Oktaryani, Sri. 2018. Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Penunjang Wisata Halal Di kawasan Desa Sembalun Lawang Lombok Timur. *Jurnal Magister Manajemen*, Vol.7, No.1, 2018, 32-42
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David. 2012. *Strategic Management and Business Policy*, thirteenth edition, New York: Pearson.
- Widagdyo, Kurniawan Gilang. 2015. Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia dalam *The Journal of Tauhidinomics*. Vol. 1. No. 1. 74-75
- Yilmaz, Yildirim; Bititci, Umit S. 2016. Performance measure mentin tourism: a value chain model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.18 No.4, 2006, 341-349
- Yousaf, Salam; Xiucheng, F. 2018. Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: Apreliminary analysis. *Tourism Management*, 68, 423-443.

## TENTANG PENULIS

### **Dr. Ir. Nurita Andriani, MM., CSRS, CMA**

Nurita Andriani dilahirkan di Malang, 27 November 1967. Lulus Sarjana (S1) tahun 1991 di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Tahun 2000 melanjutkan Pendidikan Magister (S2) di Program Magister Manajemen di Pascasarjana Universitas Brawijaya, dan Lulus pada tahun 2003. Pada tahun 2005 kembali melanjutkan Pendidikan ke jenjang Doktoral (S3) untuk bidang Ilmu Manajemen di Program Doktor Ilmu Manajemen (PDIM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, dan mengikuti program Sandwich Dikti di University of Queensland Australia pada tahun 2009/2010, serta menyelesaikan studi S3 pada tahun 2010.

Pengalaman bekerja dimulai pada Departemen Human Resource Development (HRD) di property tahun 1992, dan melanjutkan studi Magister pada tahun 2000 untuk bekal menjadi dosen. Pada tahun 2004 diangkat menjadi dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Selama menjadi Dosen tetap di Manajemen FEB Universitas Trunojoyo Madura juga mengajar di Magister Manajemen Teknik Institut Teknologi Sepuluh November (MMT ITS) tahun 2016-2019. Menjadi Asesor Kompetensi Profesi sejak tahun 2014 sampai sekarang, dan menjadi Anggota Tim Penyusun Analisis Dampak Lingkungan (ATPA) tahun 2016-sekarang).