

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

Pelindung	: Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB)
Penanggung Jawab	: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB
Ketua Dewan Redaksi	: Dr. Meilaty Finthariasari, M.M
Sekretaris Dewan Redaksi	: Marini, S.E., M. EK
Secretariat and Administration	: 1. Marliza Ade Fitri, M.M 2. Diah Khairiah, M.Ak

SEMUA TULISAN YANG ADA DALAM JURNAL PENELITIAN INI BUKAN
MERUPAKAN CERMINAN SIKAP ATAU PENDAPAT DEWAN REDAKSI
TANGGUNGJAWAB TERHADAP ISI ATAU AKIBAT DARI TULISAN TETAP
TERLETAK PADA PENULIS

ALAMAT REDAKSI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Kampus IV Jl. Adam Malik KM. 9, Sidomulyo, Gading Cempaka Bengkulu

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

DAFTAR ISI

PERENCANAAN OPERASIONAL BRITISH PETROLEUM ACTIVE MOBILE FUEL STATION PT WHEZ ENERGI SEJAHTERA Zatmiko Setiawan Rhian Indradewa Dimas Angga Negoro Edi Hamdi	01 - 20
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP FAKTOR PENDUKUNG EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL PANORAMA KOTA BENGKULU Pajri Abdul Ajis Idwal Padlim Hanif	21 - 37
PEMASARAN PRODUK UMKM PADA KELOMPOK TANI KECAMATAN ENGGANO (Program Guidance For Marketing Of Umkm Products In Farmers' Groups In Enggano District) Arbit Khopangsang Eka sri Wahyuni Yenti Sumarni	38 - 50
PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION DAN CORPORATE REPUTATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan PT. JNE Kota Bengkulu) Meilaty Finthariasari Zicco Fernandez Subandrio Dedi Wahyudi	51 - 60
ADOPSI QRIS OLEH PEDAGANG TERAS MALIOBORO 1: ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN Avilla Nadhif Firjatullah Wahyu Hidayat Riyanto Subandrio Dimas Bagus Wiranatakusuma	61 - 71
PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BERLANGGANAN LAYANAN STREAMING VIDEO-ON-DEMAND NETFLIX (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF DI MALANG) Abdullah As Shoib Arief Noviarakhman Zagladi Wahyu Hidayat Riyanto	72 - 87
PELANGGARAN ETIKA DAN KEBIJAKAN STUDI MENGENAI PERDAGANGAN ILEGAL PAKAIAN BEKAS IMPOR DI LINGKUP PENGUSAHA THRIFTING Belva Sharafina Dinar Asriningpuri Khalila Zalema	88 - 103

PERAN KUALITAS PRODUK DAN INFLUENCER DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN NASABAH SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUTUSAN PEMBIAYAAN KPR DI BANK XYZ SYARIAH Elisa Purnawati	105 - 117
APLIKASI METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCES (AHP) DALAM UPAYA MENINGKATKAN WISATA HALAL (DI WISATA RINDU HATI KABUPATEN BENGKULU TENGAH) Andre Noprendi Andang Sunarto Nonie Afrianty	118 - 135

**APLIKASI METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCES (AHP)
DALAM UPAYA MENINGKATKAN WISATA HALAL
(DI WISATA RINDU HATI KABUPATEN BENGKULU TENGAH)**

**APPLICATION OF THE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS
(AHP) METHOD IN AN EFFORT TO INCREASE HALAL TOURISM
(IN MINDU HEART TOURISM, CENTRAL BENGKULU DISTRICT)**

Andre Noprendi¹, Andang Sunarto², Nonie Afrianty³

¹² Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
andre Bengkulu33@gmail.com¹, andang99@gmail.com²,
nonie.afrianty@mail.uinfask Bengkulu.ac.id³

Jl. Raden fatah pagar dewa, kota Bengkulu, 38211

Corresponding email: andre Bengkulu33@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 04 Juli 2024

Direvisi : 03 Desember 2024

Disetujui : 10 Januari 2024

Keywords:

*Anlitical Hierarcy Process,
Efforts to Improve, Halal
Tourism.*

Kata kunci:

*Anlitical Hierarcy Process,
Upaya Peningkatan , Wisata
Halal*

ABSTRACT:

The purpose of this study is to determine the criteria and alternatives that are prioritized in determining efforts to increase halal longing liver tourism. To test this, researchers use a quantitatf approach with primary data collection techniques in the form of questionnaires that are distributed to 50 respondents. The data analysis technique used is the Anlitical Hierarcy Process method using the Expert Choice 11 program. From the results of the study and discussion it is known that the service criteria become the priorotas criteria with the highest weight value of 0.380. And alternative road infrastructure in accessibility criteria with a value of 0.821.

ABSTRAK:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kriteria dan alternatif yang menjadi prioritas dalam menentukan upaya meningkatkan wisata halal rindu hati. Untuk menguji hal ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa angket yang disebarakan pada 50 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *Anlitical Hierarcy Process* menggunakan program *Expert Choice 11*. Dari hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa kriteria

layanan menjadi kriteria prioritas dengan nilai bobot tertinggi yaitu sebesar 0,380. Dan alternatif infrastruktur jalan dalam kriteria aksesibilitas dengan bobot nilai 0,821.

PENDAHULUAN

Pariwisata halal adalah pasar yang menjanjikan di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan laporan *Mastercard Crescentrating Global Travel Market Index GMTI* 2019 yang memperkirakan 230 juta wisatawan muslim akan berkunjung ke dunia pada tahun 2026. Sejalan dengan perkiraan tersebut, *Global Islamic Economics Report GIER* memperkirakan uang yang beredar dari wisata halal di seluruh dunia akan meningkat dari 177 miliar pada 2017 menjadi 274 miliar pada 2023. Oleh karena itu, dalam menghadapi tingkat pertumbuhan yang menguntungkan ini banyak negara mulai mengembangkan pariwisata halal. Menurut *Global Muslim Travel Index(GMTI)* pada tahun 2019, Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai wisata halal terbaik di dunia, mengungguli 130 negara peserta lainnya (Gumelar & Heksaputra, 2023).

Pada tahun 2013, Indonesia melalui Kementerian Parawisata telah menetapkan 13 (tiga belas) provinsi untuk menjadi destinasi wisata halal unggulan, yaitu Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali. Berdasarkan data yang dimiliki *Global Muslim Travel Index (GMTI)* 2015 di dalam kelompok negara destinasi *Organisation of Islamic Cooperation (OIC)*, saat ini Indonesia menempati peringkat ke 6 sebagai negara tujuan wisata halal setelah Qatar, Arab Saudi, Uni Emirat Arab/UEA, Turki, dan Malaysia (Hasan, 2017). Indonesia saat ini diketahui sebagai Negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, maka sudah sepatutnya sektor pariwisata melihat hal ini sebagai sebuah ceruk pasar baru yang cukup potensial, dengan menggabungkan konsep wisata dan nilai-nilai ke Islaman maka pariwisata syariah dapat menjadi jawaban atas kondisi tersebut (Widagdyo, 2015).

Bengkulu Tengah sebagai salah satu kabupaten yang berada di provinsi Bengkulu tentunya menjadi salah satu daerah yang paling banyak diminati para wisatawan lokal hingga mancanegara. Hal ini di dasarkan pada potensi yang dimiliki oleh daerah dengan sebutan “Bumi Rafflesia” dengan kekayaan budaya dan potensi alam yang cukup beragam. Kabupaten Bengkulu Tengah memiliki letak geografis yang terdiri dari daerah pegunungan dan pesisir pantai sehingga memiliki beragam suku, budaya dan objek wisata lainnya, sehingga menarik untuk dikunjungi dunia nasional maupun internasional. Salah satu objek wisata yang menarik untuk di kunjungi adalah objek wisata rindu hati yang memiliki panorama alam yang sangat indah dengan tepi bukit dan aliran sungai yang indah.

Objek Wisata Rindu Hati Yang Terletak Di Desa Rindu Hati, Kecamatan Taba Penanjung, Kabupaten Bengkulu Tengah sekitar 30 km dari kota Bengkulu dapat ditempuh menggunakan kendaraan dengan waktu 48 menit dan melewati jalan yang curam, berbatu, dan berlubang, kurangnya tempat peristirahatan atau penginapan yang berbasis halal dan warung-warung yang aman dan nyaman bagi pengunjung.

Potensi yang dimiliki objek wisata rindu hati masih sangat banyak yang perlu

dikembangkan seperti air terjun, sungai, batu kapal dan kolam berenang agar menjadi daerah tujuan wisata utama yang paling diminati di kabupaten Bengkulu tengah. Selain itu juga, wisata di rindu hati juga tidak ramah bagi para pengunjung muslim, kurangnya penginapan syariah, tidak terpisahnya wc antara laki-laki dan perempuan serta makanan halal. Akibat banyak munculnya wisata-wisata baru yang ada di Bengkulu membuat wisata di wisata rindu hati perlahan sepi pengunjung.

Tabel 1.

Data Banyaknya Desa Wisata Dan Objek Wisata

Kabupaten/Kota	Desa Wisata	Jenis Daya Tarik Wisata						
		Kebun Binatang	Wisata Tirta	Agrowisata	Wisata Budaya	Taman Rekreasi	Wisata Alam	Lainnya
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Bengkulu Selatan	3	-	1	-	-	-	1	-
Rejang Lebong	19	-	4	2	-	7	7	1
Bengkulu Utara	14	-	1	-	4	2	11	1
Kaur	2	-	-	-	-	-	-	-
Seluma	3	-	-	-	-	-	5	-
Mukomuko	38	-	-	-	-	-	6	-
Lebong	27	-	2	-	-	1	3	-
Kepahiang	1	-	3	-	-	2	2	-
Bengkulu Tengah	12	-	1	-	-	2	9	-
Kota Bengkulu	-	-	-	2	3	-	1	1
PROVINSI	119	0	12	4	7	14	45	3

Sumber : Badan Statistik Provinsi Bengkulu

Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk meningkatkan objek wisata yang halal dan benar-benar disusun secara matang disertai dengan penanganan yang baik oleh pihak pengelola Objek Wisata Rindu Hati itu sendiri maupun masyarakat. Selain itu peran masyarakat juga sangat diperlukan agar Objek Wisata Rindu Hati tersebut dapat terealisasi dengan baik.

Berdasarkan uraian tersebut perlu disadari oleh pemerintah daerah, pengelola dan masyarakat yang sangat berperan penting dalam meningkatkan suatu objek wisata. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata khususnya wisata rindu hati agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan (Wahyuningsih et al., 2019)

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Aplikasi Metode Analytical Hierochy Proses (AHP) Dalam Upaya Meningkatkan Wisata Halal (Di Wisata Rindu Hati Kecamatan Taba Penanjung Kabupaten Bengkulu Tengah)**

TINJAUAN PUSTAKA

Hakikat Peningkatan

Peningkatan adalah proses, cara, perbuatan untuk menaikkan sesuatu atau usaha

kegiatan untuk memajukan sesuatu ke suatu arah yang lebih baik lagi daripada sebelumnya. Peningkatan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh pembelajar (guru) untuk membantu pelajar (siswa) dalam meningkatkan proses pembelajaran sehingga dapat lebih mudah mempelajarinya. Pembelajaran dikatakan meningkat apabila adanya suatu perubahan dalam proses pembelajaran, hasil pembelajaran dan kualitas pembelajaran mengalami perubahan secara berkualitas (Mu, 2019).

Konsep Pariwisata Dalam Syariah

Kebutuhan akan produk-produk syariah merupakan efek dari semakin besarnya tingkat kesadaran masyarakat, khususnya konsumen pemeluk agama Islam terhadap hukum dan ketentuan Islam di dalam segi kehidupannya (Fitriani, 2018). Dalam konteks lebih luas, kepariwisataan berbasis syariah mencakup segala layanan yang bebas alkohol, keuangan islami, makanan berbasis syariah; saluran TV yang bebas dari acara-acara yang tidak islami; kolam renang terpisah (laki-perempuan); fasilitas peribadatan; transportasi terpisah (laki-perempuan) yang dapat diakses melalui udara, darat, dan air; hotel yang memenuhi persyaratan syariah (keluarga/individu, *check in* lajang/sendirian), sanitasi yang baik dan bersih; dan lain sebagainya. Konsep wisata syariah merupakan aktualisasi dari konsep ke-Islaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata.

Menurut Chookaew (2015), terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu:

- a. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan
- b. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
- c. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam;
- d. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam;
- e. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal;
- f. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;
- g. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan; dan
- h. Bergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Berdasarkan karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan Chookaew, terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata syariah:

- a. Lokasi. Penerapan sistem Islami di area pariwisata.
- b. Transportasi. Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.
- c. Konsumsi. Segi kehalalan disini baik dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata.
- d. Hotel. Seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Crescentrating (2018) *Global Muslim Travel Index (GMTI)* merupakan hasil penelitian dari Crescent Rating, di mana index berfungsi sebagai acuan kriteria wisata halal yang menghasilkan ranking bagi negara di dunia. Indikator pengembangan destinasi halal menurut kriteria *GMTI* terdapat empat faktor utama yaitu *Access, Communication, Environment* dan *Services* dalam menilai destinasi wisata halal diantaranya sebagai berikut :

- a. Kemudahan Akses Ke Tujuan (*Accessibilities*)
- b. Komunikasi Internal Dan Eksternal Berdasarkan Tujuan (*Communication*)
- c. Lingkungan Di Tempat Tujuan (*Environment*)
- d. Layanan Yang Disediakan (*Service*)

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu teknik untuk mendukung pengambilan keputusan yang komprehensif karena sifatnya yang multi atribut untuk mengatasi permasalahan yang kompleks, baik aspek kualitatif maupun kuantitatif. *AHP* adalah teknik untuk membuat keputusan dalam lingkungan yang kompleks di mana banyak variabel atau kriteria yang dipertimbangkan ketika memprioritaskan dan memilih alternatif.

Keunggulan AHP

Adapun Keunggulan *AHP*, antara lain :

- 1) Kesatuan (*Unity*)
- 2) Kompleksitas (*Complexity*)
- 3) Saling Ketergantungan (*Interdependence*)
- 4) Struktur Hirarki (*Hierarchy Structuring*)
- 5) Pengukuran (*Measurement*)
- 6) Konsistensi (*Consistency*)
- 7) Sintesis (*Synthesis*)
- 8) *Trade Off*
- 9) Penilaian dan Konsensus (*Judgement and Consensus*)
- 10) Pengulangan Proses (*Process Repetition*)

Kekurangan AHP

AHP ini juga memiliki kekurangan. Adapun kekurangan dari *AHP* adalah sebagai berikut :

1. Ketergantungan model *AHP* pada input/masukan utamanya.
2. Metode *AHP* ini hanya merupakan metode matematis tanpa uji statistik, sehingga tidak ada batas kepercayaan untuk kebenaran model yang terbentuk.

Tahapan AHP

Adapun tahapan dalam *AHP* ini sebagai berikut:

1. Mendefinisikan masalah dalam menentukan solusi yang diinginkan Pada tahap ini kita berusaha menentukan masalah yang akan kita pecahkan secara jelas, detail dan mudah dijangkau. Dari masalah yang ada kita coba tentukan solusi yang mungkin cocok untuk masalah tersebut. Solusi dari masalah mungkin berjumlah lebih dari

- satu. Solusi tersebut nantinya kita kembangkan lebih lanjut dalam tahap berikutnya.
2. Membuat Struktur Hierarki yang dimulai dengan tujuan utama Hirarki terdiri atas beberapa rincian, yaitu fokus masalah, kriteria, dan alternatif. Hirarki tingkat tertinggi adalah fokus masalah, terdiri hanya atas satu elemen yaitu sasaran menyeluruh. Fokus masalah merupakan masalah 103 utama yang perlu dicari solusinya. Tingkat berikutnya adalah kriteria, merupakan aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam mengambil keputusan atas fokus masalah. Untuk suatu masalah yang kompleks atau berjenjang, kriteria dapat diturunkan kepada sub-sub kriteria. Dengan demikian kriteria bisa terdiri lebih dari satu tingkat hirarki. Tingkat terendah adalah alternatif, yang merupakan berbagai tindakan akhir atau rencanarencana alternatif.
 3. Penilaian Kriteria dan Alternatif. Penilaian ini merupakan inti dari *AHP* karena akan berpengaruh kepada urutan prioritas dari elemenelemennya.
 4. Menentukan Prioritas (*Synthesis of Priority*). Untuk setiap kriteria dan alternatif perlu dilakukan perbandingan berpasangan (*Pairwise Comparisons*).
 5. Konsistensi logis (*Logical Consistency*) (Natapura, 2009).

Kerangka Berfikir Penelitian



Gambar 1. Struktur Hierarki Penelitian

Sumber : Data Diolah, 2024

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan agar dapat mendapatkan data secara detail dan terperinci. Penelitian ini dilaksanakan di Wisata Rindu Hati Kabupaten Bengkulu Tengah yang bertujuan untuk mengetahui kriteria yang paling dominan dan alternatif prioritas strategi meningkatkan wisata halal yang berkelanjutan. Dan penelitian ini

menggunakan metode analisis *Analytical Hierarchy Process (AHP)* yang terstruktur sehingga memudahkan proses penelitian dalam mengambil kesimpulan.

Populasi dan Sampel

Dalam hal ini populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak mungkin meneliti secara keseluruhan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung, pengelola dan masyarakat di Wisata Rindu Hati.

Tabel 2.
Jumlah Populasi

No	Nama populasi	Jumlah
1.	Pengunjung	150 Orang/Hari
2.	Pengelola wisata	10 Orang
3.	Masyarakat Rindu Hati	1074 Orang
Total		1.234 Orang

Sumber: Data Diolah, 2024

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non probability* sampling. Jenis desain sampel yang akan digunakan peneliti berupa *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2016) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dalam menentukan jumlah sampel menggunakan Rumus Hair yakni tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah :

Sampel	=	Jumlah indikator x 5
	=	10 x 5
	=	50

Dengan berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel dari penelitian ini adalah 50 orang yang terdiri dari 3 key informan (akademisi, regulator dan praktisi) dan 47 pengguna (pengunjung) yang sudah berkunjung ke wisata desa rindu hati.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan : (1) Observasi; (2) Angket atau Kuesioner

Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan menggunakan aplikasi *Expert Choice* yaitu langkah-langkah yang dilakukan dalam metode *AHP* sebagai berikut:

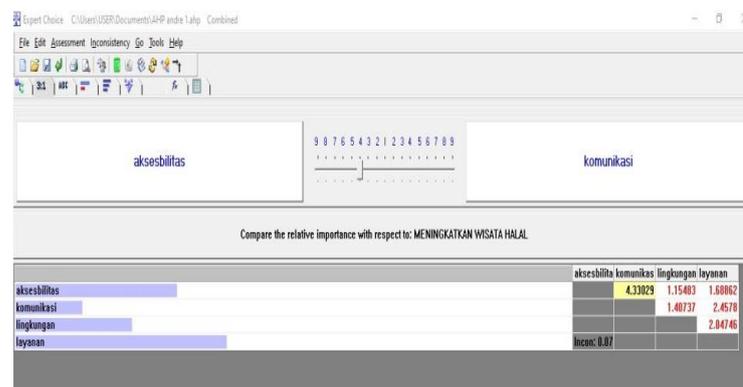
1. Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.
 - a. Tujuan Utama : Pengembangan Wisata Halal
 - b. Kriteria : Aksesibilitas, Komunikasi, Lingkungan dan Layanan

- c. Alternatif :
- 1) Kriteria Aksesibilitas (K1) yang terdiri dari Perbaikan infrastruktur jalan (A1) dan Transportasi (A2)
 - 2) Kriteria Komunikasi (K2) yang terdiri dari Promosi melalui sosial media (A3) dan Kerjasama dengan pemerintah (A4)
 - 3) Kriteria Lingkungan (K3) yang terdiri dari Pembangunan area parkir yang tersusun (A5), Penyediaan tempat sampah (A6) dan Pengamanan dari hewan liar (A7)
 - 4) Kriteria Layanan (K4) yang terdiri dari Inovasi makanan halal (A8), Pemisahan WC umum (A9) dan Penginapan Syariah (A10)
2. Pendataan Responden. Kolom *person name* adalah daftar partisipan yang menjadi responden penelitian. Kolom *combined* berfungsi untuk menggabungkan seluruh penelitian yang dilakukan para responden sehingga didapatkan nilai akhir dari hasil rata-rata geometri. Kolom *participant* berfungsi untuk menentukan siapa saja responden yang aktif
 3. Perbandingan Berpasangan. Langkah selanjutnya adalah menghitung bobot masing-masing kriteria untuk mengetahui prioritasnya menggunakan perbandingan berpasangan yaitu membandingkan setiap kriteria dengan kriteria lainnya pada setiap tingkat hirarki secara berpasangan sehingga didapat nilai tingkat kepentingan elemen dalam bentuk pendapat kualitatif (Tarmid, 2017)
 4. Penentuan Prioritas. Langkah berikutnya adalah menghitung nilai bobot atau prioritas alternatif dari masing-masing kriteria.
 5. Uji Konsistensi (*Consistency Ratio*). Uji Konsistensi dilakukan untuk melihat ketidak konsistenan yang diberikan oleh responden. Jika rasio konsistensi $> 0,1$ maka nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan tidak konsisten, maka pengisian nilai harus diulang. Namun jika nilai rasio konsistensi kurang atau sama dengan 0,1, maka hasil perhitungan bisa dikatakan konsisten atau benar (Astuti et al., 2011).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengolahan Data Semua Kriteria

1) Membuat Perbandingan Berpasangan



Sumber : *Expert Choice*, 2024

Gambar 2. Perbandingan Berpasangan Kriteria

Dari hasil pengisian hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, kemudian dibuat dalam bentuk matriks perbandingan untuk mendapatkan bobot dari kriteria masing-masing.1 Data dari 50 responden dihitung menggunakan *Geometric Mean Theory* pada aplikasi *Expert Choice* guna mendapatkan satu nilai matriks perbandingan berpasangan. *Geometri mean* merupakan nilai rata-rata yang diperoleh dengan mengalihkan semua data dalam suatu kelompok sampel, kemudian diakarpangkatkan dengan banyaknya data sampel tersebut.

Tabel 3.

Geometric Mean

	K1	K2	K3	K4
K1	1,00	4,33	0,86	0,59
K2	0,23	1,00	0,71	0,40
K3	1,15	1,40	1,00	0,49
K4	1,68	2,45	2,40	1,00
Total	4,08	9,18	4,61	2,48

Sumber : Pengolahan Data, 2024

2) Membuat Matriks Nilai Kriteria

Matriks itu sendiri merupakan suatu susunan bilangan real atau bilangan kompleks yang disusun dalam baris dan kolom sehingga membentuk jajaran persegi panjang. Perhitungan nilai bobot kriteria dilakukan dengan cara membagi setiap nilai perbandingan dengan jumlah kolom yang bersesuaian.

Tabel 4.

Bobot Nilai Kriteria

	K1	K2	K3	K4	Jumlah	Prioritas
K1	0,24	0,42	0,18	0,23	1,12	0,28
K2	0,06	0,10	0,15	0,16	0,47	0,11
K3	0,28	0,15	0,21	0,19	0,68	0,17
K4	0,41	0,26	0,44	0,40	1,51	0,37

Sumber : Pengolahan Data, 2024

3) Membuat Matriks Penjumlahan Setiap Baris.

Pada tabel ini untuk menjumlahkan dari masing-masing kriteria yang diperoleh melalui perkalian antara matriks pembobotan kriteria dengan vektor bobot tiap baris kriteria.

Tabel 5.

Matriks Penjumlahan Setiap Baris

	K1	K2	K3	K4	Jumlah
K1	0,28	0,47	0,11	0,21	1,07
K2	0,06	0,11	0,12	0,14	0,43
K3	0,32	0,15	0,17	0,18	0,82
K4	0,47	0,26	0,40	0,37	1,5

Sumber : Pengolahan Data, 2024

4) Mengukur Konsistensi

Pada tabel ini untuk menentukan konsistensi hierarki. Jika nilainya lebih dari 10%, maka penilaian data *judgement* harus diperbaiki. Namun jika rasio konsistensi (CI/CR) kurang atau sama dengan 0,1 maka hasil perhitungan bisa dinyatakan benar.

Tabel 6.
Matriks Rasio Konsistensi

	Jumlah Perbaris	Prioritas	Hasil
K1	1,07	0,28	1,35
K2	0,43	0,11	0,54
K3	0,82	0,17	0,99
K4	1,5	0,37	1,87
Jumlah (lamda maks)			4,75

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Dari tabel matriks rasio konsistensi diperoleh :

$$n \text{ (Jumlah Kriteria)} = 4$$

$$\lambda \text{ maks} = \frac{4,75}{4} = 1,18$$

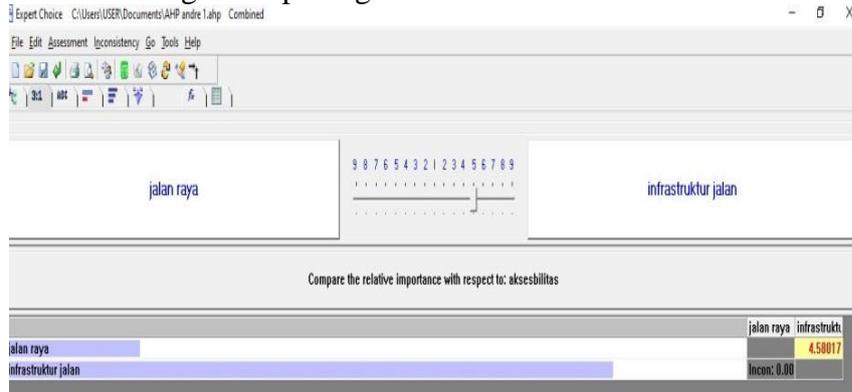
$$CI = \frac{(\lambda \text{ maks} - n)}{n - 1} = \frac{(1,18 - 4)}{4 - 1} = -0,04$$

$$CR = \frac{CI}{CR} = \frac{-0,04}{0,90} = -1,04$$

Karena nilai $CR \leq 0,1$, maka perhitungannya dikatakan konsisten.

Hasil Pengolahan Data Kriteria Aksesibilitas

1) Membuat Perbandingan Berpasangan.



Sumber : Expert Choice, 2024

Gambar 3. Perbandingan Berpasangan Kriteria Aksesibilitas

Tabel 7.
Geometric Mean Kriteria Aksesibilitas

	A1	A2
A1	1,00	0,21
A2	4,58	1,00
Jumlah	5,58	1,21

Sumber : Pengolahan Data, 2024

2) Membuat Matriks Nilai Kriteria

Tabel 8.
Bobot Nilai Kriteria Aksesibilitas

	A1	A2	Jumlah	Prioritas
A1	0,17	0,17	0,34	0,17
A2	0,82	0,82	1,64	0,82

Sumber : Pengolahan Data, 2024

- 3) Membuat Matriks Penjumlahan Setiap Baris

Tabel 9.

Matriks Penjumlahan Setiap Baris Pada Kriteria Aksesibilitas

	A1	A2	Jumlah
A1	0,17	0,17	0,34
A2	0,77	0,82	1,59

Sumber : Pengolahan Data, 2024

- 4) Mengukur Konsistensi

Tabel 10.

Matriks Rasio Konsistensi Aksesibilitas

	Jumlah Perbaris	Prioritas	Hasil
A1	0,34	0,17	0,51
A2	1,59	0,82	2,41
Jumlah (lamda maks)			2,92

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Dari tabel matriks rasio konsistensi diperoleh :

$$n \text{ (Jumlah Kriteria)} = 2$$

$$\lambda \text{ maks} = \frac{2,92}{2} = 1,46$$

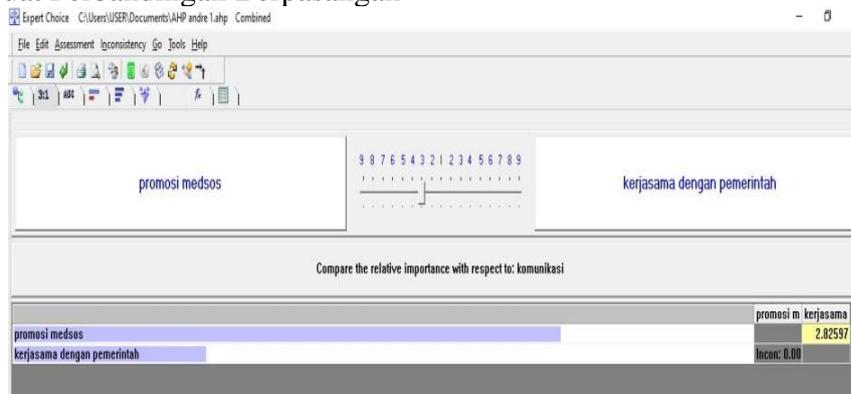
$$CI = \frac{(\lambda \text{ maks} - n)}{n - 1} = \frac{(1,46 - 2)}{2 - 1} = -0,54$$

$$CR = \frac{CI}{CR} = \frac{-0,54}{0} = -0,54$$

Karena nilai CR <= 0,1, maka perhitungannya dikatakan konsisten.

Hasil Pengolahan Data Kriteria Komunikasi

- 1) Membuat Perbandingan Berpasangan



Sumber : Expert Choice, 2024

Gambar 4.Perbandingan Berpasangan Kriteria Komunikasi

Tabel 11.

Geometric Mean Kriteria Komunikasi

	A3	A4
A3	1,00	2,82
A4	0,35	1,00
Jumlah	1,35	3,82

Sumber : Pengolahan Data, 2024

2) Membuat Matriks Nilai Kriteria

Tabel 12.

Bobot Nilai Kriteria Komunikasi

	A3	A4	Jumlah	Prioritas
A3	0,74	0,73	1,74	0,73
A4	0,25	0,28	0,53	0,26

Sumber : Pengolahan Data, 2024

3) Membuat Matriks Penjumlahan Setiap Baris

Tabel 13.

Matriks Penjumlahan Setiap Baris pada Kriteria Komunikasi

	A3	A4	Jumlah
A3	0,73	0,73	1,46
A4	0,09	0,26	0,35

Sumber : Pengolahan Data, 2024

4) Mengukur Konsistensi

Tabel 14.

Matriks Rasio Konsistensi Komunikasi

	Jumlah Perbaris	Prioritas	Hasil
A3	1,46	0,73	2,19
A4	0,35	0,26	0,61
Jumlah(lamda maks)			2,8

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Dari tabel matriks rasio konsistensi diperoleh :

$$n (\text{Jumlah Kriteria}) = 2$$

$$\lambda \text{ maks} = \frac{2,8}{2} = 1,4$$

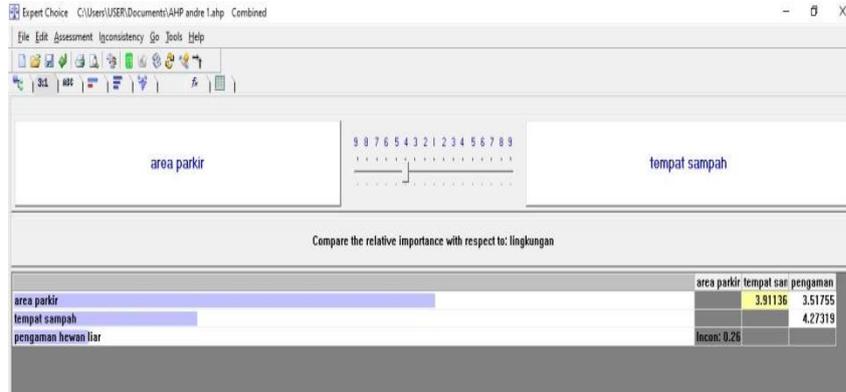
$$CI = \frac{(\lambda \text{ maks} - n)}{n-1} = \frac{(1,4-2)}{2-1} = -0,6$$

$$CR = \frac{CI}{CR} = \frac{-0,6}{0} = -0,6$$

Karena nilai $CR \leq 0,1$, maka perhitungannya dikatakan konsisten.

Hasil Pengolahan Data Kriteria Lingkungan

1) Membuat Perbandingan Berpasangan



Sumber : Expert Choice, 2024

Gambar 5. Perbandingan Berpasangan Kriteria Lingkungan

Tabel 14.

Geometric Mean Kriteria Lingkungan

	A5	A6	A7
A5	1,00	3,91	3,51
A6	0,25	1,00	4,27
A7	0,28	0,23	1,00
Jum	1,53	5,14	8,78

Sumber : Pengolahan Data, 2024

2) Membuat Matriks Nilai Kriteria

Tabel 15.

Bobot Nilai Kriteria Lingkungan

	A5	A6	A7	Jumlah	Prioritas
A5	0,65	0,76	0,39	1,84	0,61
A6	1,16	0,76	0,48	1,83	0,61
A7	0,18	0,04	0,11	0,33	0,11

Sumber : Pengolahan Data, 2024

3) Membuat Matriks Penjumlahan Setiap Baris

Tabel 16.

Matriks Penjumlahan Setiap Baris pada Kriteria Lingkungan

	A5	A6	A7	Jumlah
A5	0,61	2,38	0,38	3,37
A6	0,15	0,61	0,46	1,22
A7	0,17	0,14	0,11	0,42

Sumber : Pengolahan Data, 2024

4) Mengukur Konsistensi

Tabel 17.

Matriks Rasio Konsistensi Lingkungan

	Jumlah Perbaris	Prioritas	Hasil
A5	3,37	0,61	3,98
A6	1,22	0,61	1,83
A7	0,42	0,11	0,53
Jumlah(lamda maks)			6,34

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Dari tabel matriks rasio konsistensi diperoleh :

$$n \text{ (Jumlah Kriteria)} = 3$$

$$\lambda maks = \frac{2,8}{3} = 2,11$$

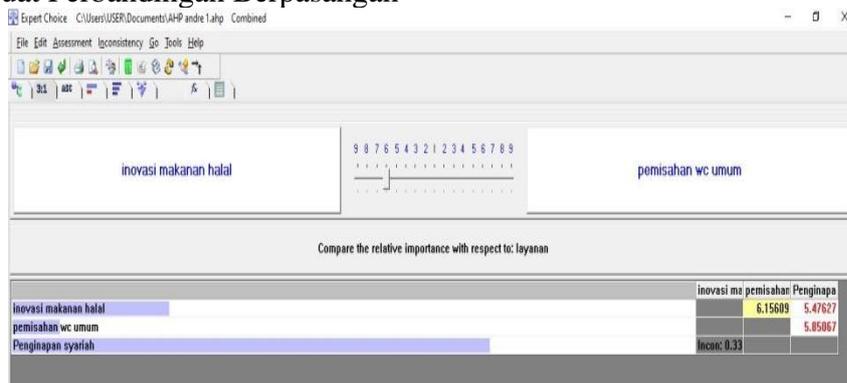
$$CI = \frac{(\lambda maks - n)}{n-1} = \frac{(2,11-3)}{3-1} = -0,44$$

$$CR = \frac{CI}{CR} = \frac{-0,44}{0,58} = -0,75$$

Karena nilai CR \leq 0,1, maka perhitungannya dikatakan konsisten.

Hasil Pengolahan Data Kriteria Layanan

1) Membuat Perbandingan Berpasangan



Sumber : Expert Choice, 2024

Gambar 6. Perbandingan Berpasangan Kriteria Layanan
Tabel 18.

Geometric Mean Kriteria Layanan

	A8	A9	A10
A8	1,00	6,15	0,18
A9	0,16	1,00	0,17
A10	5,47	5,85	1,00
Jumlah	6,63	13,00	1,35

Sumber : Pengolahan Data, 2024

2) Membuat Matriks Nilai Kriteria

Tabel 19.

Bobot Nilai Kriteria Layanan

	A8	A9	A10	Jumlah	Prioritas
--	----	----	-----	--------	-----------

A8	0,15	0,47	0,13	0,75	0,25
A9	0,02	0,07	0,12	0,21	0,07
A10	0,82	0,45	0,47	2,01	0,67

Sumber : Pengolahan Data, 2024

3) Membuat Matriks Penjumlahan Setiap Baris

Tabel 20.

Matriks Penjumlahan Setiap Baris pada Kriteria Layanan

	A8	A9	A10	Jumlah
A8	0,26	0,43	0,12	0,8
A9	0,04	0,07	0,11	0,22
A10	1,36	0,40	0,67	2,43

Sumber : Pengolahan Data, 2024

4) Mengukur Konsistensi

Tabel 21.

Matriks Rasio Konsistensi Layanan

	Jumlah Perbaris	Prioritas	Hasil
A8	0,75	0,25	1,00
A9	0,21	0,07	0,22
A10	2,01	0,67	2,96
Jumlah (lamda maks)			3,96

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Dari tabel matriks rasio konsistensi diperoleh :

$$n \text{ (Jumlah Kriteria)} = 3$$

$$\lambda \text{ maks} = \frac{3,96}{3} = 1,32$$

$$CI = \frac{(\lambda \text{ maks} - n)}{n - 1} = \frac{(1,32 - 3)}{3 - 1} = -0,84$$

$$CR = \frac{CI}{CR} = \frac{-0,84}{0,58} = -1,44$$

Karena nilai CR <= 0,1, maka perhitungannya dikatakan konsisten.

Pembahasan

Hasil Matriks Bobot Prioritas Setiap Kriteria

Berdasarkan hasil perhitungan matriks bobot prioritas setiap kreteria bahwa kriteria layanan merupakan kriteria paling penting dalam strategi pemilihan wisata menjadi prioritas ke-1 dengan bobot 0,38 atau 38 %, berikutnya kriteria aksesibilitas prioritas ke-2 dengan nilai bobot 0,28 atau 28%, kemudian kriteria lingkungan menjadi prioritas ke-3 dengan nilai bobot 0,21 atau 21% dan yang terakhir kriteria komunikasi menjadi prioritas ke-4 dengan nilai bobot 0,11 atau 11% .

Hasil Matriks Bobot Nilai Prioritas Kriteria Aksesibilitas.

Berdasarkan hasil perhitungan matriks bobot nilai prioritas kreteria aksesibilitas, diperoleh urutan alternatif prioritas ke-1 untuk kriteria aksesibilitas yaitu infrastruktur jalan dengan nilai bobot 0,82 atau 82% dan prioritas ke-2 alternatif jalan raya dengan nilai bobot 0,17 atau 17%.

Hasil Matriks Bobot Prioritas Kriteria Komunikasi.

Berdasarkan hasil perhitungan matriks bobot prioritas kriteria komunikasi, diperoleh urutan alternatif prioritas ke-1 untuk kriteria komunikasi yaitu promosi melalui sosial media dengan nilai bobot 0,73 atau 73% dan prioritas ke-2 alternatif kerjasama dengan pemerintah dengan nilai bobot 0,26 atau 26%.

Hasil Matriks Bobot Nilai Prioritas Kriteria Lingkungan.

Berdasarkan hasil perhitungan matriks nilai prioritas kriteria lingkungan, diperoleh urutan alternatif prioritas ke-1 untuk kriteria lingkungan yaitu area parkir dengan nilai bobot 0,62 atau 62%, berikutnya prioritas ke-2 yaitu alternatif tempat sampah dengan nilai bobot 0,26 atau 26% dan terakhir prioritas ke-3 yaitu pengamanan hewan liar dengan nilai bobot 0,10 atau 10%.

Hasil Matriks Bobot Nilai Prioritas Kriteria Layanan

Berdasarkan hasil perhitungan matriks bobot nilai kriteria layanan, diperoleh urutan alternatif prioritas ke-1 untuk kriteria layanan yaitu penginapan syariah dengan nilai bobot 0,70 atau 70%, berikutnya prioritas ke-2 alternatif inovasi makanan halal dengan nilai bobot 0,23 atau 23% dan yang terakhir menjadi prioritas ke-3 alternatif pemisahan WC umum dengan nilai bobot 0,06 atau 0,6%.

Dari hasil di atas infrastruktur jalan menjadi alternatif dengan nilai bobot paling tinggi yaitu sebesar 0,82 atau 82%, berikutnya promosi media sosial menjadi alternatif ke-2 dengan nilai bobot 0,73 atau 73%, kemudian penginapan syariah menjadi alternatif ke-3 dengan nilai bobot 0,70 atau 70%, kemudian yang terakhir area parkir menjadi alternatif ke-4 dengan nilai bobot 0,62 atau 62%.

Dengan demikian, penulis juga mencantumkan penelitian terdahulu untuk memperkuat hasil dari hasil penelitian penulis, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mhd, ramadani, rudi musniadi yang berjudul strategi pengembangan objek wisata bersejarah melalui *analytical hierarchy proces (AHP)* dengan hasil alternatif kelompok sadar wisata dengan nilai bobot 15,8%, berikutnya kebijakan pemerintah dengan nilai bobot 11,9%, ketiga infrastruktur jalan dengan nilai bobot 10,6%, selanjutnya *information center* dengan nilai bobot 7,7%

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan *Expert Choice*, maka diperoleh kesimpulan penelitian Dalam Upaya Meningkatkan Wisata Halal Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* Di Wisata Rindu Hati Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu :

1. Berdasarkan perhitungan metode *Analytical Hierarchy Process*, terdapat 4 kriteria dan 10 alternatif dalam pemilihan strategi wisata halal. Kriteria layanan menjadi kriteria prioritas dengan nilai bobot nilai tertinggi yaitu sebesar 0,38 atau 38%. Berdasarkan perhitungan metode *Analytical Hierarchy Proses*, diperoleh hasil alternatif yang menjadi prioritas dalam upaya meningkatkan wisata halal adalah alternatif infrastruktur jalan dalam kriteria aksesibilitas dengan bobot nilai tertinggi

yaitu sebesar 0,82 atau 82%.

2. Yang menjadi faktor penghambat peningkatan Objek Wisata Halal Desa Rindu Hati yaitu: *pertama*, peningkatan objek wisata yang masih sederhana. *Kedua*, kurangnya perbaikan infrastruktur jalan, dimana kondisi jalan yang masih rusak dan minimnya penerangan jalan. *Ketiga*, kurangnya promosi di media sosial sehingga banyak wisatawan –wisatawan diluar daerah yang belum tau tentang Wisata Halal Rindu Hati. *Keempat*, kurangnya penginapan syariah di lokasi objek wisata. *Kelima*, kurangnya tempat parkir dimana tempat parkir dan lapangan yang sering dipakai pengunjung, sebagai tempat kegiatan menjadi terganggu.

Saran

1. Untuk peneliti
Suatu penelitian tidak akan berarti jika tidak memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih menyempurnakan lagi penelitian ini dan diharapkan untuk menambahkan alternatif lain yang lebih inovatif sehingga relevan dengan perubahan zaman.
2. Pengelola desa wisata
Bagi pengelola desa wisata Rindu Hati Kabupaten Bengkulu Tengah, penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan masukan yang bermanfaat dalam meningkatkan wisata halal yang berkelanjutan terkhusus dalam perbaikan infrastruktur jalan, promosi objek wisata, area parkir, pelayanan dan penginapan syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Astuti, Y., Suyanto, M., & Kusri, K. (2011). Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Perguruan Tinggi Komputer Swasta. *Data Manajemen Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 56–62.
- Chookaew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential At Andaman Gulf In Thailand For Muslim Country. *Jurnal Of Economics, Business And Management*, 3, 7.
- Crescentrating, M. &. (2018). Mastercard-Crescentrating GMTI 2018 Global Muslim Travel Index 2018. *Ournal of Materials Processing Technology*, 1–59.
- Finthariasari, M. F., Herwan, M. D. K., & Nita, Z. A. (2023). The Influence Of Promotional Strategies And Social Media On Purchase Decisions (Case Study on Buyers Using Ms Glow Skincare in Bengkulu City). *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 857-866.
- Finthariasari, M. F., Ratnawili, R., & Halim, N. (2022). Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And Brand Image. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 661-672.
- Finthariasari, M., & Zetira, A. M. (2022). Purchase Intention: Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 16-25.
- Fitri, Marliza Ade., Khairiyah, Diah.(2015). Persepsi Konsumen Terhadap Penjualan Melalui Media Internet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu Angkatan Tahun 2015). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*.
- Fitriani, H. (2018). Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan Dengan

- Konsep Syariah. *Muslim Heritage*, 3(1), 45.
- Gumelar, A. A., & Heksaputra, D. (2023). Sistem Informasi Seleksi Wisata Halal Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Di Bantul Yogyakarta. *Jurnal Device*, 13(1), 75–87.
- Hasan, F. A. Al. (2017). penyelenggaraan Parawisata Halal Di Indonesia (Analisis Fatwa Dsn-Mui Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah). *Al-Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 2(1).
- Kusuma, M., Arianto, T., & Finthariasari, M. (2021). Analisis Pengaruh Minat Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Dimediasi Variabel Pekerjaan Yang Diharapkan. *Jurnal Manajerial*, 8(03), 278-293.
- Mu, A. (2019). Peningkatan Pemahaman Konsep. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–99.
- Natapura, C. (2009). Analisis Perilaku Investor Institusional Dengan Pendekatan Analytical Hierarchy Process (AHP). *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasidan Organisasi*, 163, 7.
- Oktarini, D., Finthariasari, M., Nuari, T. N. V., Marta, F. R., & Yami, F. M. (2022, April). Strategi Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Mebel Sederhana. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, pp. 135-146).
- Sismanto, A., Ranidiah, F., & Tarisa, A. (2021). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis (studi kasus pada toko roti panggang banjar di sawah lebar kota bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 4(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sunardi, Tedy., Fikri, Muhammad.(2024). Pengaruh Faktor Geografis Dan Demografis Dalam Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Umkm Di Kawasan Wisata Pantai Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 7(2).
- Tarmid, D. T. (2017). Pemanfaatan Perangkat Lunak Expert Choice Dalam Pengambilan Keputusan Penentuan Jalur Kereta Api (Studi Kasus Kere Ta Api Propinsi Aceh). *Geoplanart*, 2(1), 31–41.
- Wahyuningsih, Sri, Rasulog, I., & Nuhung, M. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Tujuan Wisata Di Bulukumba. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 141–157.
- Widagdyo, K. G. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 73–80.