

Strategi Pengembangan Wisata Halal Berbasis Konsep 3A+1I Di Masjid Raya An-Nur Pekanbaru

Murah Syahrial^{1*}, Veni Reza¹, Wawan Kurniawan¹

¹ Institut Agama Islam Lukman Edy, Pekanbaru, Riau

* murahsyahrial@iaile.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the halal tourism development strategy at Masjid Raya An-Nur Pekanbaru using the 3A+1I concept (Attraction, Accessibility, Amenity, Institution). As one of Indonesia's 10 National Halal Tourism Priority Destinations, Riau Province has significant potential anchored in Islamic heritage. Masjid Raya An-Nur, known as the 'Taj Mahal of Indonesia,' blends Malay, Arab, Turkish, and Indian architecture across 12.6 hectares. Using qualitative descriptive methods in-depth interviews, observation, and documentation this study applies SWOT-IFAS/EFAS analysis. Findings show the mosque fulfills key halal tourism criteria: iconic religious attractions (Riau Halal Fair, Qur'an programs), strategic central-city accessibility via Sultan Syarif Kasim II International Airport, adequate prayer amenities, and strong institutional governance. The SWOT matrix yields an SO strategy (score: 10.00) as optimal, recommending digital promotion expansion, integrated religious tour packages, UMKM empowerment, and cross-institutional collaboration to position Masjid Raya An-Nur as a world-class sustainable halal tourism destination.

Keywords: Halal Tourism; 3A+1I Concept; Masjid Raya An-Nur; SWOT.

Abstrak

Industri halal di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar seiring dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam. Namun, dalam praktiknya, industri ini masih menghadapi berbagai permasalahan baik dari perspektif syariah maupun negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis problematika industri halal di Indonesia dengan meninjau aspek kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah serta regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur terhadap berbagai sumber terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan utama meliputi kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap standar halal, keterbatasan proses sertifikasi halal, serta adanya tumpang tindih regulasi antara lembaga terkait. Dari perspektif syariah, masih ditemukan praktik yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip halal, sementara dari sisi negara, diperlukan penguatan kebijakan dan pengawasan yang lebih efektif. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan pelaku industri sangat diperlukan untuk mengoptimalkan pengembangan industri halal di Indonesia.

Kata kunci : Wisata Halal; Konsep 3A+1I; Masjid Raya An-Nur; SWOT.

I. Pendahuluan

Pariwisata halal telah menjadi salah satu sektor industri dengan pertumbuhan paling pesat di dunia. Berdasarkan laporan pariwisata halal telah menjadi salah satu sektor industri dengan pertumbuhan paling pesat di dunia. Berdasarkan laporan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2023 yang diterbitkan oleh *Crescent Rating-Mastercard*, Indonesia kembali menempati peringkat pertama sebagai destinasi wisata halal terbaik di dunia dengan skor 78, mengalahkan Malaysia yang sebelumnya menguasai posisi teratas.¹ Jumlah wisatawan muslim global diproyeksikan mencapai 2,8 miliar pada tahun 2030, menjadikan wisata halal sebagai pasar yang sangat potensial untuk dikembangkan.

Dalam konteks nasional, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia telah menetapkan 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional yang mengacu pada standar GMTI, dan Provinsi Riau beserta Kepulauan Riau termasuk dalam daftar tersebut. Riau bahkan berhasil menempati posisi ketiga dalam *top 5* destinasi wisata halal prioritas Indonesia 2019 dengan skor 63, setelah Lombok (70) dan Aceh (66). Kota Pekanbaru secara khusus juga telah masuk dalam penguatan destinasi pariwisata halal nasional tahun 2019, bersama Kota Tanjung Pinang, Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan Kabupaten Cianjur, sebagai 6 kabupaten/kota tambahan dalam 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional.²

Al-Quran dalam Surah Al-Ankabut ayat 20 menyerukan kepada manusia untuk menjelajahi bumi dan merenungkan ciptaan Allah:

فَلْيَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۝

Artinya: "Katakanlah (Muhammad), 'Berjalanlah di bumi, maka perhatikanlah bagaimana (Allah) memulai penciptaan, kemudian Allah menjadikan kejadian yang akhir. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.'" (QS. Al-Ankabut: 20).

Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau merupakan salah satu masjid termegah di Indonesia yang berlokasi di Jalan Hangtuah, Kecamatan Pekanbaru Kota. Gagasan pembangunannya muncul sejak tahun 1963 dan diresmikan pada 19 Oktober 1968 oleh Gubernur Riau, Arifin Achmad. Pada tahun 2000, masjid ini direnovasi besar-besaran sehingga luasnya bertambah dari 4 hektare menjadi 12,6 hektare. Arsitekturnya yang memadukan budaya Melayu, Arab, Turki, dan India menjadikan masjid ini dijuluki 'Taj Mahal Indonesia'.³ Masjid ini buka 24 jam sehari dan menjadi pusat berbagai kegiatan keislaman, termasuk program Riau Halal Fair yang digelar setiap bulan Ramadan.

¹ Mastercard-CrescentRating. *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023*. Singapore: CrescentRating, 1 Juni 2023. Laporan resminya dapat diunduh di:

https://www.crescentrating.com/download/thankyou.html?file=tzRCIYtd_GMTI_2023_Report_-_June_2023_-_Final_Version.pdf

² Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, "Narasi Tunggal: 5 Tahun Kembangkan Pariwisata Halal, Indonesia Akhirnya Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia 2019," kemenparekraf.go.id, 15 April 2019, diakses 10 Maret 2025.

³ Badan Pengelola Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau, *Profil Masjid Raya An-Nur Provinsi Riau* (Pekanbaru: BKM An-Nur, 2013), 5; lihat juga repository.uin-suska.ac.id/16068/9/9. BAB IV_2018297MD.pdf.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, pengembangan wisata halal di lokasi ini masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama pada aspek aksesibilitas wisatawan non-lokal, fasilitas pendukung wisata bertaraf internasional, serta belum adanya paket wisata halal terpadu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan: (1) mengidentifikasi kondisi eksisting aspek atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan institusi; (2) menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman; serta (3) merumuskan strategi pengembangan wisata halal yang optimal berbasis konsep 3A+1I.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan pemahaman mendalam tentang fenomena pengembangan wisata halal dalam konteks sosial dan budaya setempat. Penelitian dilaksanakan di Masjid Raya An-Nur, Jalan Hangtuah, Kecamatan Pekanbaru Kota, Provinsi Riau, pada periode Januari hingga Juni 2025.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci yang terdiri atas: Ketua Badan Kemakmuran Masjid (BKM) Masjid Raya An-Nur, pengurus harian masjid, pengelola Riau Halal Fair, perwakilan Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, tokoh ulama setempat, pedagang UMKM di kawasan masjid, serta wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung. Data sekunder diperoleh dari arsip BKM, laporan BPS Provinsi Riau, publikasi Kemenparekraf, jurnal ilmiah, dan dokumentasi media terpercaya.

Teknik pengumpulan data mencakup observasi langsung di lapangan, wawancara terstruktur dan semi-terstruktur, serta studi dokumentasi. Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi tiga tahap: (a) reduksi data, (b) penyajian data, dan (c) penarikan kesimpulan. Analisis SWOT-IFAS/EFAS digunakan untuk memformulasikan strategi pengembangan yang paling optimal berdasarkan kondisi internal dan eksternal destinasi.

III. Hasil dan Pembahasan

Wisata Halal

Wisata halal didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, mencakup ketersediaan fasilitas dan layanan yang ramah muslim seperti makanan halal, fasilitas salat, akomodasi tanpa alkohol, serta atraksi yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Konsep 3A+1I (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Institusi) merupakan kerangka analisis yang lazim digunakan dalam pengembangan destinasi wisata di Indonesia.¹⁰ Syahrial dan Razali menerapkan konsep ini pada konteks wisata minat khusus di Sumatera Barat dan menyimpulkan bahwa kekuatan internal yang dipadukan dengan peluang eksternal menjadi kunci strategi pengembangan yang berkelanjutan.

Penelitian terdahulu mengenai wisata halal di Provinsi Riau (Jurnal Pariwisata Pesona, Vol. 8 No. 1, 2023) menunjukkan bahwa Riau memiliki skor rata-rata 3,35 dari laporan pengembangan pariwisata ramah muslim regional. Provinsi ini memiliki 16 restoran bersertifikat halal, 2.321 restoran halal yang diklaim sendiri, dan 12 gerai makanan dan minuman bersertifikat halal. Aksesibilitas melalui Bandara Internasional Sultan Syarif Kasim II dengan kapasitas 8 juta penumpang per tahun menjadi keunggulan utama. Namun tantangan berupa minimnya hotel syariah berbintang, terbatasnya agen perjalanan bersertifikat halal, dan belum meratanya jaringan komunikasi digital masih perlu diatasi.

Data Kunjungan Wisatawan Provinsi Riau

Tabel A.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Riau Tahun 2019–2024

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisman (orang)	Keterangan
2019	388.424	Pra-pandemi
2020	12.105	Pandemi COVID-19
2021	31.782	Pemulihan awal
2022	169.240	Pemulihan pesat
2023	5.066 (Des.)	Data parsial BPS
2024	46.521 (Apr.)	Tren meningkat

Pengembangan wisata halal di Masjid Raya An-Nur Pekanbaru dianalisis menggunakan kerangka konsep 3A+1I

Atraksi (Attraction)

Masjid Raya An-Nur memiliki beragam atraksi yang menjadi daya tarik utama wisata halal. Atraksi fisik paling menonjol adalah kemegahan arsitekturnya yang merupakan perpaduan empat peradaban: Melayu, Arab, Turki, dan India. Bangunan utama dikelilingi empat menara—yang secara filosofis melambangkan empat sahabat utama Nabi Muhammad SAW—serta dihiasi 10 kubah yang melambangkan sepuluh sahabat yang dijanjikan surga. Masjid ini berdiri di atas lahan 12,6 hektare dengan taman asri, kolam air mancur, dan berbagai tanaman hias, menciptakan suasana yang nyaman untuk beristirahat, berfoto, dan berziarah spiritual.

Berdasarkan wawancara dengan Dr. Zulikromi, MA (Ketua BKM Masjid Raya An-Nur), beliau menuturkan bahwa:⁴

"Masjid Raya An-Nur bukan sekadar tempat ibadah. Ini adalah rumah bagi masyarakat Riau. Setiap hari, ribuan orang datang untuk salat, belajar Al-Qur'an, berdakwah, bahkan sekadar menikmati keindahan arsitekturnya. Kami memiliki kelas tahfidz, pengajian rutin, dan acara besar seperti Riau Halal Fair selama Ramadan yang melibatkan ratusan pedagang UMKM halal dari seluruh Riau."

Riau Halal Fair merupakan atraksi unggulan yang digelar setiap bulan Ramadan di halaman Masjid Raya An-Nur. Kegiatan ini dihadiri warga dari berbagai daerah di Riau,

dengan omset pedagang mencapai Rp 300.000–600.000 per hari pada hari biasa dan meningkat signifikan pada akhir pekan.⁵

Aksesibilitas (Accessibility)

Masjid Raya An-Nur memiliki keunggulan lokasi yang sangat strategis, berada di pusat Kota Pekanbaru, Jalan Hangtuah, yang mudah dijangkau dari seluruh penjuru kota. Kota Pekanbaru terhubung dengan berbagai kota besar di Indonesia melalui Bandara Internasional Sultan Syarif Kasim II (SSK II) yang berkapasitas 8 juta penumpang per tahun, serta jalur darat Trans-Sumatera.

Berdasarkan wawancara dengan Muhammad Firdaus (Koordinator Operasional Masjid), beliau menyatakan bahwa akses menuju Masjid Raya An-Nur sangat mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi, angkutan kota, maupun ojek online. Jalan menuju masjid sudah beraspal mulus dan lebar.⁶ Namun demikian, beberapa kendala aksesibilitas masih ditemukan: (a) belum tersedianya jalur khusus pejalan kaki yang representatif; (b) kemacetan pada hari besar keagamaan dan Ramadan; (c) minimnya papan petunjuk arah berbahasa Inggris dan Arab; serta (d) belum adanya integrasi sistem informasi transportasi digital.

Amenitas (Amenity)

Fasilitas pendukung wisata di Masjid Raya An-Nur secara umum sudah memadai sebagai tempat ibadah dan destinasi wisata religi domestik, namun masih perlu dikembangkan untuk memenuhi standar wisata halal internasional. Fasilitas yang telah tersedia meliputi: area wudu berkapasitas besar, toilet bersih terpisah untuk pria dan wanita, ruang salat utama berkapasitas ribuan jamaah, area parkir yang luas, taman dan ruang terbuka hijau, serta kios-kios penjual makanan dan minuman halal.

Siti Aisyah, wisatawan dari Malaysia, menyampaikan bahwa fasilitas wudu dan toilet sangat bersih, namun ia kesulitan menemukan informasi tentang jadwal kegiatan masjid dan tidak ada papan informasi khusus untuk wisatawan asing.⁷ Kekurangan amenitas yang perlu segera ditangani antara lain: (a) belum adanya pusat informasi wisata (*Tourist Information Center/TIC*); (b) minimnya fasilitas aksesibilitas bagi penyandang disabilitas; (c) belum tersedianya area kuliner halal permanen yang terstandarisasi; serta (d) belum adanya museum atau galeri sejarah masjid.

Institusi (Institution)

Institusi memainkan peran krusial dalam keberhasilan pengembangan wisata halal. Di Masjid Raya An-Nur, terdapat beberapa lembaga yang terlibat aktif, yakni Badan Kemakmuran Masjid (BKM), Pemerintah Provinsi Riau, Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, Majelis Ulama Indonesia (MUI) Riau, dan berbagai komunitas lokal.

Drs. H. Ahmad Zainul (Kabid Destinasi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru) menyatakan bahwa Masjid Raya An-Nur telah dimasukkan dalam paket wisata halal unggulan Kota Pekanbaru, dan pihaknya bekerja sama dengan travel agent lokal dan hotel-hotel bersertifikat syariah.⁸ Peran institusi mencakup empat aspek utama: (a) penyuluhan dan edukasi—BKM mendidik pengunjung tentang pentingnya menjaga kesucian kawasan

masjid; (b) promosi dan pemasaran—Dinas Pariwisata mempromosikan masjid melalui platform digital dan media nasional; (c) kerjasama komunitas—keterlibatan pedagang UMKM dalam Riau Halal Fair; dan (d) pengaturan dan pengawasan—BKM menegakkan tata cara berpakaian dan perilaku di area ibadah.

Analisis SWOT

Tabel C.1 Matriks Analisis SWOT Wisata Halal Masjid Raya An-Nur Pekanbaru

KEKUATAN (Strengths/S) 1. Arsitektur megah & ikon 'Taj Mahal Indonesia' 2. Lokasi strategis di pusat Kota Pekanbaru 3. Buka 24 jam setiap hari 4. Riau Halal Fair sebagai event tahunan unggulan 5. Kawasan religi terintegrasi (masjid, surau, makam) 6. Fasilitas ibadah lengkap & berkualitas 7. Lahan luas 12,6 ha dengan taman asri 8. Dukungan institusi pemerintah & BKM yang aktif	KELEMAHAN (Weaknesses/W) 1. Belum ada Tourist Information Center (TIC) 2. Minimnya signage berbahasa asing 3. Fasilitas disabilitas masih kurang 4. Belum ada museum/galeri sejarah masjid 5. Area kuliner halal permanen belum tersedia 6. Promosi digital belum optimal & konsisten 7. Kemacetan pada event besar keagamaan 8. SDM pengelola wisata belum terlatih khusus
PELUANG (Opportunities/O) 1. Indonesia #1 GMTI 2023; Riau destinasi halal prioritas nasional 2. Proyeksi wisatawan muslim global 2,8 miliar (2030) 3. Kedekatan geografis dengan Malaysia & Singapura 4. Investasi pemerintah untuk infrastruktur wisata halal 5. Pertumbuhan UMKM halal berbasis masjid 6. Perkembangan teknologi digital & media sosial 7. Penerbangan langsung Pekanbaru ke kota besar 8. Regulasi wisata halal daerah & nasional yang mendukung	ANCAMAN (Threats/T) 1. Persaingan destinasi wisata halal regional (Aceh, Sumbang) 2. Fluktuasi wisman akibat faktor global (pandemi, dll.) 3. Minimnya hotel syariah berbintang di sekitar kawasan 4. Kurangnya agen perjalanan bersertifikat halal di Pekanbaru 5. Risiko kepadatan berlebih pada event Ramadan 6. Terbatasnya anggaran operasional BKM 7. Perubahan perilaku wisatawan (solo travel, digitalisasi) 8. Belum meratanya jaringan komunikasi digital di Riau

Sumber: Hasil Analisis SWOT Wisata Halal Masjid Raya An-Nur Pekanbaru, 2025

Tabel C.2 Analisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

No.	Faktor Internal	Bobot	Skor	Nilai
Kekuatan (Strengths)				
1	Arsitektur megah & ikon wisata halal Riau	0,20	4	0,80
2	Lokasi strategis di pusat kota	0,20	4	0,80
3	Buka 24 jam, fleksibel bagi wisatawan	0,15	3	0,45
4	Riau Halal Fair sebagai atraksi tahunan	0,20	4	0,80
5	Kawasan religi terintegrasi	0,15	3	0,45
6	Fasilitas ibadah lengkap & berkualitas	0,20	4	0,80
7	Lahan luas 12,6 ha dengan taman asri	0,15	3	0,45
8	Dukungan institusi pemerintah & BKM	0,20	4	0,80
	Jumlah	1,45		5,35

Kelemahan (Weaknesses)				
1	Belum ada Tourist Information Center	0,15	3	0,45
2	Minimnya signage berbahasa asing	0,10	3	0,30
3	Fasilitas disabilitas masih kurang	0,10	2	0,20
4	Belum ada museum/galeri sejarah masjid	0,10	2	0,20
5	Promosi digital belum optimal	0,15	3	0,45
6	SDM pengelola wisata belum terlatih khusus	0,10	2	0,20
7	Area kuliner halal permanen belum tersedia	0,10	2	0,20
8	Kemacetan saat event besar	0,05	1	0,05
	Jumlah	0,85		2,05
	TOTAL (S+W)	2,30		7,40

Sumber: Hasil analisis data primer, 2025

Tabel C.3 Analisis EFAS (External Factor Analysis Summary)

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Skor	Nilai
Peluang (Opportunities)				
1	Indonesia #1 GMTI 2023; Riau destinasi halal prioritas	0,20	4	0,80
2	Proyeksi wisatawan muslim global 2,8 miliar (2030)	0,20	4	0,80
3	Kedekatan geografis dengan Malaysia & Singapura	0,15	3	0,45
4	Investasi pemerintah untuk infrastruktur wisata halal	0,20	4	0,80
5	Potensi UMKM halal berbasis masjid	0,15	3	0,45
6	Perkembangan teknologi digital & media sosial	0,15	3	0,45
7	Penerbangan langsung ke kota-kota besar Indonesia	0,15	3	0,45
8	Dukungan regulasi wisata halal nasional & daerah	0,15	3	0,45
	Jumlah	1,35		4,65
Ancaman (Threats)				
1	Persaingan destinasi wisata halal regional	0,15	2	0,30
2	Fluktuasi wisman akibat faktor global	0,15	1	0,15
3	Minimnya hotel syariah berbintang di sekitar kawasan	0,15	2	0,30
4	Kurangnya agen perjalanan bersertifikat halal	0,10	2	0,20
5	Risiko kepadatan berlebih pada event Ramadan	0,10	1	0,10
6	Terbatasnya anggaran operasional BKM	0,10	2	0,20
7	Perubahan perilaku wisatawan (solo travel)	0,10	2	0,20
	Jumlah	0,85		1,45
	TOTAL (O+T)	2,20		6,10

Sumber: Hasil analisis data primer, 2025

Tabel C.4 Bobot Skor Matriks SWOT (IFAS-EFAS)

IFAS / EFAS	Strength (S) = 5,35	Weakness (W) = 2,05
-------------	---------------------	---------------------

Opportunity (O) = 4,65	Strategi SO = 5,35 + 4,65 = 10,00	Strategi WO = 2,05 + 4,65 = 6,70
Threats (T) = 1,45	Strategi ST = 5,35 + 1,45 = 6,80	Strategi WT = 2,05 + 1,45 = 3,50

Sumber: Hasil analisis SWOT, 2025

Berdasarkan Tabel C.4, skor tertinggi diraih oleh Strategi SO sebesar 10,00. Hal ini mengindikasikan bahwa Masjid Raya An-Nur memiliki kekuatan internal yang besar dan dapat memanfaatkan peluang eksternal secara optimal. Adapun rekomendasi strategi SO yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut:

- Mengembangkan paket wisata halal terintegrasi bersama hotel syariah dan agen perjalanan tersertifikasi halal.
- Memperkuat promosi digital melalui media sosial, YouTube, dan TikTok dengan konten bertema keindahan arsitektur dan kegiatan keislaman.
- Mengembangkan Riau Halal Fair menjadi event wisata halal nasional yang menarik wisatawan dari seluruh Indonesia dan negara-negara ASEAN.
- Membangun kerjasama wisata lintas batas dengan Malaysia dan Singapura, memanfaatkan kedekatan geografis Pekanbaru.
- Membuat aplikasi wisata halal berbasis digital yang mencakup informasi kawasan masjid, jadwal kegiatan, dan rekomendasi kuliner halal sekitar.
- Mendirikan galeri atau museum mini tentang sejarah Masjid Raya An-Nur dan peradaban Melayu Islam sebagai wahana edukasi wisatawan.
- Memberdayakan UMKM lokal secara permanen di kawasan masjid sebagai area kuliner dan suvenir halal yang terstandarisasi.
- Menyelenggarakan festival kaligrafi internasional dan lomba tilawah untuk menarik wisatawan religi dari berbagai negara.
- Memperluas jaringan institusi dengan melibatkan MUI, Kemenparekraf, Kamar Dagang, dan komunitas Muslim internasional.

IV. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Masjid Raya An-Nur Pekanbaru memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata halal kelas dunia. Dari aspek 3A+1I, masjid ini memenuhi seluruh kriteria dasar wisata halal: atraksi arsitektur megah bercorak multikultural Islam, aksesibilitas strategis di jantung Kota Pekanbaru, amenitas ibadah yang lengkap dan terbuka 24 jam, serta dukungan institusional yang kuat dari BKM, pemerintah provinsi, dan komunitas lokal.

Analisis SWOT-IFAS/EFAS menghasilkan Strategi SO sebagai pendekatan utama yang direkomendasikan dengan nilai gabungan 10,00. Strategi ini menekankan pemanfaatan kekuatan internal—kemegahan arsitektur, lokasi strategis, Riau Halal Fair—untuk merebut peluang eksternal berupa posisi Indonesia sebagai destinasi wisata halal #1 GMTI 2023, pertumbuhan wisatawan muslim global, dan kedekatan geografis dengan Malaysia serta Singapura. Faktor penghambat yang perlu segera diatasi meliputi: (a)

aspek atraksi—diversifikasi event dan atraksi keislaman yang lebih variatif; (b) aksesibilitas—jalur pedestrian dan signage berbahasa asing; (c) amenities—pendirian Tourist Information Center dan galeri sejarah masjid; serta (d) institusi—peningkatan kapasitas SDM pengelola pariwisata halal berstandar internasional. Dengan mengoptimalkan strategi SO, Masjid Raya An-Nur Pekanbaru berpotensi menjadi pusat wisata halal terpadu di Sumatera yang memberikan manfaat nyata bagi perekonomian masyarakat Riau.

V. Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. *Perkembangan Pariwisata Provinsi Riau April 2024*. Pekanbaru: BPS Provinsi Riau, 2024.
- CrescentRating-Mastercard. *Global Muslim Travel Index 2023*. Singapore: CrescentRating, 2023.
- Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru. "Profil Destinasi Wisata Masjid Raya An-Nur." smarttourism.pekanbaru.go.id. Diakses 10 Maret 2025.
- Hamza, I., dan H. Hasan. "Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (2020): 1505–1519.
- Kemenparekraf. "5 Tahun Kembangkan Pariwisata Halal, Indonesia Akhirnya Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia 2019." Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 15 April 2019.
- Media Center Riau. "Riau Halal Fair di Masjid Raya Annur Disambut Antusias Pengunjung." mediacenter.riau.go.id, 11 April 2023.
- Media Center Riau. "Rekomendasi Wisata Religi di Pekanbaru, Cocok untuk Mengisi Ramadan." mediacenter.riau.go.id, 28 Februari 2025.
- Miles, M. B., dan A. M. Huberman. *Qualitative Data Analysis*. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.
- Muhamad, N., dan D. Mizerski. "The Constructs Mediating Religions' Influence on Buyers and Consumers." *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 2 (2010): 124–135.
- Samori, Z., N. Z. Md Salleh, dan M. M. Khalid. "Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries." *Tourism Management Perspectives* 19 (2016): 131–136.
- Smart Tourism Pekanbaru. "Profil Masjid Raya An-Nur." smarttourism.pekanbaru.go.id. Diakses 10 Maret 2025.
- Syahrial, Murah, dan Zahrina Razali. "Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Dengan Menggunakan Konsep 3A+1I Di Wisata Ikan Larangan Lubuak Tabek Jorong Paninggiran Bawah." *Hayyin: Journal of Halal Studies and Research* 1, no. 1 (2025): 54–71.

Universitas Islam Riau. "Competitive Strategy of Halal Tourism in Riau: Opportunities and Challenges." *Jurnal Pariwisata Pesona* 8, no. 1 (2023): 1–18.