**EXECUTIVE SUMMARY**

**KEUNGGULAN BERSAING WISATA** **HALAL DI ERA E-COMMERCE (STUDI PADA DESTINASI WISATA DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT, SUMATERA BARAT DAN ACEH)**

**Oleh:**

**H. Supaijo SH, MH**

**Deki Fermansyah SE, M.Si**

****

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**2018**

**ABSTRAK**

Wisata halal saat ini menjadi salah satu primadona Indonesia dan menjadi salah satu sektor yang dinilai potensial sebagai sumber penyumbang devisa negara. Berdasarkan data dari United Nations Word Tourism Organization (UNWTO) hingga 2018, wisata halal Indonesia berada di posisi 2 besar destinasi pariwisata halal dunia. Selain itu, wisata halal Indonesia telah memperoleh tiga penghargaan pada World Halal Tourism Award (WHTA) 2015 di Abu Dhabi yang diwakili Provinsi Nusa Tenggara Barat, Aceh, dan Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan 1). Untuk mendeskripsikan karakteristik keunggulan bersaing wisata halal di Indonesia?, 2). Untuk mendeskripsikan strategi daya saing wisata halal di Indonesia?

Dalam penelitian ini metode kuantitatif-kualitatif digunakan untuk mengukur tingkat ketercapaian dari masing-masing indikator World Tourism Organization (WTO) dan Global Muslim Travel Index (GMTI), SWOT dan persepsi wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian didapat 1). Masing-masing daerah memiliki keunggulan comparatif (mayoritas muslim) dan keunggulan kompetitif (keunikan) 2) Strategi daya saing wisata halal melalui a).Mengoptimalkan pelayanan aksesibilitas melalui penyediaan penambahan penerbangan langsung domestik dan internasional, penyediaan beragam moda transportasi penghubung guna melayani berbagai kebutuhan wisatawan, b). Meningkatkan kualitas SDM dibidang wisata halal, seperti kemampuan komunikasi bahasa PBB, dan terwujudnya SOP pelayanan disemua aspek wisata halal. c). Perlu mengoptimalkan dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak untuk mengurangi atau menghilangkan angka kriminalitas guna meningkatkan kenyaman dan keamanan wisatawan. d). Membangun dan mengoptimalkan tempat ibadah (masjid, mushola) yang strategis sebagai bagian dari kebutuhan utama wisatawan muslim. e). Mendirikan *medical center* di sekitar objek wisata sebagai bentuk siaga terhadap kemungkinan terjadinya kecelakaan wisata atau ketika datang bencana alam. f). Meningkatkan standar kualitas pelayanan dan fasilitas hotel/penginapan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan yang datang.

Kata kunci: Wisata Halal, Daya Saing, Muslim.