

# PARIWISATA HALAL

KONSEP & STRATEGI



Dr. KHODIJAH ISHAK



AL-FIKRAH  
PUBLICATIONS

# **PARIWISATA HALAL: KONSEP DAN STRATEGI**

## UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4**

Hak cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 Huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Perlindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24 dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa actual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi actual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu ciptaan dan /atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

- i. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 Ayat (1) huruf I untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratusjuta rupiah).
- ii. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f

# **PARIWISATA HALAL: KONSEP DAN STRATEGI**

**Dr. Khodijah Ishak, S.HI,.ME.Sy**

**Al-Fikrah Publications**

# **Pariwisata Halal: Konsep dan Strategi**

**Dr. Khodijah Ishak, S.HI.,ME.Sy**

Editor:

**Eva Nurfazilla**

Desain Cover:

**Eva Nurfazilla**

Tata Letak:

**Tim Al-Fikrah Publications**

Proofreader:

**Tim Al-Fikrah Publications**

Ukuran:

**viii, 211 Halaman + ix, Uk: 14,8 x 21 cm**

ISBN:

**978-623-10-3909-5**

Cetakan Pertama:

September 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

**Copyright 2024 by Al-Fikrah Publications**

All Right Reserved

*Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak  
sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.*

## **KATA PENERBIT**

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Segala puji bagi Allah SWT. Pemilik alam semesta dan shalawat serta salam atas junjungan besar Nabi Muhammad S.A.W, anggota keluarganya, para sahabatnya dan orang-orang yang mengikuti mereka dengan tulus hingga hari kiamat.

Syukur kepada Allah S.W.T. kerana dengan taufiq dan inayah- Nya, telah mengizinkan kami menerbitkan buku ini; "Pariwisata Halal: Konsep dan Strategi", serta meneruskan usaha menerbit dan menyebarkan bahan-bahan bacaan terkini yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan kekinian dalam kehidupan umat Islam sedunia.

Besar harapan kami semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan petunjuk kepada seluruh umat Islam dalam rangka menimba ilmu untuk menghadapi tantangan dalam melanjutkan hidup di dunia ini dan mendapatkan ridha Allah SWT. Di akhirat, insya Allah.

Segala kesalahan mohon dimaafkan dan kami mohon ampun kepada Allah SWT. atas hal yang demikian karena tidak ada daya dan upaya kecuali dengan petunjuk dan pertolongan-Nya. Teguran yang membina sangat diharapkan. Sekian. Wa billahi taufiq walhidayah.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Penerbit,

**Al-Fikrah Publications**

## PENGANTAR PENULIS

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Segala puji dan syukur dipanjakan ke hadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada umat Islam. Shalawat dan salam ditujukan kepada Nabi Muhammad SAW, Rasul terpilih (*al-mushthafa*), dan manusia teladan (*uswah hasanah*) untuk setiap tindakan yang kita lakukan. Juga ditujukan kepada keluarganya, sahabat-sahabatnya, para tabi'in dan atba' tabi'in, serta orang-orang saleh yang mengikuti mereka hingga hari kiamat.

Buku “Pariwisata Halal: Konsep dan Strategis” ini disusun sebagai referensi yang dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai pariwisata halal yang dapat dijadikan sebagai solusi atas adanya hal-hal yang di rasa kurang pada pariwisata konvensional.

Wisata halal di Indonesia merupakan potensi ekonomi yang unggul sebagai pemasok penerimaan negara. Pengembangan pariwisata halal Indonesia merupakan salah satu program prioritas Kementerian Pariwisata yang sudah dikerjakan sejak lima tahun yang lalu. Data GMTI 2019 menunjukkan bahwa hingga tahun 2030, jumlah wisatawan muslim (wislim) diproyeksikan akan menembus angka 230 juta di seluruh dunia. Mengacu pada target capaian 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang harus diraih di tahun 2019, Kementerian Pariwisata menargetkan 25% atau setara 5 juta dari 20 juta wisman adalah wisatawan muslim dari konsep pengembangan pariwisata halal di Indonesia.

Konsep pengembangan pariwisata halal Indonesia sendiri merupakan konsep wisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan pengalaman wisata muslim. Konsep itu diantaranya: layanan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah berkualitas, toilet bersih dengan air memadai, bebas dari islamophobia, memberi nilai manfaat sosial, program ramadan, pengalaman unik bagi wisatawan muslim, bebas dari aktivitas non halal, penyediaan area rekreasi dengan privasi.

Semoga buku yang sederhana ini dapat memberikan sedikit pengetahuan tentang Wisata Halal terutama para mahasiswa, pelajar dan komunitas tertentu yang ingin memperdalam pengetahuannya tentang wisata halal. Saya juga berharap, karya ini akan menjadi amal yang baik, ilmu yang bermanfaat (*al-'ilm an-nafi'*), dan akan menjadi pendorong bagi para mahasiswa dan dosen untuk menulis.

Tiada gading yang tak retak, tetapi manusia tetap berusaha agar terhindar dari pada kesalahan. Namun jika menemukan kekurangan-kekurangan dalam buku ini, maka dengan senang hati saya menerima saran-saran dari semua pihak Hanya kepada Allah kita berserah diri semoga mendarat keridhoan-Nya. Amin

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

*Penyusun*

***Khodijah Ishak***

## DAFTAR ISI

<b>BAB I</b>	<b>WISATA HALAL</b>	
	a. Defenisi Pariwisata Halal	1
	b. Dasar Pelaksanaan Pariwisata Halal	11
	c. Tujuan Pariwisata Halal	20
	d. Karakteristik Pariwisata Halal	29
	e. Unsur-Unsur Pokok Pengembangan Pariwisata Halal	39
	f. Perbedaan Wisata Halal Dengan Wisata Lainnya	40
<b>BAB II</b>	<b>OBJEK DAN FASILITAS WISATA HALAL</b>	
	a. Objek Wisata Halal	45
	b. Jenis-Jenis Pariwisata	50
	c. Fasilitas Wisata Halal	68
<b>BAB III</b>	<b>LITERASI WISATA HALAL</b>	
	a. Pengertian Literasi	74
	b. Urgensi Literasi Wisata Halal	78
<b>BAB IV</b>	<b>INFRASTRUKTUR WISATA HALAL</b>	
	a. Pengertian Infrastruktur	82
	b. Pembagian Infrastruktur	83

<b>BAB V</b>	<b>KEBIJAKAN PARIWISATA</b>	<b>PENGEMBANGAN</b>
	a. Pengertian Kebijakan	93
	b. Kebijakan Pengembangan Pariwisata	94
	c. Konsep Wisata Halal	98
	d. Kebijakan Pengembangan pariwisata di Indonesia	105
<b>BAB VI</b>	<b>SERTIFIKASI KOMPENTENSI</b>	<b>HALAL DAN</b>
	a. Pengertian Sertifikasi Halal	133
	b. Dasar Hukum Sertifikasi Halal	139
	c. Kebijakan dan Prosedur Sertifikasi Halal	142
	d. Peran Sertifikasi Halal	149
	e. Tujuan Sertifikasi Halal	159
<b>BAB VII</b>	<b>DAMPAK PARIWISATA</b>	<b>PENGEMBANGAN</b>
	a. Pengertian	162
	b. Dampak Terhadap Sosial Ekonomi	163
	c. Dampak Terhadap Sosial Budaya	173
	d. Dampak Terhadap Lingkungan	186
<b>BAB VIII</b>	<b>STRATEGI PARIWISATA</b>	<b>PENGEMBANGAN</b>
	a. Pengertian Strategi	190
	b. Strategi Pengembangan Wisata Halal	190

# **BAB I**

## **PENGERTIAN DAN DASAR WISATA HALAL**

### **A. Definisi Pariwisata Halal**

Pariwisata dikenal dalam istilah bahasa arab dengan kata “*al-Siyahah, al-Rihlah, dan al-Safar*” (Baalbaki, 1995), atau dalam bahasa Inggris dengan istilah “*tourism*”, (Hassan Shadily dan John M. Echols, 2010).

Secara definisi berarti suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri ataupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun masyarakat dalam rangka memenuhi keinginan wisatawan (pengunjung) dengan tujuan tertentu. Sementara menurut Undang-Undang Nomor 9 Bab 1 Pasal 1 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan menyatakan bahwa kepariwisataan adalah segala kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan dan pengawasan pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat.

Dari definisi tersebut terlihat penekanannya pada kata perjalanan atau wisata dalam bahasa Sanskerta atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan *Travel* dan *Safar* dalam bahasa Arab. Dalam dunia pariwisata, banyak istilah yang secara akademik perlu dikemukakan dalam kajian yakni pariwisata, wisata, dan destinasi. Selanjutnya sesuai dengan

perkembangan zaman, saat ini muncul istilah pariwisata halal, wisata syari'ah dan destinasi wisata syari'ah. Namun kata syari'ah di belakang beberapa istilah tersebut dalam realitas seringkali menggunakan istilah "*halal*", karena sejatinya dalam Islam istilah halal ini merupakan bagian dari esensi ajaran syariat dalam Islam. Sebab itu, yang dimaksud dengan istilah wisata halal misalnya, adalah kegiatan wisata yang mengedepankan prinsip-prinsip syari'ah Islam (Djakfar, 2017).

Kata destinasi berasal dari bahasa Inggris "*destination*" yang berarti tempat tujuan. Pengertian destinasi itu sendiri dapat diinterpretasikan secara berbeda-beda oleh setiap orang. Destinasi dapat berupa tujuan akhir dari sebuah perjalanan, tujuan akhir dari sebuah pekerjaan atau pun mengacu pada penunjukan sebuah lokasi tertentu. Bahkan destinasi juga dapat dipahami sebagai wilayah dalam batasan otoritas suatu negara (seperti Indonesia), fungsi kawasan (seperti kawasan industri). Selain itu, destinasi juga dapat dilihat dalam batasan sosial budaya, wilayah suatu peradaban dan sebagainya.

Sedangkan kata wisata berarti darma wisata atau pariwisata (Poerwadarminta, 1986). Pendapat lain menyatakan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Fatwa DSN, 2016).

Dalam Al-Qur'an maupun Sunnah Rasulullah SAW tidak ditemukan kata pariwisata secara harfiah, namun terdapat beberapa kata yang menunjuk kepada pengertian dengan lafaz-

lafaz yang berbeda namun secara umum maknanya sama, setidaknya penulis temukan tujuh bentuk redaksi kalimat, diantaranya adalah:

1. **“Sara-Yasiru-Siru-Sairan-Saiyaratn”**:(Berjalan, melakukan perjalanan), dari kata tersebut dijumpai kata *“saiyar, muannatsnya saiyahrah”* dengan makna yang banyak menempuh perjalanan, lebih dikenal dengan nama mobil. Kata-kata yang menunjukkan makna tersebut terdapat dalam QS. Al-An’am (6) : 11, QS. An-Namal (27) : 69, QS. Al-Ankabut (29) : 20, QS. Al-Rum (30) : 42, QS. Saba’ (34) : 18 dan 28, QS. Al-Mukmin” (40) : 21, QS. Fathir (35) : 35, dan QS. Al-Nahl (16) : 36. Pada surat-surat di atas dijelaskan dengan beragam redaksi, anjuran melakukan perjalanan dengan menggunakan kata kerja sedang berlansung dan kata perintah, sehingga menjadi motivasi para Rasul dan Nabi terdahulu dalam melakukan perjalanan.
2. **“Al-Safar”**:(Perjalanan) terdapat dalam QS. Al-Baqarah (2): 184,185,283, QS. An-Nisa’(4) : 43, QS. Al-Maidah (5):6. Dalam beberapa surat dan ayat di atas dijelaskan tentang keadaan orang yang sedang dalam musafir diberikan kemudahan dan keringanan dalam ibadah, seperti menjama’ dan mengqashar shalat, begitu juga dibolehkan berbuka bagi yang berpuasa.
3. **“Rihlah”**:(Perjalanan) terdapat dalam QS. Qurays (106): 1-4. menerangkan kebiasaan suku Quraisy melakukan perjalanan bisnis/berdagang pada musim dingin ke Yaman dan musim panas ke negeri Syam. Rasulullah SAW dalam hal ini menganjurkan umatnya untuk melakukan

perjalanan/wisata rohani ke tiga Masjid, sebagaimana dalam sabda Beliau:

*Artinya: "Tidaklah kamu dianjurkan melakukan perjalanan melainkan kepada tiga Masjid, al-Masjid al-Haram, Masjid al-Rasul, dan Masjid al-Aqsa".*

4. **"Hajara-Yuhajiru-Muhajiran"**: (Berhijrah, berpindah) terdapat dalam QS. Annisa' (4):100. Menerangkan keadaan orang yang berhijrah karena Allah SWT dan Rasul-Nya maka orang tersebut mendapatkan pahala, walaupun akan banyak mendapatkan tantangan dan cobaan.
5. **"Asra"**: (memperjalankan) terdapat dalam QS. Al-Isra' (17): 1. Kisah Isra' dan Mi'raj, misi perjalanan Rasulullah SAW dari Masjid Haram Makkah ke Masjid al-Aqsa di Palestina, lalu menaiki langit menjemput perintah shalat.
6. **"Saha-Yahsihu-Saihan-Siyahah-Saihun"**: (Berjalan atau bepergian), terdapat dalam QS. Al-Taubah (9): 2 dan 112. Dalam dua ayat di atas dijelaskan tentang anjuran melakukan perjalanan di muka bumi dalam rangka melakukan ibadah dan anjuran melawat atau bertamasya ke suatu negeri untuk melihat pemandangan dan keagungan ciptaan Allah SWT. Bahkan Allah SWT memuji orang-orang yang melakukan perjalanan, wisatawan dengan istilah *"Al-Saih"* berbarengan dengan orang bertaubat, memuji Allah, orang yang rukuk, orang yang sujud, berjihad serta beramar *ma'ruf* dan *Nahi munkar*.

*Artinya: "Dari Sa'ad bin Mas'ud, bahwasanya 'Usman bin Maz'un datang menemui Nabi SAW, dia*

*perjalan dan Rasulullah berkata: “Izinkanlah kami dikabiri” Lalu Rasulullah SAW menjawab: “Sesungguhnya pengebirian umatku adalah dengan cara berpuasa.” Dia berkata lagi: “Ya Rasulullah izinkanlah kami hidup melakukan siyahah (pergi ke padang pasir jauh dari orang ramai, meninggalkan segala kesenangan dan perkara-perkara yang mubah serta mengekang hawa nafsu).” Lalu Rasul menjawab: “Siyahah umatku adalah dengan cara berjihad fi sabilillah.” Dia berkata lagi: “Wahai Rasulullah, izinkanlah kami menjalani hidup seperti seorang rahib.” Rasulullah menjawab: “Sesungguhnya kerahiban umatku adalah dengan cara duduk di masjid-masjid menunggu masuknya waktu shalat.”*

7. **“Dharaba”**: (melakukan perjalanan), terdapat dalam QS. Annisa’ (4): 101 Pada ayat ini di jelaskan tentang kemudahan dan keringanan dengan mengqasar shalat bagi orang yang dalam perjalanan.

Dengan demikian kata “pariwisata,” seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan “*tour*.” Sedangkan dalam pengertian jamak, kata “kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourismen*” atau “*tourism*”.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, “Pariwisata” dirumuskan “sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.” Rumusan ini jelas lebih komprehensif yang pada dasarnya bahwa aktivitas

kepariwisataan meliputi berbagai macam kegiatan wisata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yang dilengkapi dengan berbagai infrastruktur yang dibutuhkan dalam melayani kepentingan mereka. Dan yang tidak kalah pentingnya bahwa kegiatan wisata itu perlu adanya keterlibatan masyarakat dan pengusaha maupun pemerintah, baik pusat atau daerah.

Yoeti (1996) mendefinisikan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beranekaragam.

Sementara menurut amanah dari Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah (Fatwa DSN, 2016). Namun sisi lain pariwisata didefinisikan sebagai salah satu sarana untuk mengembangkan konsep ekonomi Islam diambil dari Al-Quran. Allah telah memberikan isyarat kepada manusia untuk melakukan perjalanan yang tujuannya adalah untuk memperkuat iman dan keyakinan serta memberikan motivasi. Dengan gerakan ini setidaknya bisa membuka jalan untuk pengembangan syari'ah (Syahriza, 2014). Jika dikaitkan dengan kata syari'ah, maka yang dimaksud pariwisata halal adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip Islam. Dengan

demikian, wisata merupakan bagian dari kegiatan dunia pariwisata secara umum.

Kata halal berasal dari kata bahasa arab *halla, yahillu, hillan, wahalalan* yang memiliki makna dibenarkan atau dibolehkan oleh hukum syara'. Memiliki arti sebagai sesuatu yang dibolehkan atau diizinkan oleh Allah (Al-Qordhawi, 1994). Kata tersebut merupakan sumber utama yang tidak hanya terkait dengan makanan atau produk makanan, tetapi juga memasuki semua aspek kehidupan, seperti perbankan dan keuangan, kosmetik, pekerjaan, pariwisata dan lainnya.

Selain itu, kata “*halal*” adalah istilah yang sangat erat dengan relasi kehidupan orang-orang Islam, selalu dikaitkan dengan ajaran agama dan dalam kitab suci umat Islam. Relasi kata “*halal*” memiliki makna yang sangat beragam, diantaranya konotasi dalam hal makanan, mencari nafkah dan lain sebagainya. Secara struktur bahasa kedua kata tersebut berada pada relasi yang sangat timpang secara struktur pemaknaan, tetapi jika disandingkan menjadi bentuk padanan frasa yang baru, maka terminologi “wisata halal” bisa menjadi makna yang berbeda dari sebelumnya.

Secara terminologi wisata syari'ah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *Islamic tourism, halal tourism, halal travel*, ataupun *as moslem friendly destination*. Selain istilah wisata syari'ah, dikenal juga istilah *halal tourism* atau wisata halal.

Secara terminologi Bawazir (2013) mendefinisikan wisata halal merupakan perjalanan wisata yang semua

prosesnya sejalan dengan nilai-nilai syari'ah Islam, baik dimulai dari niatnya semata-mata untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah, selama dalam perjalanannya dapat melakukan ibadah dengan lancar dan setelah sampai ditujuan wisata, tidak mengarah pada hal-hal yang bertentang dengan syari'at, makan dan minum yang *halal thayyibah*, hingga kepulangannya pun dapat menambah rasa syukur kita kepada Allah.

Chookaew et al. (2014) menafsirkan wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep Islam di mana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi hal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku wisata.

Sementara itu, Mohsin, Ramli, & Alkhulayfi, (2016) berpendapat bahwa pariwisata halal adalah penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim sesuai ajaran agama Islam. Sedangkan pariwisata halal menurut (Battour dan Ismail, 2016) adalah kegiatan dalam pariwisata yang diizinkan atau yang dibolehkan menurut ajaran Islam. Untuk itu pariwisata halal adalah seperangkat layanan tambahan amenities, atraksi, dan aksesibilitas yang ditunjukkan dan diberikan untuk memenuhi pengalaman, kebutuhan dan keinginan wisatawan Muslim (Kemenpar, 2019).

Organisasi Konferensi Islam (OKI) memberikan definisi wisata halal, sebagai *Islamic Tourism* yaitu Islam dan pariwisata didasari pada Al-Qur'an 29:20 yang menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan di bumi untuk mengambil pelajaran dari ciptaan Allah dan mengambil rahmat-Nya. *Islamic Tourism* didefinisikan sebagai perjalanan

wisata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan dan fasilitas wisata bagi wisatawan Muslim sesuai dengan kaidah Islam. Adapun beberapa istilah yang digunakan selain *Islamic Tourism*, yaitu *Halal Tourism*, *Syari'ah Tourism*, *Muslim-Friendly Tourism*. (Organisasi Kerjasama Islam, 2017). Pilihan menggunakan wisata halal atau *halal tourism* karena kata tersebut lebih mewakili aspek wisata yang ramah terhadap wisatawan Muslim dan juga mewakili syari'ah Islam dengan kata '*Halal*' yang tidak sekedar mewakili makanan dan minuman, tetapi juga hotel, fasilitas, dan pelayanan sesuai dengan syariat Islam.

Sedangkan *Global Muslim Travel Index* sebagai lembaga yang berfokus pada pengembangan wisata halal dunia menjelaskan bahwa wisata halal adalah pariwisata yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dengan tujuan memberikan fasilitas dan layanan yang ramah terhadap wisatawan Muslim. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam wisata halal, yaitu: terpenuhinya layanan ibadah seperti fasilitas shalat; lalu tersedianya makanan dan jaminan dengan label halal, fasilitas umum yang memadai seperti toilet dengan air bersih, layanan maupun fasilitas saat bulan Ramadhan, serta tidak adanya aktivitas minuman beralkohol dan layanan *private* yang dapat membedakan antara perempuan dan laki-laki (GMTI, 2017).

Dilihat dari beberapa definisi yang dijelaskan dari beberapa literatur di atas, bahwa yang dimaksud dengan wisata halal (*halal tourism*) adalah seperangkat layanan tambahan amenities, atraksi, aksesibilitas yang ditunjuk dan diberikan, untuk memenuhi pengalaman atau pengetahuan bagi

wisatawan yang melaksanakan perjalanan sesuai dengan prinsip, kaedah dan konsep Islam serta yang ramah terhadap wisatawan Muslim. Seperti hotel ramah Muslim, makanan halal, aplikasi telepon ramah Muslim, pelabuhan udara ramah Muslim, liburan halal, situs web pariwisata halal, fasilitas dan layanan kesehatan halal, pesiar halal dan pakaian renang halal (Battour, 2018).

Konsep wisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restoran, hingga aktifitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman (Suherlan, 2015).

Konsep wisata halal dapat juga diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah disaat wisatawan Muslim dapat berwisata serta mengagungi hasil penciptaan Allah SWT (tafakur alam) dengan tetap menjalankan kewajiban shalat wajib sebanyak lima kali dalam satu sehari semalam dan semua ini terfasilitasi dengan baik serta menjauhi segala yang dilarang oleh-Nya.

Selain itu, pemilihan destinasi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam juga menjadi pertimbangan utama didalam mengaplikasikan konsep wisata halal, setiap destinasi wisata yang akan dituju haruslah sesuai dengan nilai-nilai keislaman seperti memiliki fasilitas ibadah masjid maupun mushola yang

memadai, tidak adanya tempat kegiatan hiburan malam serta prostitusi dan juga masyarakatnya mendukung dalam mengimplementasi nilai-nilai syari'ah Islam seperti tidak adanya perjudian, sabung ayam maupun ritual-ritual yang bertentangan dengan ajaran Islam. Satu hal yang harus dipahami bahwasanya wisata halal ini tidak harus merupakan wisata religi yang umum berlaku saat ini (Kovjanic, 2017).

## **B. Dasar Pelaksanaan Pariwisata Halal**

Pariwisata halal telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata Halal merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata Halal merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah, (Lina Munirah dan Hairul Nizam, 2012).

Pada awal abad ke-21, banyak negara Arab mengembangkan industri pariwisata mereka untuk mendefenisikasi ekonomi mereka. Hal ini sangat penting bagi negara Timur Tengah bagi stabilitas global berasal dari cadangan minyaknya yang sangat besar dan statusnya sebagai pusat kebudayaan Muslim (Kovjanic, 2017).

Wisata halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat Islam sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru di dalam industri pariwisata tentunya wisata syari'ah memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai keislaman yang disematkan dalam kegiatan pariwisata.

Wisatawan Muslim merupakan jumlah wisatawan terbesar di Indonesia yang notabene merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, konsep wisata halal merupakan jawaban akan besarnya *untapped market* yang belum tersentuh dengan maksimal. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia maka Indonesia merupakan pasar industri wisata halal terbesar di dunia dan sudah seharusnya hal ini disadari oleh pelaku bisnis pariwisata di Indonesia, dikarenakan pengembangan wisata halal yang berkelanjutan akan dapat memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pelaku yang terlibat didalamnya.

Sebagaimana kita ketahui bahwa ekonomi dalam sistematika ajaran Islam masuk ke dalam kajian *muamalah* yang membicarakan hubungan antara manusia dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Termasuk didalamnya industri wisata sebagai salah satu aktivitas sektor riil yang turut menentukan kemajuan ekonomi sebuah negara. Industri pariwisata halal yang pada dasarnya berpijak pada prinsip-prinsip syari'ah, para pemangku kepentingan yang terlibat di dalamnya, agar tidak terjebak kepada kepentingan yang justru bertentangan dengan misi suci yang tersirat dalam makna halal dalam arti luas.

Wisata halal dapat diartikan sebagai proses penggabungan nilai-nilai keislaman ke dalam seluruh aspek kegiatan wisata. Menurut Said Quthub (2001), anjuran dan hikmah wisata ziarah: dengan cara ini mereka akan terdorong untuk mendalami kehidupan para manusia suci dan selalu berusaha untuk mencapai tingkat manusia yang sempurna atau *insan kamil*.

Sebagaimana kebiasaan suku Quraisy, mereka melakukan perjalanan bisnis ke berbagai negara pada Musim dingin ke negeri Yaman dan musim panas ke negeri Syam sehingga Allah SWT mengabadikan mereka dalam surat Quraisy (106): 1-4. Begitu juga perhatian Rasulullah SAW terhadap para sahabat dalam menambah wawasan keilmuan sebagai peniar ilmu dan penyebar dakwah, mengutus para sahabat ke negeri-negeri sekitar jazirah arab dan benua lainnya. Seperti mengutus Muaz Bin Jabal ke Yaman. Pada masa Khalifah Umar bin Khattab diutuslah Amru Bin Ash untuk menyebarkan Islam di Mesir.

Dalam Al-Quran, Allah SWT mengisyaratkan para umatnya untuk melakukan perjalanan atau *travelling*, hal ini bertujuan agar umatnya selalu senantiasa bersyukur atas limpahan rezeki di bumi. Ada banyak dalil Al-Qur'an maupun sunnah Nabi berkaitan dengan pariwisata. Berikut dalil normatif dalam Islam tentang pariwisata Allah SWT berfirman:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

»

*Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu." (QS. Al-An'am : 11)*

Melakukan perjalanan di muka bumi ini merupakan sesuatu yang sangat penting dengan tujuan mendapat hikmah Allah SWT dari perjalanan tersebut. Sebagai mana tersebut pada surat An-Naml 69:

وَمَا عَلَى الَّذِينَ يَتَّقُونَ مِنْ حِسَابِهِمْ مِنْ شَيْءٍ وَلَكِنْ ذِكْرًا  
لَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ

“Orang-orang yang bertakwa tidak ada tanggung jawab sedikit pun atas (dosa-dosa) mereka, tetapi (berkewajiban memberi) peringatan agar mereka (juga) bertakwa,” (QS. An-Naml. 69).

Pada ayat pertama, Allah mengajurkan manusia melakukan perjalanan di muka bumi ini guna menemukan jawaban dan bukti bahwa orang-orang yang mendustkan kebenaran Allah ditimpa azab yang pedih. Pada ayat berikutnya Allah menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan guna menemukan jawaban dan bukti bahwa hidup orang-orang yang berdosa berakhir dengan malang. Artinya berwisata memiliki tujuan spiritual yakni untuk meningkatkan keimanan kepada Allah dan mengakui kebesarannya. Tidak hanya mencari hikmah kehidupan, berwisata dianjurkan oleh Islam dengan tujuan mengagumi keindahan alam, supaya jiwa menjadi tenang. Wisata dalam Islam adalah sebuah *safar* atau *traveling* untuk merenungi keindahan alam dalam menguatkan keimanan kewajiban hidup, (Heri Sucipto, 2014).

Pelaksanaan pariwisata halal juga diatur dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal di Indonesia, sebagaimana tertuang dalam klausa menimbang. Oleh karena undang-undang ini bersifat umum, maka tentu saja berlaku pula untuk industri pariwisata halal, yang harus steril dari segala hal yang haram berdasarkan syari'ah.

Adapun relevansi undang-undang tersebut dengan wisata halal, antara lain adalah karena menyentuh berbagai kebutuhan wisatawan (Muslim) seperti tempat penginapan, restoran, kolam renang, spa dan faktor pendukung lainnya. Selama di hotel, mereka dijamu makanan dan minuman sesuai fasilitas yang disediakan, kesemuanya harus dijamin kehalalannya, (Djakfar, 2017).

Dalam persepektif Undang-undang Republik Indonesia nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, hak dan kewajiban wisatawan selaku konsumen di atur pada pasal 4 tentang hak yang dapat diperoleh dan pasal 5 tentang kewajiban yang harus ditunaikan.

Secara umum dalam pasal 4, konsumen berhak mendapat kenyamanan, keamanan dan keselamatan (huruf a) selain juga mendapatkan informasi tentang jasa yang ditawarkan secara benar, jelas dan jujur (c). Sedangkan kewajiban yang wajib diindahkan (pasal 5) antara lain wisatawan wajib mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan dirinya.

Usaha Pariwisata halal merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kegiatan. Pariwisata dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Usaha wisata halal sudah dikukuhkan dengan adanya nota kesepahaman antara Kemenparekraf dengan DSN-MUI No. 11/KS. 001/W.PEK/2012 dan No. B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Halal. Landasan hukum tentang wisata halal antara lain:

1. UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Menjelaskan bahwa pembangunan Pariwisata disusun berdasarkan rencana induk pengembangan Pariwisata Nasional. Usaha Pariwisata harus memiliki Standar Usaha. Tenaga Kerja di Bidang Pariwisata harus memiliki Standar Kompetensi.
2. PP No 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembanagan Pariwisata Nasional mencakup Kelembagaan, Pemasaran, Industri Pariwisata, dan Destinasi Pariwisata Indonesia.
3. PP No 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata.
4. Permen Parekras No. 1 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata.
5. Permen Parekras No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan dan Sertifikasi Usaha Hotel Syariah.
6. Fatwa DSN-MUI No: 108/DSN-MUI/X.2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syari'ah.
7. Peraturan Menteri Pariwisata telah mengatur tentang pelaksanaan pariwisata syari'ah dalam undang-undang pasal 6 ayat 1 Nomor: 1 tahun 2016 mengatakan bahwa segala pelaksanaan yang berkaitan dengan usaha pariwisata halal harus memiliki sertifikat halal yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.

Menciptakan bentuk pariwisata yang Islami pada prinsipnya harus ada kesesuaian praktek-praktek pariwisata dengan aturan-aturan ajaran Islam. Sektor pariwisata sebagai sebuah *mu'amalah* pada dasarnya dibolehkan sepanjang tidak

ada praktek-praktek yang terlarang didalamnya. Dalam kaedah fiqh disebutkan:

لَأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

"*Hukum asal dari aktivitas (yang bersifat) mu'amalah adalah mubah (boleh) sampai ada dalil yang mengharamkannya*"

Sebagai sebuah *mu'amalah* yang *mubah* (dibolehkan) maka sektor pariwisata sangat terbuka untuk dikembangkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ajaran Islam sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya. Sehingga diharapkan pariwisata dapat menjadi media menumbuhkan kesadaran, keimanan dan ketaqwaan serta mencapai nilai-nilai kehidupan yang luhur dan tinggi.

Selain itu, menurut (Subarkah, 2018) bahwa persyaratan pariwisata halal harus memenuhi dua indikator pertama persyaratan sertifikat halal untuk produk dan kedua jasa wisata serta penekanan keterlibatan masyarakat dalam aspek sadar wisata sebagai pelaku utama diplomasi publik. Pengelolaan pariwisata dalam konteks dunia modern pada hari ini kiranya dapat memadukan atau mengkombinasikan antara penerapan manajemen modern dengan prinsip-prinsip ajaran Islam dengan batasan-batasan:

1. Tujuannya diarahkan untuk memperkokoh iman dan memupuk akhlak.
2. Penyelenggaraannya tidak mempraktekkan sesuatu yang bertentangan dengan nilai-nilai agama dan moral.
3. Objek yang disuguhkan adalah kekayaan alam atau budaya yang mubah dan halal untuk diperlihatkan.

4. Sarana dan prasarana pariwisata dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah.
5. Pengelolaan objek-objek wisata seharusnya tidak merubah apalagi merusak fungsi-fungsi alam dan ekosistem yang ada.

Oleh karena itu, menjadikan pariwisata sebagai sebuah usaha peningkatan ekonomi masyarakat atau sebagai salah satu penyumbang bagi pendapatan asli daerah diperbolehkan oleh Islam selama tidak melanggar batas halal-haram, maka semua komponen mulai dari pihak pemerintah hingga lapisan masyarakat mesti memahami etika berwisata yang antara lain meliputi:

1. Aktifitas bisnis (*muamalah madhiyah*) dalam mengelola objek pariwisata tidak dibenarkan menjalankan bisnis, objek wisata yang terdapat unsur judi (*maisir*), riba dan *gharar* dan bisnis yang dilarang lainnya.
2. Menyediakan fasilitas publik, sehingga kenyamanan wisatawan terjamin sedemikian rupa. Dengan demikian wisatawan tidak merasa takut dan khawatir meninggalkan kewajiban seperti sholat atau merasa takut terpaksa melanggar larangan seperti makanan yang tidak jelas haram-halalnya.
3. Objek wisata yang ditawarkan adalah objek yang boleh dan layak untuk disaksikan.
4. Pengelolannya dikaitkan dengan kepentingan dakwah seperti peringatan atau himbauan yang religius pada tempat-tempat tertentu atau membuat brosur-brosur yang berisi penjelasan yang bernuansa agama.

Di samping itu, tentu juga harus dipertimbangkan antara kemaslahatan atau manfaat dan *mafsadat* (keburukan), di mana menghindari keburukan jauh lebih baik dari pada mengambil kebaikan. Dalam kaedah ushul fiqh disebutkan:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

"Menghindari (timbulnya) keburukan (harus) diutamakan dari mengambil kebaikan".

Sehubungan dengan itu, mengambil yang terbaik dari pada yang baik harus pula diutamakan. Dalam kaitan ini, maka bila pengelolaan sebuah dunia pariwisata membawa kepada kemanfaatan maka pandangan Islam adalah positif. Akan tetapi apabila sebaliknya yang terjadi, maka pandangan Islam niscaya akan negatif terhadap kegiatan wisata. Di dalam hal ini berlaku kaidah menghindari keburukan (*mafsadat*) lebih utama dari pada mengambil kebaikan (*maslahat*).

Oleh karena itu, pandangan Islam akan positif kalau dunia kepariwisataan itu dijalankan dengan cara yang baik untuk mencapai tujuan yang baik. Islam akan berpandangan negatif terhadap wisata walaupun tujuan baik untuk menyenangkan manusia dan masyarakat tetapi dilakukan dengan cara-cara yang menyimpang dari kemauan syariat, maka hal itu ditolak. Sebab dalam Islam sesuatu dinilai baik (sesuai dengan prinsip Islam) apabila:

1. Mengikuti atau sesuai dengan apa yang diatur oleh Al-Qur'an dan Sunnah.
2. Sesuatu atau perbuatan yang secara tekstual tidak diatur oleh Al-Qur'an dan Sunnah, tetapi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ajaran Islam.

### C. Tujuan Pariwisata Halal

Pariwisata halal merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syari'ah ke dalam kegiatan-kegiatan pariwisata dengan menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan ketentuan syari'ah. Dengan tujuan untuk mendapatkan yang terbaik adalah saran parsial dan lebih tepat pada aspek *ubudiyah* dan universal yang mencapai tujuan syari'ah yang rahmatan *lil 'alamin*, (Mujib, 2016).

Islam datang untuk meninggikan pemahaman wisata dengan mengaitkannya dengan tujuan-tujuan yang mulia, di antaranya:

1. Mengaitkan wisata dengan ibadah, sehingga mengharuskan adanya safar atau wisata untuk menunaikan salah satu rukun dalam agama yaitu haji dan umrah pada bulan-bulan tertentu. “*Sesungguhnya wisatanya umatku adalah berjihad di jalan Allah.*” (HR. Abu Daud, 2486, dinyatakan hasan oleh Al-Albany dalam Shahih Abu Daud dan dikuatkan sanadnya oleh Al-Iraqi dalam kitab Takhrij Ihya Ulumuddin, no. 2641). Perhatikanlah bagaimana Nabi Sallallahu Alaihi wa Sallam mengaitkan wisata yang dianjurkan dengan tujuan yang agung dan mulia.
2. Wisata dikaitkan dengan ilmu dan pengetahuan. Pada permulaan Islam, telah ada perjalanan sangat agung dengan tujuan mencari ilmu dan menyebarkannya. Sampai Al-Khatib Al-Bagdadi menulis kitab yang terkenal, ‘*Ar-Rihlah Fi Thalabil Hadits*’, didalamnya beliau mengumpulkan kisah orang yang melakukan

perjalanan hanya untuk mendapatkan dan mencari satu hadits saja.

Wisata berkaitan dengan konsep pengetahuan, karena hal ini terkait dengan perjalanan di awal Islam dengan tujuan mendapatkan dan menyebarkan pengetahuan sesuai dengan firman Allah di dalam surah At-Taubah ayat 112:

التَّائِبُونَ الْعَبِيدُونَ الْحَمِيدُونَ السَّابِحُونَ الرُّكِعُونَ  
السُّجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَالْحَفِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

*Artinya: "Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat Munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu".*

3. Wisata dalam rangka mengambil pelajaran dan peringatan. Dalam Al-Qur'an terdapat perintah untuk berjalan di muka bumi di beberapa tempat (al-An'am:11 dan al-Naml: 69). Al-Qasimi rahimahullah berkata; "Mereka berjalan dan pergi ke beberapa tempat untuk melihat berbagai peninggalan sebagai nasehat, pelajaran dan manfaat lainnya." (Mahasinu At-Ta'wil, 16/225).
4. Wisata dalam rangka berdakwah kepada Allah Ta'ala seperti yang dilakukan oleh para Nabi dan Rasul yang telah menyebar ke ujung dunia untuk mengajarkan kebaikan kepada manusia, mengajak mereka kepada kalimat yang benar.

5. *Safar* atau wisata untuk merenungi keindahan ciptaan Allah Ta'ala, menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup sebagaimana disebutkan Allah dalam surat Al-Ankabut: 20

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ  
اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْأَخْرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ  
قَدِيرٌ ۝

*Artinya: Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, Maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu".*

Ketika Allah menyebut “Berjalanlah di muka bumi”, ini bermakna Allah mengingatkan kita kepada alam ini, sehingga ada wisata alam. Banyak hal di alam ini yang dapat dijadikan objek wisata, karena Allah menciptakan alam ini dengan kekhasan yang berbeda-beda.

Dalam Islam, pariwisata atau kegiatan wisata memiliki fungsi sesuai dengan ayat-ayat Al-Qur'an antara lain sebagai berikut:

1. Wisata sebagai ajang mempertebal iman; dengan memperhatikan alam semesta, menambah keyakinan

bahwa alam semesta dan seluruh isi-Nya adalah ciptaan Allah SWT. Al-Qur'an Surat Al Anam ayat 11-12

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ  
الْمُكَذِّبِينَ. قُلْ لِمَنْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ قُلْ لِلَّهِ  
كُتِبَ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةُ لِيَجْمَعَنَّكُمْ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ لَا  
رَيْبَ فِيهِ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنفُسَهُمْ فَهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ

*Artinya: Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu." Katakanlah: "Kepunyaan siapakah apa yang ada di langit dan di bumi." Katakanlah: "Kepunyaan Allah." Dia telah menetapkan atas Diri-Nya kasih sayang. Dia sungguh akan menghimpun kamu pada hari kiamat yang tidak ada keraguan padanya. orang-orang yang meragukan dirinya mereka itu tidak beriman".*

Kegiatan pariwisata adalah kegiatan yang ditujukan kepada manusia untuk memperhatikan lingkungan sekitar, orang-orang yang ada disekitar kita dalam hal kebiasaan untuk memperhatikan segala sesuatu semata-mata untuk menambah keimanan kita kepada Allah SWT. Kemudian pada ayat ke 12 kita diperintahkan untuk meyakini setiap yang ada dilangit maupun di bumi adalah milik Allah sebagai bentuk kasih sayang-NYA pada hambanya. Dengan demikian berergian dimuka bumi berfungsi sebagai ajang untuk mempertebal iman

2. Wisata sebagai motivasi untuk meningkatkan zikir dan tafakkur; sebagai seorang muslim yang hendaklah kita berzikir ketika kita melihat keindahan alam semesta yang merupakan ciptaan Allah yang menciptakan langit dan bumi serta siang dan malam. Serta meningkatkan tafakkur, tafakkur di sini ialah menganalisis segala yang dilihat dan di dapatkan sambil mencari jalan bagaimana memanfaatkan alam semesta ini dan menggunakannya dengan bijak dan tidak menyalah-nyalakan ciptaan Allah. Al-Qur'an Surat Al-Imran ayat 191

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ  
وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ  
هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

*“Orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): “Ya Tuhan Kami, Tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha suci Engkau, Maka peliharalah Kami dari siksa neraka”.*

Menurut ayat ini, orang beriman setelah mentafakkuri alam semesta langsung berdzikir dan meyakini bahwa segala yang ada itu mengandung manfaat. Dengan demikian tatkala kita berwisata maka kita akan mentafakkuri ciptaan Allah SWT, mensyukurinya dan memanfaatkannya.

3. Wisata sebagai cara memperluas kegiatan ta'aruf: Allah SWT menciptakan manusia itu berbagai macam bentuk suku dan ras bangsa, dengan harapan agar manusia saling mengenal satu sama lain sehingga terjalin satu kesatuan 14 dalam menjalankan ibadah dan bersatu padu menegakkan kalimat Allah. Perbedaan ras ataupun suku bangsa tidak menggambarkan kemuliaan seorang, ketaqwaan seseorang lah yang memuliakan di sisi Allah SWT.

أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا  
وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَىٰكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
عَلِيمٌ حَبِيرٌ

*“Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.*

Dengan berwisata akan membuat kita bertemu dengan manusia yang beda suku dan ras dengan kita, hal ini akan membuat kita saling mengenal dan diharapkan terwujudnya kasih sayang dan meningkatkan ketaqwaan.

Dalam ajaran Islam telah diterangkan secara jelas tentang diperbolehkannya pariwisata ke berbagai tempat di seluruh dunia dengan maksud dan tujuan tertentu yang diantaranya (1) Ibadah, (2) menambah wawasan dan ilmu

pengetahuan, dan (3) menikmati indahnya alam yang indah sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup.

Melakukan perjalanan atau *rihlah* atau dengan istilah modernnya pariwisata tidak hanya sekedar memberikan peringatan dan mengingatkan jati diri manusia sebagai hamba Allah tetapi pariwisata juga punya keuntungan lain dibalik itu. Menurut (Syahriza, 2014) ada beberapa keuntungan yang didapat dengan menjalankan pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam yaitu:

### **1. Kesehatan Jasmani**

*Rihlah* bagi seorang muslim bukanlah berorientasi berhura-hura untuk menyenangkan hati belaka. Tetapi *rihlah* adalah salah satu kiat kita dalam menjaga kesehatan dan memelihara jasmani agar bisa menjadi seorang muslim yang kuat. Setelah badan kita segar, maka diharapkan kita dapat melanjutkan pekerjaan kita dengan kondisi yang lebih baik, sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan ihsan.

Di saat-saat *Rihlah*, kita bisa terbebas dari pekerjaan keseharian yang mungkin menimbulkan stres pada tubuh yang berakibat ketidak seimbangan hormon dan lebih jauh dapat melemahnya ketahanan tubuh. Maka dengan *rihlah* diharapkan kita bisa rileks dan mengendurkan ketegangan-ketegangan atau stres yang ada, sehingga keseimbangan hormon bisa kembali normal.

### **2. Keuntungan ekonomi**

Kegiatan pariwisata memberikan keuntungan terhadap sektor ekonomi secara umum, yakni dapat menjadi sumber devisa, sumber penghasilan masyarakat, pendapatan bagi pemerintah, tercipta lapangan kerja, pengaruh terhadap harga dan tarif, pengaruh pada distribusi keuntungan maupun manfaat, pengaruh terhadap pengelolaan maupun kepemilikan, dan tentunya dapat mempengaruhi pembangunan, Cohen (1984) dalam Aryunda (2011). Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi penghasilan terkait pariwisata, diantaranya tingkat konsumsi atau pengeluaran, jarak dari tempat wisata, masa kerja dan jumlah wisatawan yang berkunjung. (Hairey, 2013). Oleh karena itu keuntungan ekonomi yang dihasilkan oleh sektor pariwisata ini diukur dari pengeluaran oleh para pengunjung untuk keperluan akomodasi, konsumsi, perjalanan, dokumentasi dan keperluan lainnya. Dengan demikian ekonomi umat Islam akan berkembang melalui industri pariwisata ini.

### **3. Keuntungan Terhadap Lingkungan dan Hubungan Antar Pribadi**

*Rihlah* bersama rekan sejawat dan saudara kita sesama muslim pula akan meningkatkan hubungan silaturahmi. Apalagi jika dalam *rihlah* kita bisa saling bantu membantu untuk mempersiapkan keperluan *rihlah*, memasak bersama dan sebagainya, tentu akan lebih meningkatkan rasa kerja sama dan ukhuwah di antara kita.

### **4. Keuntungan Psikologi (*Ruhaniyah*)**

Keuntungan psikologi atau ruhiyah erat kaitannya dengan kesehatan tubuh. Dalam *rihlah* kita mengendurkan urat saraf

dan mengembalikan keseimbangan hormon, yang erat kaitannya dengan kondisi psikologis seseorang. Apalagi jika dalam *rihlah*, kita bisa sekalian bertafakur mengagumi kebesaran Allah dan kita temui banyak hal dan pengalaman baru yang menjadikan hati kita kaya dan bisa berbelas kasih pada orang-orang yang kekurangan, setelah kita disibukkan oleh berbagai kegiatan yang kadang mematikan hati kita sehari-hari.

Dalam Al-Quran banyak dijelaskan tujuan berwisata, diantara tujuan-tujuan tersebut adalah:

1. Mengetahui Sang Pencipta dan meningkatkan nilai spiritual
2. Berbisnis, membuka peluang usaha sebagai salah satu pemberdayaan potensi daerah.
3. Menambah wawasan keilmuan.
4. Mendapatkan ketenangan jiwa dan kebersihan hati.

Sementara menurut amanat Undang-Undang yang mengatur tentang kepariwisataan, yaitu UU No.10 Tahun 2009, Pasal 4, pengembangan pariwisata harus mampu mendukung terwujudnya tujuan dari kepariwisataan secara utuh, adapun tujuan pariwisata adalah:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi,
2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
3. Menghapus kemiskinan
4. Mengatasi pengangguran,
5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya,
6. Memajukan kebudayaan,
7. Mengangkat citra bangsa
8. Memupuk rasa cinta tanah air,

9. Memperkukuh jadi diri dan kesatuan bangsa
10. Mempererat persahabatan antar bangsa.

Untuk mencapai tujuan pariwisata sebagaimana diamankan dalam undang-undang kepariwisataan tersebut, kebijakan pengembangan pariwisata harus dilakukan melalui pendekatan sistem yang utuh, terpadu, dan partisipatoris dengan menggunakan kriteria ekonomi, teknis, sosial budaya, hemat energi, melestarikan alam, dan tidak merusak lingkungan.

#### **D. Karakteristik Pariwisata Halal**

Pariwisata halal adalah industri pariwisata yang telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, meskipun ekonomi dunia melambat. Di Indonesia, pariwisata halal telah lama tumbuh dalam bentuk ziarah yang dilakukan oleh orang-orang dengan motivasi keagamaan. Seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, maka jenis pariwisata ini mengalami metamorfosis yang membutuhkan perubahan modern mulai dari tempat wisata, hotel, hingga pemasaran. Dengan pendekatan fenomenologis, penelitian ini menyimpulkan bahwa pariwisata halal telah menjadi bagian dari industri pariwisata nasional untuk memposisikan Indonesia sebagai pusat pariwisata halal di dunia pada masa depan, (Jaelani, 2017).

Indonesia dalam mengembangkan pembangunan wisata halal sering mengadopsi dari kriteria *Global Muslim Travel Index* sebagai acuan. Untuk itu dibentuk suatu badan dibawah naungan Kementerian Pariwisata Reublik Indonesia yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab dalam mengatur pariwisata di Indonesia, badan khusus itu yaitu Tim

Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal (TP3H) suatu tim yang diberi kewenangan dalam membantu pemerintah memetakan, mengembangkan dan memberikan pedoman daerah yang memiliki potensi untuk mengembangkan wisata halal.

Menurut Widhasti dan Christy Damayanti, (2017) ada tiga kriteria umum dalam mengembangkan wisata halal. Hal ini dapat dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kriteria Umum Pariwisata Halal**

Kategori	Indikator
<b>Destinasi Pariwisata (Alam, Budaya, Buatan)</b>	Tersedia Pilihan aktivitas wisata, seni, dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi dan kemusyrikan
	Bila memungkinkan penyelenggaraan minimal satu festival <i>halal life style</i>
	Pariwisata berpakaian dan berpenampilan sopan
	Tersedia pilihan daya tarik wisata pantai dan pemandian yang terpisah untuk pria dan wanita dan / atau mempunyai aturan pegunjung berpakaian minim
<b>Hotel</b>	Tersedia makanan halal
	Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah, seperti masjid, Mushala dan fasilitas bersuci

Kategori	Indikator
	Tersedia pelayanan saat bulan Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur dan buka puasa
	Tidak adanya aktivitas non halal seperti perjudian, minuman beralkohol dan kegiatan diskotik
	Tersedia fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugaran/gym yang terpisah antara pria dan wanita
	Bila hotel menyediakan fasilitas spa, maka terapis pria untuk pelanggan pria dan terapis wanita untuk pelanggan wanita, terapi tidak menggunakan bahan yang mengandung babi, alkohol maupun produk turunannya
<b>Biro Perjalanan</b>	Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata halal
	Tidak menawarkan aktivitas non halal
	Memiliki daftar usaha menyediakan makanan dan minuman halal
	Pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syari'ah dalam menjalankan tugas
	Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan etika Islam

Sumber: Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal  
(Garit Bira Wudhatsi, et.All. 2017: 8)

Pariwisata halal dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata halal adalah sama dengan jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika Islam. Sementara itu Sofyan (2012) mengungkapkann, kriteria umum pariwisata halal yaitu memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, menghindari kemusyrikan, bebas dari maksiat, menjaga keamanan dan kenyamanan, menjaga kelestarian lingkungan dan menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Disi lain, kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dan BPH DSN-MUI mengungkapkan karakteristik pariwisata syaria'h secara umum yaitu berorientasi kepada kemaslahatan umum, berorientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, menghindari kemusyrikan, menghidari kemaksiatan seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi, menjaga perilaku etika nilai luhur kemanusiaan seperti menghindari perilaku hedonis dan asusila, menjaga amanah keamanan dan kenyamanan, bersifat universal dan inklusif, dan menjaga kelestarian lingkungan.

Wisata halal memiliki nilai pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan daya saing industri wisata dan jumlah wisatawan. Wisata halal identik dengan konsep wisata Islam. Wisata Islam didefinisikan sebagai bentuk pariwisata yang didasarkan pada konsep Islam, melibatkan keyakinan

masyarakat muslim yang tertarik untuk menjaga kebiasaan agama mereka masing-masing melalui perjalanan, (Hall & Prayag, 2019) dalam (Elfa Herman, 2019).

Sementara itu, Chookaew et al (2014) mengungkapkan terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata halal dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan, hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu:

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip Muslim secara keseluruhan.
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Restoran harus mengikuti standar Internasional pelayanan halal;
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;
7. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan Muslim melakukan kegiatan keagamaan; dan bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan oleh Chookaew (2015), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata halal, diantaranya:

1. Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan

- kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
2. Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan (Utomo, 2014 Utomo dalam Chookaew 2015).
  - c. Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat 3. 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 (Moira, 2012 dalam Chookaew, 2015).
  - d. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah (Utomo dalam Chookaew, 2015). Menurut Rosenberg (dalam Sahida, 2009), pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

Konsep wisata halal dipahami sebagai nilai-nilai ajaran Islam yang diimplimentasikan sebagai landasan dalam melakukan perjalanan wisata tanpa mendiskriminasikan wisatawan muslim dan non muslim. Wisata halal ini dijadikan sebagai *soft power* untuk menarik kunjungan wisata muslim.

Sementara menurut Battour (2018), wisatawan halal diidentifikasi saat bepergian adalah pariwisata halal secara positif mempengaruhi kualitas dan nilai perjalanan.

Orisinalitas/nilai hasil mengidentifikasi produk dan layanan hotel ramah Muslim, makanan halal, aplikasi telepon ramah Muslim, pelabuhan udara ramah Muslim, liburan halal, situs web pariwisata halal, fasilitas dan layanan kesehatan halal, pesiar halal dan pakaian renang halal. Sedangkan Pariwisata halal dapat diringkas oleh objek atau tindakan apa pun yang diizinkan untuk digunakan atau terlibat dalam industri pariwisata, menurut ajaran Islam. Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan dan pemasaran tujuan wisata halal harus dibimbing oleh adopsi ajaran Islam dan prinsip-prinsip dalam semua aspek kegiatan pariwisata, (Battour dan Ismail, 2016).

Melihat wisata halal adalah setiap objek dan perilaku wisata yang melibatkan orang muslim dengan menggunakan ajaran Islam sebagai pedoman, dimana perjalanan wisata memiliki pelayanan sesuai dengan syari'at Islam, juga sebagai wisata pilihan bagi wisatawan muslim untuk menghindari wisata konvensional yang biasanya menyediakan minuman beralkohol, makanan dengan unsur babi dan tempat wisata yang tidak memisahkan antara pria dan wanita.

Dapat diambil kesimpulan istilah wisata halal yaitu wisata yang ingin memberikan layanan dan fasilitas kepada wisatawan Muslim juga dapat dinikmati oleh wisatawan non muslim. Setidaknya ada tiga kebutuhan dasar dalam memenuhi wisata Muslim yaitu fasilitas dan layanan ibadah yang memadai, tempat tinggal yang ramah terhadap wisatawan Muslim (hotel syari'ah), makanan dan minuman dengan jaminan halal melalui sertifikasi badan tertentu yang memiliki kewenangan untuk melakukan itu, serta destinasi wisata seperti wisata alam, budaya, wisata buatan yang dilengkapi dengan

fasilitas atau infrastruktur untuk ibadah, seperti adanya masjid atau *musholla* di sekitar tempat wisata.

Untuk mencapai tujuan di atas, maka pengelolaan pariwisata yang Islami perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Nilai-nilai luhur agama menjadi amat penting sebagai motivator dan sumber nilai ideal dalam pengembangan kepariwisataan. Tentu saja diperlukan suatu pendekatan persuasif, interaktif, komunikatif dan produktif antara pelaku dunia wisata seperti Dinas Pariwisata dan pemimpin formal dan informal di tingkat paling strategis. Termasuk ke dalamnya semua warga masyarakat harus digesa untuk memahami kepariwisataan yang ideal. Lebih-lebih lagi di dalam Islam, semua aktifitas yang baik dan mengandung nilai-nilai positif serta dilaksanakan dengan cara yang baik, selalu bernilai ibadah. Yang diperlukan bagi para ulama dan tokoh masyarakat adalah suatu pemahaman bahwa dunia wisata adalah bagian dari kebutuhan jasmani dan rohani manusia yang terbimbing ke arah yang baik dan benar, terjauh dari yang berbau maksiat. Simbol-simbol kepariwisataan diantaranya dibolehkannya atau bahkan dibiasakannya petugas hotel dan wisata memakai busana muslim dan muslimah, tentu saja akan membuat warga, umat Islam umumnya dan masyarakat sekitar pada khususnya, terjauh dari prasangka buruk. Dunia perhotelan haruslah dijauhi dari hal-hal yang bertentangan dengan nilai dan budaya Islami. Selanjutnya diperlukan pengaturan tamu hotel yang harus benar-benar dijauhkan dari penggunaan obat

terlarang dan sejalan dengan pencegahan praktek-praktek pergaulan bebas lintas kelamin yang tidak sah. Ini semua secara implisit merupakan bentuk ideal kemaslahatan yang menunjang kepariwisataan. Begitu pula pertunjukan yang disajikan seniman atau pelaku seni pada dunia wisata ditampilkan dalam batas-batas kewajaran dengan memperhatikan nilai adat dan agama.

2. Nilai-nilai ideal Islam tentang disiplin, kebersihan, kesantunan, kesabaran, keikhlasan dapat pula hendaknya menjadi rujukan bagi masyarakat pelaku dunia wisata dan masyarakat pada umumnya. Sejalan dengan itu komponen umat yang senantiasa terjun ke masyarakat seperti *da'i* atau *mubaligh* dan *muballighah*, jama'ah pengajian, majelis ta'lim dan lainnya dapat diberdayakan pula untuk mengajak masyarakat luas menggunakan fasilitas wisata seperti toilet umum, fasilitas umum dan objek wisata sebagai sesuatu yang mesti dipelihara kerapian, kebersihan dan kenyamanannya secara bersama-sama dan untuk kemaslahatan (kebaikan) bersama.
3. Para pekerja sektor wisata seperti sopir angkutan wisata, interpretor, pemandu wisata, *travel agent*, *tour leader* (pimpinan perjalanan) dan pramuwisata lainnya pada dasarnya merupakan representasi pencerminan apakah agama berperanan terhadap pengembangan wisata yang ideal. Apabila mereka menjalankan tugasnya secara baik, etis atau berakhlakul karimah, dan bagi yang beragama (Islam) menjalankan ibadahnya serta menyediakan waktu pula bagi peserta wisata

menjalankan ibadah mereka, maka otomatis mereka bekerja sambil beribadah.

4. Objek wisata yang memberikan dampak nilai-nilai spiritual yang biasa disebut wisata ziarah atau wisata budaya diharapkan semakin diperkaya di samping objek lainnya. Begitu pula item-item dan pajangan bernilai sejarah, kultural dan bernuansa religi yang terdapat di museum, galeri dan sebagainya seyogyanya diperkaya dengan hasil karya dan produk serta peninggalan yang menunjukkan jati diri bahwa artifak bernuansa agama juga tertampilkan dalam visualisasi yang memadai.
5. Fasilitas, perlengkapan, peralatan, akomodasi dan konsumsi. Pada setiap tempat objek wisata hendaknya disamping dilengkapi dengan toko souvenir, toilet dan sebagainya, seharusnya disediakan tempat shalat atau tempat ibadah serta ketersediaan air untuk berwudhuk yang bersih dan memadai. Penyediaan ruangan ibadah, sajadah, kitab suci Al-Qur'an di laci meja atau fasilitas ibadah di dalam kamar atau di ruangan lain seperti *mushalla* dan masjid di dalam kompleks perhotelan, amatlah penting dan komplementer. Lebih dari itu, makanan dan minuman yang disajikan terutama untuk wisatawan lokal dan domestik, harus dijamin kehalalannya

## **E. Unsur-Unsur Pokok Pengembangan Pariwisata Halal**

Menurut Cooper, Fletcher, Gilberth, Shepherd and Wanhill (1998) bahwa kerangka pengembangan destinasi

pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut yaitu:

1. Objek dan daya tarik (*Attractions*) yang mencakup: daya tarik yang berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan/artificial, seperti event atau yang sering disebut minat khusus.
2. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang lain. Aksesibilitas sangat berperan penting, untuk menjangkau suatu obyek wisata diperlukan suatu sistem transportasi yang dapat mendukung keberadaan suatu objek dan daya tarik wisata tersebut dan juga memberikan kemudahan bagi para wisatawan yang hendak mengunjungi objek wisata tersebut (Damanik dan Weber, 2006:11).
3. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan, detail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, bis perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
4. Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.
5. Kelembagaan (*Institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

## F. Perbedaan Wisata Halal Dengan Wisata Lainnya

Pariwisata dan kepariwisataan menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, tentang Kepariwisataaan. Juga telah dijelaskan definisi mengenai pariwisata halal. Titik perbedaannya terletak pada motivasi atau dalam Islam dikenal dengan niat wisatawannya. Jika niatnya adalah untuk meningkatkan keimanan, mendekatkan diri kepada Allah, mengagungkan-Nya, dan memetik pelajaran dari perjalanan yang ada, maka pariwisata tersebut dapat digolongkan kepada pariwisata halal. Adapun sebaliknya, jika kegiatan wisata hanya untuk bersenang senang tanpa ada motivasi mendekatkan diri dan beribadah kepada-Nya, maka pariwisata tersebut tidak dapat digolongkan kepada pariwisata halal.

Untuk lebih jelasnya perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata lainnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

No	Objek Perbandingan	Pariwisata Konvensional	Pariwisata Religi	Pariwisata Halal
1	Objek	Alam, Budaya dan Heritage	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritulitas	Meningkatkan spirit religuitas dengan cara menghibur

3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Sematamata mencari ketentraman batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	<i>Guide</i>	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan teradap objek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan spirit religiusitas wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia

5	Fasilitas Ibadah	Sekadar pelengkap	Sekadar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi dengan Masyarakat di Lingkungan Objek Wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer, semata-mata mengejar keuntungan	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip-prinsip syariah
8	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperhatikan waktu

Terlihat jelas sekali perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata lainnya. Pariwisata halal lebih menekankan kepada pelaksanaan dan pemenuhan unsur syariah dari setiap kegiatan atau aktivitas wisata. Unsur-unsur yang dilarang dalam Islam sangat tidak ditolerir dalam pariwisata halal. Di sinilah sebenarnya letak keunggulan pariwisata halal yang tidak dimiliki oleh jenis pariwisata-pariwisata lainnya.

Panduan umum dan kriteria halal bagi wisatawan dan industri usaha produk atau jasa pariwisata seperti akomodasi, usaha penyedia makanan dan minuman, biro perjalanan wisata,

jasa pramuwisata dan transaksi wisata mengaktualisasikan nilai-nilai ke-Islaman pada produk, pelayanan dan pengelolaannya sesuai dengan ketentuan agama Islam. Meskipun begitu, segala bentuk produk dan jasa pariwisata yang berkriteria halal adalah bersifat universal sehingga dapat diimplementasikan dan dinikmati oleh semua kalangan. Karena pada prinsipnya segala sesuatu yang halal sudah pasti memperhatikan aspek-aspek seperti kesehatan, keamanan, kebaikan, keselamatan, dan keadilan yang seluruhnya merupakan bagian dari kebutuhan umat manusia. Potensi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan kelembagaan pariwisata seluruhnya sudah dalam kondisi yang baik dan siap untuk mendukung pengembangan destinasi wisata halal. Seperti potensi daya tarik wisata alam, budaya dan buatan manusia.

Aksesibilitas jalur darat, laut dan udara sudah sangat memadai dan mudah untuk diakses. Amenitas pariwisata seperti akomodasi, restaurant halal, sarana ibadah, sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana pusat perbelanjaan, sarana olahraga dan sarana penunjang lainnya sudah memiliki sistem yang saling bersinergi antara pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata dan masyarakat. Dalam pariwisata halal, syariat Islam selalu mengikat segala aktivitas dan kegiatan seorang wisatawan muslim. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pariwisata halal. Seperti makanan dan minuman halal, pemisahan antara laki-laki dan perempuan, ketersediaan tempat ibadah adanya mahram bagi wisatawan perempuan, kewajiban menutup aurat dan lain sebagainya.

## **BAB II**

### **OBJEK DAN FASILITAS WISATA HALAL**

#### **A. Objek Wisata Halal**

Pariwisata adalah perjalanan atau bepergian secara rekreasi atau untuk tujuan penelitian dan bukan untuk kepentingan mendapatkan uang, bekerja, atau menetap baru. Ajaran Islam mengatur apabila melakukan wisata agar sesuai dengan syariah yang menjunjung tinggi perlindungan agama, kehidupan, pikiran, dan lainnya (Battour, et al, 2010). Wisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim. Dapat didefinisikan bahwa wisata halal adalah objek atau aksi wisata yang memenuhi ketentuan syariat Islam untuk digunakan atau dilibatkan dalam industri pariwisata (Battour & Ismail, 2016).

Pengertian objek dan daya tarik wisata menurut Marpaung (2002:78) adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Objek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan travel motivation dan travel fashion,

karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya.

Menurut UU RI No 10 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 5 tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Secara umum objek wisata halal lebih kompleks dibandingkan dengan wisata konvensional dan wisata religi. Wisata religi objek utamanya adalah tempat ibadah dan peninggalan sejarah. Wisata syariah mampu merangkul semua daya tarik tersebut menjadi objek yang menarik wisatawan. Sehingga pariwisata halal lebih fleksibel dari segi objek daya tarik wisata. Wisata religi hanya berfokus pada wisata yang bertujuan untuk meningkatkan spiritualitas tanpa mempertimbangkan esensi hiburan, contohnya ziarah kubur.

Dilihat dari segi obyeknya, pariwisata dapat ditinjau dari beberapa jenis:

1. *Cultural Tourism*, wisata kebudayaan, seni dan pertunjukkan tradisional serta penampilan dan atraksi budaya pada umumnya, kunjungan ke lokasi peninggalan masa lalu.
2. *Recuperational Tourism*, jenis kepariwisataan penyegaran dan kesehatan, kepengunungan, dan daerah tertentu lainnya.
3. *Commercial Tourism*, yaitu kepariwisataan yang dikaitkan dengan kepentingan usaha dagang, kontak produsen dan

- konsumen, kontak dagang saling menguntungkan dan sebagainya.
4. *Sport Tourism*, wisata untuk menyaksikan event olahraga nasional dan internasional seperti PON, *Olympiade*, formula, *champion* dan lainnya.
  5. *Political Tourism*, perjalanan menyaksikan peristiwa-peristiwa tertentu diberbagai Negara seperti pemilu, pelantikan Presidenan Negara, Raja, Upaya Kenegaraan dan lain-lain
  6. *Advantural Tourism*, yaitu perjalanan pertualangan, hiking, jelajah laut, hutan, gunung, arung jeram dan lain-lain.
  7. *Sosial Tourism*, kunjungan wisata sambil memberikan bantuan pangan, pakaian dan obat-obatan ke suatu tempat atau masyarakat.
  8. *Religious Tourism*, yaitu perjalanan wisata bernuansa Keagamaan, termasuk umrah, haji dan seterusnya, (Suara Muhammadiyah, op.cit).

Menurut Mappi dalam Pradikta (2013:14) Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu:

1. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
2. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-ari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.

3. Objek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain lain.

Sedangkan menurut Spillane (1987:63), pengembangan obyek wisata harus mencakup lima unsur yang terpenting agar wisatawan dapat menikmati kunjungannya ke suatu objek wisata, antara lain adalah:

- 1) **Atraksi**

Merupakan apa yang menjadi inti dari suatu obyek wisata. Atraksi dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Dalam hal ini dapat berupa atraksi wisata alam, budaya, maupun atraksi wisata buatan.

- 2) **Fasilitas**

Fasilitas dibutuhkan dalam rangka melayani wisatawan saat menikmati obyek wisata. kehadiran Fasilitas wisata cenderung mendukung, bukan untuk mendorong pertumbuhan obyek wisata.

- 3) **Infrastruktur**

Adapun yang termasuk kedalam infrastruktur penting dalam pariwisata adalah : Sistem pengairan / air, Sumber listrik / energi, Jaringan telekomunikasi, Sistem sanitasi, Jasa-jasa kesehatan dan jalan-jalan.

- 4) **Transportasi**

Adanya transportasi yang baik, memungkinkan wisatawan dapat lebih mudah dalam menjangkau obyek wisata yang dituju, dengan kemudahan transportasi maka tentu saja akan mempengaruhi banyaknya wisatawan yang akan berkunjung.

## 5) *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan merupakan seseorang yang tengah berada di lingkungan yang baru dan belum mereka kenal, maka sifat keramahtamahan menjadi salah satu unsur yang penting dalam rangka membuat suatu obyek wisata menarik bagi wisatawan.

Dalam Islam kegiatan wisata halal objek wisata dijadikan sebagai *Ibrah*: Ibrah ialah menjadikan segala sesuatu sebagai pelajaran agar tidak terulang kembali di kemudian hari, seperti mengambil pelajaran dari kejadian zaman nabi menjadi pelajaran agar tidak terulang kembali perusakan di muka bumi.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ  
قَبْلُ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ

*Artinya: Katakanlah: Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)."*

Dalam perjalanan tersebut ditegaskan juga bahwa kaum muslimin harus mengambil pelajaran dari peristiwa dan sejarah masa silam untuk tidak membuat kerusakan lagi kedepannya dan menjaga alam ciptaan Allah yang indah ini agar tetap bisa di nikamati anak cucu.

Objek wisata yang memberikan dampak nilai-nilai spiritual yang biasa disebut wisata ziarah atau wisata budaya diharapkan semakin diperkaya di samping objek lainnya. Begitu pula item-item dan pajangan bernilai sejarah, kultural,

dan bernuansa religi yang terdapat di museum, gallari dan sebagainya yang diperkaya dengan hasil karya dan produk serta peninggalan yang menunjukkan jati diri bahwa artifak bernuansa agama juga tertampilkan dalam visualisasi yang memadai.

## **B. Jenis-Jenis Pariwisata**

Menurut Pendit (1994), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut:

### **1. Wisata Budaya**

Wisata budaya merupakan salah satu bentuk tertua dari *special interest tourism* yang juga sangat dipahami. Banyak ahli, peneliti, dan organisasi yang mendefinisikan wisata budaya menurut pandangan yang berbeda.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) mendefinisikan wisata budaya sebagai: *the movement of person to cultural attractions in cities in countries other than ther normal place of residence, with the intention to gather new information and experience to satisfy their cultural needs and all movements of persons to specific cultural attraction, such as heritage sites, artistic and cultural manifestations, art and drama to cities outside their normal country of residence* (Whyte et al., 2012).

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) dan *Canadian Tourism Comission* dalam Whyte

et al. (2012) melihat wisata budaya dari sudut pandang motivasi mendeskripsikan wisata budaya “*on the basis of the desire to learn about a destination’s cultural heritage as a significant travel motive*”. Sudut pandang tersebut menyatakan bahwa motivasi wisatawan saat melakukan perjalanan untuk mempelajari warisan budaya sebuah destinasi.

Sementara menurut Blackwell (1997) dan Schweitzer (1999) wisata budaya “*involves some meaningful experience with the unique social fabric, heritage and special character of places*”. Sudut pandang ini menyatakan bahwa wisata budaya melibatkan beberapa pengalaman dengan tatanan sosial yang unik, warisan dan karakter khusus pada suatu tempat. Sedangkan sudut pandang Bachleitner (1999) dan Hannabuss (1999) melihat wisata budaya “*as a quest or search for greater understanding*”, atau sebagai suatu pencarian dalam memahami budaya yang lebih luas.

Definisi di atas menyatakan bahwa wisata budaya merupakan sebuah aktivitas atraksi budaya pada sebuah kota maupun negara di luar kediaman wisatawan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi serta pengalaman yang baru mengenai budaya melalui atraksi budaya, karya seni dan budaya.

Mc Kercher (2005) mengungkapkan wisata budaya ialah “*a form of tourism that relies on a destination’s cultural heritage assets and transform them into product that can be consumed by tourists*”. Berdasarkan beberapa pengertian di atas wisata budaya adalah sebuah bentuk

pariwisata yang bergantung pada aset warisan budaya yang dapat dikonsumsi atau dinikmati oleh wisatawan. Destinasi budaya dikatakan sebuah pariwisata apabila memiliki produk wisata budaya yang menarik dan dapat dikonsumsi oleh wisatawan.

Menurut Mc Kercher (2005) *Cultural tourism* dikelompokkan menjadi 12 jenis kategori:

1. *Built non touristic tourism* yakni sebuah bangunan prasejarah, historis dan kontemporer, dimana tidak mengubah bangunan ataupun benda prasejarah aslinya sehingga dapat dikonsumsi oleh para wisatawan. Dapat dicontohkan sebuah wisata arkeolog di Indonesia sendiri dapat ditemukan di Sragen, Jawa Tengah yaitu Sangiran Early Man site (Manusia Purba Pertama).
2. *Touristic purpose built or modified tourism* yaitu bangunan yang dibangun untuk daya tarik wisatawan dengan menggunakan fasilitas sejarah yang masih ada. Salah satunya yaitu Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember di Surabaya, dengan menggunakan barang-barang yang historis untuk menarik wisatawan.
3. *Economic tourism* merupakan wisata warisan yang terkait dengan pertanian ataupun industri. Contoh yang dapat ditemukan yakni Sababay Winery di Bali yakni sebuah pertanian anggur menghasilkan anggur lokal Bali.
4. *Transport tourism* ialah sebuah transportasi atau infrastruktur, dapat dicontohkan yaitu Jembatan Petekan dan Jembatan Merah di Surabaya

5. *Cultural landscape tourism* adalah gabungan antara *tangible* dan *intangible features*. Contohnya dapat ditemukan di Bali yakni sistem pengairan sawah Subak yang menganut filsafat Hindu Tri Hita Karana.
6. *Creative Industries tourism* yaitu sebuah pertunjukan karya seni. Contohnya tarian Kecak dari Bali.
7. *Religious tourism* adalah artefak dan praktik yang berwujud dan tak berwujud. Contohnya yakni Gereja Katedral Kelahiran Santa Perawan Maria di Kepanjen yang merupakan gereja katolik tertua peninggalan Belanda di Surabaya.
8. *Diaspora ethnic tourism* merupakan produk budaya yang berhubungan dengan komunitas imigrasi. Contohnya yaitu etnik Tionghoa yang tersebar pada beberapa negara salah satunya di Indonesia dan meninggalkan peninggalan-peninggalannya.
9. *Extant ethnic (extant) tourism* yakni produk budaya yang terkait dengan komunitas etnik. Contohnya sebuah festival karapan Sapi di Madura.
10. *Intangible heritage tourism* adalah sebuah produk budaya yang mencerminkan kehidupan suatu budaya. Contoh lainnya adalah tradisi upacara kematian Rambu Solo yang dilakukan masyarakat Toraja dan tari Aceh.
11. *Dark tourism* merupakan sebuah tempat yang menyebabkan manusia menderita. Contohnya *The House of Memory* atau bunker perlindungan di kawasan Merapi, Yogyakarta yang merupakan bangunan tanpa atap yang telah hancur ketika diterjang erupsi.
12. *Natural heritage (mixed value) tourism* ialah wisata budaya yang terkait dan dibentuk oleh alam. Contohnya

yakni Komodo National Park, Ujung Kulon National Park, Tropical Rainforest Heritage of Sumatra.

Berdasarkan dua belas kategori produk wisata budaya tersebut di atas jenis dan asal wisata tersebut dapat dibedakan menjadi berikut:

No	Product Category	Descriptor	Examples
1	Build : non touristic	Prehistoric, historic and contemporary build Heritage not transf	Archeological sites, Ruins, Listed historic sites and building, Other historic structures, Asrtifact, Forts, Castles, Historic houses, Iconic contemporary architecture, Cemeteries, and Vernacular architecture
2	Touristic Purpose : build or modified	Purpose build attraction, including adaptive reuse of extant facilities	Theme parks, Museum, Cultural centres, and Conversion of historic sites to tourist attraction
3	Economic	Tangible and intangible heritage associated with Agriculture, Industry, etc	Industrial heritage, Attraction based on primary production( mining, forestry, etc), Farms and farms museum, Agricultural practices, Rar breeds (livestock and plants),

No	Product Category	Descriptor	Examples
			Vineyard, and Distilleries, brewerles, wineless etc
4	Transportation	Transport, infrastructure or superstructure	Canals, Maritime structure ( lighthouses etc), Ships, Cars, Ralways, Dams, Bridges, and Roads
5	Cultural landscape	Combined tangible and intangible features	Historic towns, Seaside resort, Neighbourhoods, Industrial zones, Linear or circular touring routes, precincts
6	Creative industries	Arts, performance, etc	Low to high culture, Dance, Performance, Popular culture, Theater, Literature, Film, Event and festivals focus on the creative industrie
7	Religiou s	Tangible and intangible artifacts and practices	Religious sites (churches, temples, mosques etc), Sacred sites, Relic, Religious practice, and Religious festivals and event
8	Diaspora ethnic	Tangible and intangible focusing	Diaspora, Urban ethnic precincts, Immigration festival

No	Product Category	Descriptor	Examples
		largely on migrant communities	and event, Ethnic festivals in migrant country, Homecoming festivals in source countries, Slum tours, Poverty tours, and Ethnic foods
9	Extant ethnic	Tangible and intangible heritage associated with extant ethnic communities	Minority cultures, Handcrafts, Agricultural practices and associated traditions, lifestyle, etc, Clothing, Foods, Traditions, Customs, Folklore, Oral tradition, Voices, Ceremonies values
10	Intangible heritage	Features (combine with some tangible) that reflect living culture	Traditions, Customs, Folklore Oral traditions, Voices, Ceremonies, Values, Famous people, Food, wine, Local markets sports
11	Dark Tourism	Sites of human suffering	War sites, Battlefields, War graves, War memorials, Slavery, Concentration camps, Genocide sites, and Prison
12	Natural heritage (	Cultural tourism	Conservation areas, Botanic garden,

No	Product Category	Descriptor	Examples
	mixed value)	associated with and defined by natural landscapes	Agriculturalpractices ( e.g. terraced farming), Wildlife and associated cultural practices, and Zoos

## 2. Wisata Bahari

Menurut Orams (1999) mendefenisikan wisata bahari meliputi kegiatan-kegiatan rekreasi yang melibatkan perjalanan jauh dari tempat seseorang tinggal dan yang memiliki tuan rumah atau fokus pada lingkunag laut, di mana lingkungan laut didefenisikan sebagai perairan yang memiliki salinitas (kadar garam) dan terpengaruh pasang surut.

Sarwono (2017) wisata bahari adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi alam bahari sebagai daya tarik wisata maupun wadah kegiatan wisata baik yang dilakukan di atas permukaan di wilayah laut yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan ekosistemnya yang kaya akan keanekaragaman jenis biota laut.

Sedangkan Sero mendefenisikan wisata bahari adalah bentuk wisata yang menggunakan atau memanfaatkan potensi lingkungan pantai dan laut sebagai daya tarik utama. Konsep wisata bahari didasarkan pada view, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni dan budaya serta karakteristik masyarakat sebagai kekuatan dasar yang dimilikinya.

Dari beberapa pengertian tersebut bahwa penegasan definisi wisata bahari terletak pada beberapa hal yang menjadi perhatian diantaranya:

- 1) Wisata bahari melibatkan unsur perjalanan di dalamnya, di mana seseorang atau sekelompok orang berpergian dari rumah menuju suatu lingkungan pesisir dan laut. Dengan demikian, penduduk yang tinggal di wilayah pesisir dan laut belum tentu berwisata bahari dikarenakan mereka melakukan kegiatan sehari-hari di wilayah pesisir laut.
- 2) Banyak orang yang melakukan aktivitas di ekosistem pesisir dan laut semisal nelayan, pekerja kilang minyak, dan pengeboran bawah laut. Mereka tidak sedang berwisata bahari meskipun berada di lautan, hal ini dikarenakan kegiatan tersebut bukanlah kegiatan rekreasi melainkan bekerja. Motivasi mereka beraktivitas tentunya bukan untuk berwisata meskipun secara parallel ada sedikit unsur “wisata” yang mereka rasakan sembari bekerja, semisal ABK kapal pesiar dan guide selam. Secara teknis mereka bekerja dalam sebuah industri wisata bahari sebagai penyedia jasa untuk melayani wisatawan.
- 3) Aktivitas wisata bahari dapat dilakukan di bentang laut yang didominasi oleh perairan baik di permukaan air maupun di dalam air. Aktivitas seperti berselancar, memancing, menyelam, dan sebagainya dapat pula dilakukan di sungai dan danau. Aktivitas yang serupa tersebut bila dilakukan bukan di lingkungan pesisir dan laut maka tidak dapat dikategorikan ke dalam wisata bahari. Terdapat istilah yang lebih sesuai untuk aktivitas

wisata di perairan daratan, yaitu wisata tirta. Penjelasan di atas menjelaskan secara eksplisit terkait lokasi/destinasi yang menjadi tujuan wisatawan, yaitu ekosistem pesisir dan laut. Lokasi ini memiliki daya tarik berupa keanekaragaman biota laut, lanskap fisik yang unik, sosial, dan budaya masyarakat pesisir, dan lingkungan yang berbeda dari daratan.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah ada dan beberapa hal yang menjadi perhatian maka dapat disimpulkan bahwa wisata bahari adalah kegiatan yang bersifat rekreasi yang aktifitasnya dilakukan pada media kelautan atau bahari dan meliputi daerah pantai, pulau-pulau sekitarnya, serta kawasan lautan dalam pengertian pada permukaannya, dalamnya, ataupun pada dasarnya termasuk didalamnya taman laut dalam jangka waktu sementara. Definisi tersebut menegaskan bahwa segala aktivitas di bentang laut dan bentang darat selama melibatkan unsur perjalanan, sementara waktu, dan beraktivitas wisata di lingkungan/ekosistem pesisir laut maka termasuk dalam wisata bahari.

### 3. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Menurut Kementerian Kehutanan RI (2019) Cagar alam adalah kawasan hutan yang dilindungi karena memiliki keunikan tumbuhan, satwa dan ekosistemnya. Biasanya tumbuhan dan satwa dalam kawasan cagar merupakan asli daerah tersebut, tidak didatangkan dari luar. Perkembangannya pun dibiarkan alami apa adanya. Pengelola hanya memastikan hutan tersebut tidak

diganggu oleh aktivitas manusia yang menyebabkan kerusakan

Menurut Undang-Undang No 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistemnya, Pasal 1 butir 10 dinyatakan: “ *Cagar alam adalah kawasan suaka alam karena keadaan alamnya mempunyai kekhasan tumbuhan, satwa, dan ekosistemnya atau ekosistem tertentu yang perlu dilindungi dan perkembangannya berlangsung secara alami*”

Adapun kriteria suatu wilayah dapat ditunjuk dan ditetapkan sebagai kawasan cagar alam sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah No 28 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Kawasan Suaka Alam Dan Kawasan Pelestarian Alam, Pasal 6 ayat (1) meliputi:

- a. Memiliki keanekaragaman jenis tumbuhan dan/atau satwa liar yang tergabung dalam suatu tipe ekosistem;
- b. Mempunyai kondisi alam, baik tumbuhan dan/atau satwa liar yang secara fisik masih asli dan belum terganggu;
- c. Terdapat komunitas tumbuhan dan/atau satwa beserta ekosistemnya yang langka dan/atau keberadaannya terancam punah;
- d. Memiliki formasi biota tertentu dan/atau unit-unit penyusunnya;
- e. Mempunyai luas yang cukup dan bentuk tertentu yang dapat menunjang pengelolaan secara efektif dan menjamin berlangsungnya proses ekologis secara alami; dan/atau

- f. Mempunyai ciri khas potensi dan dapat merupakan contoh ekosistem yang keberadaannya memerlukan upaya konservasi

#### 4. Wisata Konvensi

Konvensi menurut Fred Lawson, adalah: Pertemuan sekelompok orang untuk suatu tujuan yang sama atau untuk bertukar pikiran, pendapat dan informasi tentang suatu hal yang menjadi perhatian bersama. Istilah "*Convention*" digunakan secara luas untuk menggambarkan suatu bentuk pertemuan tradisional atau pertemuan seluruh anggota kelompok (*Lawson, Fred, Conference, Convention and Exhibition Facilities, The Architecture Press, London, 1981, hal. 2*)

Sedangkan pengertian konvensi menurut Dirjen Pariwisata, adalah: Suatu kegiatan berupa pertemuan antara sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama atau bertukar informasi tentang hal-hal baru yang menarik untuk dibahas (Keputusan Dirjen Pariwisata Nomor : Kep-06/U/IV/1992; Pasal 1 : Pelaksanaan usaha jasa konvensi, perjalanan intensif dan pameran).

Menurut Pendit (1999:25), wisata konvensi adalah usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran. Merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan dan sebagainya)

untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

Sedangkan menurut Kesrul (2004:3), wisata konvensi diartikan sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara insunre dan business, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference* dan *exhibition*.

Menurut Undang-undang No.9 tahun 1990 yang dikutip oleh Pendit (1999:27), Menjelaskan bahwa perjalanan incentiv merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan.

## 5. Agrowisata

Agrowisata merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris *Agrotourism*. Agro berarti pertanian dan tourism pariwisata/kepariwisataan. Agrowisata adalah berwisata ke daerah pertanian. Pertanian dalam arti luas mencakup pertanian rakyat, perkebunan, peternakan, dan perikanan (Alikodra dalam Siladana, 2009).

Sedangkan menurut De-Anjen (2006) dalam siladana (2009), *Agrotourism* didefinisikan sebagai perpaduan

antara pariwisata dan pertanian dimana pengunjung dapat mengunjungi kebun, peternakan atau kilang anggur untuk membeli produk, menikmati pertunjukan, mengambil bagian aktivitas, makan suatu makanan atau melewati malam bersama di suatu areal perkebunan atau taman.

Menurut Tirtawinata dan Fachruddin dalam Malik (2010), agrowisata telah diberi batasan sebagai wisata yang memanfaatkan obyek-obyek pertanian. Aktivitas agrowisata ini meliputi persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan hasil panen sampai dengan bentuk siap dipasarkan dan wisatawan dapat membeli produk pertanian tersebut sebagai oleh-oleh. Agrowisata juga merupakan kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai obyek wisatanya. Tujuannya adalah memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Melalui pengembangan agrowisata yang memanfaatkan lahan diharapkan bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal (*indigenous knowledge*) yang telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya, (<http://database.deptan.go.id>).

Guntoro (1996) mengemukakan bahwa ada beberapa karakteristik industri agrowisata, yaitu:

1. Agrowisata tanaman pangan dan hortikultura adalah suatu obyek agrowisata yang menampilkan kegiatan usaha tani yang khas atas tanaman pangan semusim dan tanaman sayur-mayur, buah-buahan, tanaman hias,

- termasuk menikmati indahnya hamparan persawahan bertingkat;
2. Agrowisata tanaman industri adalah suatu obyek agrowisata yang menampilkan kekhasan kegiatan usaha tani tanaman keras, baik di dataran rendah maupun di dataran tinggi. Disini wisatawan bisa menikmati bentuk pohon, bentuk buah, kegiatan budidaya yang masih tradisional, kegiatan pemanenan sampai menikmati hasil perkebunan langsung dari kebun;
  3. Agrowisata perikanan adalah suatu obyek agrowisata yang menampilkan kegiatan budidaya, penangkapan, rekreasi memancing, dan atau pengolahan komoditas perikanan;
  4. Agrowisata peternakan adalah suatu obyek agrowisata yang menampilkan kegiatan usaha tani lokal yang unik yang meliputi ternak besar dan ternak kecil.

Adapun menurut Tirtawinata (1999), manfaat dari agrowisata antara lain: meningkatkan konservasi lingkungan, meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, memberikan nilai rekreasi, meningkatkan kegiatan ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta memberikan keuntungan ekonomi.

Menurut Haeruman (1989) dalam Siladana (2009), pengembangan agrowisata bertujuan untuk meningkatkan nilai kegiatan pertanian dan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Dalam pengembangan agrowisata tidak hanya obyek wisata pertaniannya saja yang disiapkan, tetapi juga penyiapan masyarakat pedesaan untuk dapat menangkap

nilai tambah yang diberikan oleh kegiatan agrowisata tersebut. Ada dua orientasi pengembangan agrowisata, yaitu:

1. Pertanian sebagai inti usaha dengan pariwisata sebagai pendukung, mempunyai makna pertanian sebagai obyek wisata dengan pemandangan alam yang dimiliki sebagai pendukung. Pelaku usaha agrowisata dengan orientasi tersebut lebih menonjolkan kegiatan pertanian daripada pariwisatanya. Agrowisata dengan orientasi tersebut bertujuan untuk menambah nilai jual hasil pertaniannya. Obyek agrowisata tidak hanya terbatas kepada obyek dengan skala hamparan yang luas seperti yang dimiliki oleh areal perkebunan, tetapi juga skala kecil yang karena keunikannya dapat menjadi obyek wisata yang menarik (Rai Utama, 2012).
2. Pariwisata sebagai inti usaha dengan pertanian sebagai pendukung, mempunyai makna kegiatan pariwisata yang dimiliki lebih diutamakan dibandingkan kegiatan pertanian. Pada orientasi ini, pelaku usaha lebih fokus terhadap nilai jual pariwisatanya dibandingkan nilai jual hasil pertaniannya.

## 6. Wisata Buru

Wisata Buru merupakan wisata yang dilakukan di negri-negri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang

memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digiatkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan.

## 7. Wisata Ziarah

Ziarah adalah kunjungan ke tempat yang dianggap keramat atau mulia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berziarah yaitu kunjungan ke tempat yang dianggap keramat atau mulia (seperti makam) untuk berkirin doa, Daryanto (1997). Ziarah mempunyai maksud untuk mensyukuri kebesaran Allah SWT dan menyampaikan doa agar arwah diterima disisi-Nya.

Tradisi ziarah adalah suatu kebiasaan mengunjungi makam, entah itu makam sanak saudara, leluhur, maupun makam yang dikeramatkan untuk mengirim kembang dan mendoakan orang yang telah meninggal kepada Tuhan. Hal ini merupakan tradisi ziarah dari para pendahulu yang tidak pernah tergoyahkan oleh berbagai paham baru. Pemahaman mengenai kegiatan ziarah ke tempat-tempat suci tidak hanya sebagai wujud pelaksanaan ajaran agama semata, namun sudah menjadi budaya rutin yang harus dilakukan dalam kurun waktu tertentu, Purwad (2006).

Wisata ziarah adalah wisata yang sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat, kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ini banyak

dilakukan perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam orang-orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dikeramatkan, ke tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

Wisata ziarah atau *pilgrimage tourism* adalah wisata atau traveling yang dilakukan individu atau kelompok untuk tujuan ziarah atau untuk menjalankan bagian dari kepercayaan spiritual atau agamanya, untuk misionari, atau untuk kesenangan spiritual. Wisata ziarah dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya berupa tempat ibadah yang memiliki kelebihan. Kelebihan ini misalnya dilihat dari sisi sejarah, adanya mitos dan legenda mengenai tempat tersebut, ataupun keunikan dan keunggulan arsitektur bangunannya, Nyoman.S. Pendit. (1999). Tujuannya adalah untuk mendapatkan restu, berkah, kebahagiaan dan ketentraman. Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan suatu kelompok orang ke tempat suci, ke makam-makam orang besar, ke bukit, atau gunung yang dikeramatkan dan bersejarah.

Kegiatan ziarah ke tempat-tempat suci tidak hanya sebagai wujud pelaksanaan ajaran agama semata, namun sudah menjadi budaya rutin yang harus dilakukan dalam kurun waktu tertentu. Terjadi suatu *trend* perjalanan ziarah dikemas dalam suatu paket perjalanan wisata ziarah yang dapat membangkitkan aura ritual keagamaan, Nyoman.S. Pendit. (1999).

Dari beberapa pengertian tersebut di atas perjalanan wisata ziarah adalah suatu perjalanan dengan ciri-ciri tertentu sebagai berikut;

- a. Perjalanan keliling yang kembali lagi ketempat asalnya.
- b. Pelaku perjalanan hanya tinggal untuk sementara.
- c. Perjalanan itu telah direncanakan terlebih dahulu.
- b. Ada organisasi atau orang yang mengatur perjalanan tersebut
- c. Terdapat unsur-unsur produk wisata.
- d. Ada tujuan yang ingin dicapai dalam perjalanan wisata.
- e. Dilakukan dengan santai
- f. Dilakukan perorangan atau rombongan
- g. Berkunjung ke tempat-tempat suci seperti makam, melaksanakan ritual.

### **C. Fasilitas Wisata Halal**

Fasilitas wisata adalah semua fasilitas destinasi wisata yang berfungsi memenuhi kebutuhan wisata dan sebagai penunjang di tempat wisata yang didatanginya, dimana ia dapat bersantai, menikmati dan berpartisipasi pada kegiatan disuatu destinasi wisata tersebut dalam jangka waktu terbatas (Yoeti, 2003).

Menurut Mukiroh & Setiyorini (2012), fasilitas dapat menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan minat calon wisatawan untuk datang ke suatu destinasi wisata. Wisatawan diharapkan dapat merasa puas dan nyaman selama berkunjung

jika semua kebutuhan selama dilokasi sebuah destinasi wisata terpenuhi dengan fasilitas yang ada.

Menurut Lothar A.Kreck dalam Yoeti (1996) objek wisata berupa : (1) objek : alam, sosial, budaya; (2) akses : jalan, rute, tempat parkir; (3) akomodasi : hotel, wisma, losmen, home stay; (4) fasilitas pendukung : agen travel, pusat informasi, kesehatan, pemadam kebakaran, pemandu wisata, penunjuk arah, petugas entry & exit; (5) transportasi : moda transportasi nyaman; (6) catering : restoran, kantin, cafe; (7) aktifitas rekreasi : berenang, jalan-jalan, bersepeda; (8) pembelanjaan ; tempat penjualan souvenir dan lainnya; (9) komunikasi : sinyal hp, TV, internet, voucher data; (10) perbankan : ATM, *money changer*, bank konvensional; (11) kesehatan : puskesmas, RS; (12) keamanan : satpam, pos polisi; (13) kebersihan : tempat sampah, rambu peringatan kebersihan, petugas kebersihan; (14) tempat ibadah : Mushola, kapel dan lainnya; (15) sarana promosi : spanduk, baliho, brosur.

Menurut Alwafi Ridho Subarkah, (2018) menjelaskan bahwa dalam Pembangunan pariwisata halal harus memperhatikan sebagai berikut:

No	Kategori	Indikator
1	Destinasi Pariwisata (Alam, Budaya dan Buatan)	Tersedianya pilihan aktivitas wisata, seni, dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi dan kemusyrikan. Bila memungkinkan menyelenggarakan minimal satu festival <i>Halal Life Style</i>

		<p>Pramuwisata berpakaian dan berpenampilan sopan.</p> <p>Tersedia pilihan daya tarik wisata pantai dan pemandian yang terpisah untuk pria dan wanita dan/atau mempunyai aturan pengunjung tidak berpakaian minim</p>
<b>2</b>	<b>Hotel</b>	<p>Tersedia Makanan Halal</p> <p>Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah, seperti Masjid, Mushola dan fasilitas bersuci</p> <p>Tersedia pelayanan saat bulan ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur dan berbuka puasa</p> <p>Tidak adanya aktivitas non-halal seperti perjudian, minuman beralkohol, dan kegiatan diskoti</p> <p>Tersedia fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugaran/gym yang terpisah antara pria dan wanita</p> <p>Bila hotel menyediakan Spa maka trapis pria untuk pelanggan pria dan trapis wanita untuk pelanggan wanita. Terapi tidak menggunakan bahan yang mengandung babi, alkohol dan produk turunannya.</p>
<b>3</b>	<b>Biro Perjalanan</b>	<p>Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata halal</p>

		Tidak menawarkan aktivitas non halal
		Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman halal
		Pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas
		Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan etika islam

Sumber:Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal

Sementara menurut Mastercard Crescent Rating Global Muslim Travel Index 2019, ada 9 (sembilan) kebutuhan dasar wisatawan Muslim saat berwisata, yaitu

1. Makanan halal, merupakan pelayanan terpenting saat umat Muslim berwisata, sehingga dibutuhkan sertifikasi halal makanan minuman yang dapat diidentifikasi oleh seluruh wisatawan Muslim, hal ini menjadi kunci untuk mengurangi keraguan dalam mengkonsumsi makanan minuman setempat.
2. Fasilitas beribadah, menjadi hal penting lainnya karena untuk pemenuhan aktivitas ibadah wajib sholat 5 waktu umat Muslim membutuhkan ruang beribadah dengan arah petunjuk Kiblat dan fasilitas berwuduk
3. Kamar mandi dengan fasilitas kran air, fasilitas ini sangat dibutuhkan umat Muslim karena air merupakan sarana untuk bersuci dan pembersihan.

4. Tidak ada sentimen Islamofobia, seperti wisatawan umum lainnya wisatawan Muslim pun membutuhkan jaminan keamanan dan keselamatan di destinasi wisata yang dituju.
5. Penyebab sosial, prinsip kunci iman seorang Muslim adalah keadilan sosial, termasuk sadar dan berempati terhadap diri sendiri, orang lain dan lingkungan.
6. Pelayanan bulan Ramadhan, meski wisatawan Muslim cenderung tidak melakukan perjalanan selama bulan Ramadhan, tetapi banyak Muslim yang ingin menghabiskan waktu Ramadhan di luar rumah, apalagi kalau bulan tersebut bertepatan dengan liburan sekolah. Pengelola penginapan dapat menyediakan makanan halal untuk berbuka puasa atau bersantap sahur.
7. Pengalaman berwisata berkaitan dengan kehidupan Muslim, pengalaman unik berkaitan dengan budaya dan identitas Muslim seperti situs kebudayaan Islam atau berinteraksi dengan komunitas Muslim lokal.
8. Fasilitas rekreasi yang privat, fasilitas rekreasi yang memberikan privasi untuk pria dan wanita merupakan salah pilihan wisatawan Muslim tertentu.
9. Tidak ada pelayanan non-halal, sehingga lebih memilih untuk menghindari fasilitas yang tidak melayani minuman beralkohol, diskotik atau berdekatan dengan resort perjudian.

Kementerian Pariwisata memulai penelitian bersama *Crescentrating* pada tahun 2018 menginformasikan bahwa standar pariwisata halal di Indonesia. Melalui Indonesia

*Muslim Travel Index* (IMTI), adapun Pengukuran yang digunakan oleh IMTI diadaptasi dari model ACES GMTI, berikut penjabaran sub kriterianya yaitu :

1. *Access* (akses), terdiri dari akses udara, akses kereta api, akses laut dan infrastruktur jalan.
2. *Communication* (komunikasi), terdiri dari panduan wisatawan Muslim, sosialisasi stakeholder, jangkauan, kemampuan bahasa bagi pemandu wisata, dan pemasaran digital.
3. *Environment* (lingkungan), terdiri dari pintu kedatangan wisatawan domestik, pintu kedatangan wisatawan internasional, cakupan Wi-Fi di bandara, dan komitmen pariwisata halal.
4. *Service* (pelayanan), terdiri dari restoran halal, mesjid, bandara, hotel dan atraksi.

## **BAB III**

### **LITERASI WISATA HALAL**

#### **A. Pengertian Literasi**

Secara etimologis istilah literasi sendiri berasal dari bahasa Latin “*litteratus*” yang dimana artinya adalah orang yang belajar. Literasi sangat berhubungan dengan proses membaca dan menulis. Menurut Elizabeth Sulzby (1986), literasi adalah kemampuan berbahasa yang dimiliki oleh seseorang dalam berkomunikasi (membaca, berbicara, menyimak, dan menulis) dengan cara yang berbeda sesuai dengan tujuannya. Jika didefinisikan secara singkat, definisi literasi yaitu kemampuan menulis dan membaca.

UNESCO (*The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*), mengartikan literasi adalah seperangkat keterampilan nyata, terutama ketrampilan dalam membaca dan menulis, yang terlepas dari konteks yang mana ketrampilan itu diperoleh serta siapa yang memperolehnya. Dalam perjalanan sejarah, pariwisata akhirnya dianggap sebagai suatu kegiatan yang menjanjikan keuntungan, sehingga muncul keinginan berbagai pihak untuk mengetahui, mempelajari, dan menjadikan pariwisata sebagai ilmu baru. Pada akhirnya, pariwisata sebagai suatu objek pengetahuan

(ilmu) menunjukkan pertumbuhan yang signifikan (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

Menurut Abd. Rachmad Assegaf (2011:77) pengetahuan diartikan sebagai daya mengingat (menyebutkan kembali) informasi sebelumnya. Pengetahuan juga diartikan sebagai kemampuan untuk mendefinisikan, mengurai, menghitung, mengidentifikasi, memberi tanda, mendaftar, mencocokkan, memproduksi, memilih menyatakan, dan melihat. Oleh karena itu, pendidikan merupakan salah satu kunci dalam pengembangan potensi kepariwisataan (wawasan wisata), karena bidang ini memerlukan tenaga kerja yang terampil secara terus menerus harus dikembangkan.

Waritaningsih (2002) mengungkapkan bahwa dalam pengembangan pengetahuan dan ketenagakerja harus memperhatikan 3 hal pokok yaitu:

1. Pengembangan pengetahuan tentang tata cara pelayanan yang berkaitan dengan permasalahannya kegiatan pariwisata, misalnya pelayanan dihotel, berbeda dengan pelayanan ditempat rekreasi atau dalam perjalanan wisata.
2. Pengembangan pengetahuan tentang peralatan dan perlengkapan yang diperlukan dalam bidang.
3. Pengembangan SDM yang berkaitan dengan pengembangan sikap, perilaku, sopan santun, dan sebagainya.

Ketiga hal tersebut setiap saat selalu berubah dan mengarah kepada kemajuan, sehingga ketiganya harus selalu ditingkatkan khususnya melalui pendidikan, yang juga akan mempengaruhi daya serap industri.

Ketersediaan sumber daya manusia yang berkeahlian (*Human Capital*) dalam mendukung pengembangan pariwisata halal sangatlah penting. Ketersediaan tenaga ahli pariwisata yang dapat mendukung ekosistem destinasi pariwisata halal diindikasikan dengan terpenuhinya tenaga kerja pada level operator, penyelia, hingga eksekutif bahkan auditor bagi produk dan industri pariwisata halal yang berkemampuan dan berpengetahuan tentang pariwisata halal.

Sumber daya manusia yang berkerja pada bidang pariwisata harus memiliki pengetahuan (produk & layanan halal) atau dalam ekosistem pariwisata halal disebut dengan *Halal knowledge worker*, yaitu seseorang pekerja di industri pariwisata (akomodasi, restoran dan katering, serta agen perjalanan dan daya tarik wisata) yang memiliki pengetahuan tidak hanya operasional teknis di bidang pariwisata, tetapi juga mampu menerjemahkan operasional teknis pariwisata tersebut ke dalam aturan penyediaan produk dan layanan yang berdasarkan aturan yang diperbolehkan dalam syari'ah Islam. (Rahtomo, 2018).

Hasanah et al., (2018) menjelaskan bahwa salah satu faktor penyebabnya rendahnya literasi budaya dari masyarakat setempat adalah *content knowledge* (pengetahuan).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui. Sedangkan menurut *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, "*Knowledge is the information, understanding and skills that you gain through education or experience*, Hornby, A. S. (2010). Polanyi membagi pengetahuan menjadi dua dimensi yaitu *tacit knowledgedan explicit knowledge. Tacit knowledge*

merupakan pengetahuan seseorang yang tidak dapat diekspresikan secara eksplisit, tetapi dia dapat menuntun perilaku manusia sebagai model mental, pengalaman, dan skill. Sedangkan *explicit knowledge* adalah pengetahuan yang dapat diekspresikan dalam bentuk laporan, buku, pembicaraan, komunikasi formal atau informal, Dingsoyr, T., & Conradi, R. (2002). Pengetahuan berasal dari informasi yang diolah dari data yang tersedia termasuk pengalaman, nilai-nilai, wawasan, dan informasi kontekstual. Perbedaan utama antara informasi dan pengetahuan adalah bahwa informasi jauh lebih mudah diidentifikasi, diatur dan didistribusikan sementara pengetahuan lebih sulit dikelola karena berada dalam pikiran seseorang, Omona, W., Lubega, J.T., & Weide, T.v. (2012).

Sementara itu, Rahardi dan Wiliasih (2016) mengungkapkan bahwa pengetahuan dan religiusitas merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen. Faktor ilmu dan wawasan juga merupakan faktor penting yang membuat pariwisata berkembang dalam budaya Islam. Sejak masa munculnya Islam agama mulia ini telah memotivasi umatnya untuk menuntut ilmu, bahkan sampai kenegeri yang jauh. Salah satu sebab penting dari tumbuh dan perkembangannya peradaban Islam adalah perjalanan pariwisata yang bertujuan menuntut ilmu. Dalam QS Al-Imron (3):137 Allah berfirman, Artinya: “Sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah karena itu berjalanlah di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang mendustakan Rasulullah” Syekh Jamaluddin Al-Qasimi dalam Johar Arifin (2015) dalam kitabnya Mahasin al-Ta’wil mengatakan perintah untuk melakukan perjalanan wisata dan

menyaksikan peninggalan kaum-kaum terdahulu adalah untuk mengambil pelajaran dari peninggal tersebut. Istana-Istana yang tinggi, harta-harta yang terpendam, ranjang tidur yang indah, beserta segala pernik-perniknya yang pada zaman dahulu merupakan sumber kebanggaan bagi manusia, kini telah lenyap dan tidak bernilai semua. Semua ini maksudkan Allah agar dijadikan pelajaran oleh umat-umat beikutnya.

Untuk itu, pengelolaan industri pariwisata tidak cukup hanya bermodal ilmu pengetahuan dan *skill* semata. Namun juga dituntut paham tentang ilmu syari'ah, sehingga dengan demikian, mereka akan mampu mengelola industri pariwisata halal secara profesional. Dan pada gilirannya mereka akan mampu bersaing ditingkat global yang semakin kompetitif untuk mampu menarik wisatawan sabanyak-banyaknya.

## **B. Urgensi Literasi Wisata Halal**

Indonesia diakui memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pariwisata halal di skala global karena didukung dengan keindahan alam, keragaman budaya dan populasi muslim terbesar di dunia. Usaha yang telah dilakukan oleh Kemenpar dalam mempromosikan Indonesia sebagai pusat destinasi pariwisata halal juga layak untuk diapresiasi. Namun penting untuk dipikirkan bahwa pengembangan pariwisata halal tidak hanya semata dengan melakukan promosi secara masif saja guna mengejar posisi tertentu di skala global, tapi juga harus didukung dengan regulasi yang kuat sebagai landasan dalam melangkah.

Kegiatan usaha pariwisata halal mempunyai karakteristik yang berbeda dengan kegiatan usaha pariwisata pada umumnya. Kegiatan usaha pariwisata halal merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kegiatan pariwisata dengan menyediakan berbagai fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Untuk memfasilitasi dan mendukung kegiatan usaha pariwisata halal tersebut, maka Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengeluarkan Peraturan Menteri Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. Peraturan Menteri ini dikeluarkan berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor NK.11/KS.001/W.PEK/2012, dan Nomor B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syariah. Secara umum Peraturan Menteri di atas memberikan pedoman dan standarisasi penyelenggaraan usaha hotel syariah.

Pada tahun 2016, Dewan Syariah Indonesia Majelis Ulama Indonesia DSN-MUI mengeluarkan Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Syariah. Aspek pariwisata yang diatur di dalamnya antara lain: hotel, spa, sauna, dan massage, objek wisata, dan biro perjalanan. Namun demikian fatwa tersebut tidak akan berlaku secara efektif apabila tidak dipositifkan ke dalam bentuk peraturan menteri pariwisata. Oleh sebab itu, pemerintah diharapkan untuk segera membuat standar peraturan terkait dengan hotel, spa, sauna dan message, objek wisata dan biro perjalanan berdasarkan fatwa DSN-MUI tersebut.

Alim et.al (t.t) berpendapat bahwa pariwisata halal selalu mengedepankan nilai-nilai keislaman dalam segala aktivitasnya. Wisata halal merupakan salah satu upaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam mewujudkan wisata syariah di Indonesia.

Literasi wisata halal sangat penting karena dengan adanya literasi ini dapat menambah pengetahuan dan meningkatkan kesadaran yang berkaitan dengan pelaksanaan wisata halal. Dalam pemahaman Islam, wisata dikaitkan dengan ilmu dan pengetahuan. Pada permulaan Islam, telah ada perjalanan sangat agung dengan tujuan mencari ilmu dan menyebarkannya sebagaimana disebutkan dalam QS. At-Taubah: 112:

التَّائِبُونَ الْعَبْدُونَ الْحَمِيدُونَ الرَّكَّعُونَ السَّجِدُونَ  
الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَفِظُونَ  
لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

*Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu.*

Pariwisata halal telah menjadi suatu alternatif bagi industri perjalanan di Indonesia yang juga dianggap sebagai bagian dari ekonomi Islam global (Samori dkk, 2016). Dalam konsep pariwisata halal, konsep ini telah mengeksplorasi makna budaya yang terintegrasi sebagai pengalaman

spiritual masyarakat modern yang mampu memberikan manfaat ekonomi dan diproyeksikan dalam kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Jaelani, 2016). Artinya, kembali ditekankan bahwa pariwisata halal bukan mencakup ziarah atau situs keagamaan melainkan semua jenis pariwisata hingga fasilitas penunjang pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam.

Pariwisata halal tidak lagi dipandang murni masalah agama namun telah memasuki ranah bisnis dan perdagangan dengan landasan agama dan konsep ini merupakan sebuah komponen dari bisnis halal. Pariwisata halal telah membuka ruang tersendiri bagi non-Muslim untuk mengenal budaya Islam dan karakter Islam dengan cara yang menyenangkan yaitu pariwisata hal yang menarik dalam pariwisata halal adalah tidak ada pengorbanan agama (ibadah wajib) ketika melakukan perjalanan wisata sehingga banyak negara yang mulai menggunakan konsep halal untuk pariwisata agar mampu menarik wisatawan. Negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Turki, dan lain sebagainya telah memasuki industri pariwisata halal untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Ahmad & Atilla, 2018). Bahkan negara-negara dengan minoritas Muslim telah melihat hal ini sebagai peluang untuk meningkatkan pariwisata negaranya. Terlebih, produk dan layanan halal telah menjadi populer tidak saja pada kalangan Muslim semata namun diantara kalangan non-Muslim karena telah dikenal akan kualitasnya. Selain itu, industri halal sendiri telah menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk saling menghormati dan kerjasama yang jujur (Candra, 2014).

## **BAB V**

### **INFRASTRUKTUR**

#### **A. Pengertian**

Stone dalam Kodoatie (2003) mendefinisikan infrastruktur sebagai fasilitas-fasilitas fisik yang dikembangkan atau dibutuhkan oleh agen-agen publik untuk fungsi-fungsi pemerintahan dalam penyediaan air, tenaga listrik, pembuangan limbah, transportasi dan pelayanan-pelayanan lainnya untuk memfasilitasi tujuan-tujuan ekonomi dan sosial.

Sementara menurut amanah dari Peraturan Presiden No. 38 Tahun 2015 mendefinisikan infrastruktur sebagai salah satu teknis, fisik, sistem, perangkat keras dan lunak yang diperlukan untuk melakukan pelayanan kepada masyarakat serta mendukung jaringan kepada masyarakat dan mendukung jaringan struktur agar pertumbuhan ekonomi dan sosial masyarakat dapat berjalan dengan baik.

Selain itu, Anon, 2016, menginterpretasikan bahwa yang dimaksud dengan infrastruktur pariwisata adalah dasar pengembangan pariwisata dan pemanfaatan sumber daya tujuan yang ada. Infrastruktur pariwisata mencakup sejumlah besar layanan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan

wisatawan dan meningkatkan kepuasan selama mereka tinggal di tujuan. Pengembangan pariwisata di masa depan tergantung pada investasi intensif dalam infrastruktur dan modernisasi, sebagai faktor penting dari pengembangan sektor pariwisata.

Infrastruktur juga memiliki keterkaitan dalam perkembangan pariwisata karena ini ciri dari laju pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Jika suatu daerah memiliki kelengkapan sistem infrastruktur yang lebih baik maka akan memiliki tingkat laju pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat juga akan lebih baik dan sebaliknya. Hal ini dapat diartikan bahwa infrastruktur sangatlah penting dalam suatu negara karena ketersediaan infrastruktur dasar termasuk listrik, jalan dan transportasi laut merupakan salah satu roda penggerak pertumbuhan ekonomi, (Maryaningsih et al, 2014).

## **B. Pembagian Infrastuktur**

Berdasarkan *The World Bank* (1994) membagi infrastruktur menjadi tiga, yaitu:

1. Infrastruktur ekonomi, merupakan infrastruktur fisik yang diperlukan untuk menunjang aktivitas ekonomi, meliputi *public utilities* (tenaga, telekomunikasi, air, sanitasi, gas), *public work* (jalan, bendungan, kanal, irigasi dan drainase) dan sektor transportasi (jalan, rel, pelabuhan, lapangan terbang dan sebagainya).
2. Infrastruktur sosial, meliputi pendidikan, kesehatan, perumahan dan rekreasi.
3. Infrastruktur administrasi, meliputi penegakan hukum, kontrol administrasi dan koordinasi.

Sementara menurut Lothar A. Kreck dalam Yoeti, 1996 mengungkapkan bahwa yang termasuk dalam kategori prasarana (*infrastructures*) pariwisata yaitu obyek, akses, akomodasi, fasilitas, transportasi, *catering service*, aktifitas rekreasi, pembelanjaan, komunikasi, sistem perbankan, kesehatan, keamanan, kebersihan, sarana ibadah dan promosi. Wong, (2008) menjelaskan bahwa yang termasuk dalam infrastruktur pariwisata yaitu jalan, bandara, fasilitas pariwisata, resor, hotel, restoran, toko, lapangan golf dan marina.

Spillane (1987) menginformasika ada lima unsur industri pariwisata yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata, yaitu:

**a. *Attractions* (daya tarik)**

*Attractions* dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti pantai, kebun binatang, keratin, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festivalfestival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.

**b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)**

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat

dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *support industries* yaitu toko *souvenir*, *took* cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

**c. *Infrastructure* (infrastruktur)**

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

**d. *Transportations* (transportasi)**

Dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.

**e. *Hospitality* (keramahmataman)**

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta

keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

Pariwisata sebagai sebuah sistem, antar komponen terjadi hubungan interdependensi, yang berarti bahwa perubahan dalam salah satu subsistem akan menyebabkan terjadinya perubahan yang baru.

Fannel (1999) dalam Unggal Priyadi (2016) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan suatu sistem yang dapat dipandang sebagai:

*The interrelated system that includes tourists and the associated services that are provided and utilised (facilities, attractions, transportation, and accommodation) to aid on their movement”.*

Untuk pengembangan industri wisata, tanpa kecuali wisata halal pasti dibutuhkan infrastruktur yang mendukung keberlangsungannya. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, niscaya industri yang akan dibangun tidak akan berkembang secara maksimal sebagaimana yang diharapkan. Jika di satu kawasan, dimana destinasi wisata halal baru dikembangkan, maka sukar untuk mendapat fasilitas seperti tempat untuk melakukan shalat. Atau pun jika ada, namun sangatlah tidak memadai, akhirnya para wisatawan tidak akan merasakan kepuasan sesuai yang diharapkan, (Djakfar, 2017).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Indonesia dan kemudian diperjelas dengan konsep *great* dalam pemasaran pariwisata Indonesia. Konsep *great* merupakan pendekatan pengembangan

perwilayah kepariwisataan yang mengintegrasikan dimensi infrastruktur, aksesibilitas, konektivitas, aktivitas, vasilitas, hospitalitas dan preferensi pasar terkait pemilihan pintu masuk atau *point of distribution*, pola pergerakan wisatawan, kesiapan dan kepastian bisnis dan tata manajemen pariwisata dalam rangka meningkatkan optimalisasi nilai manfaat dan dampak positif bagi masyarakat, bisnis dan daerah. Pariwisata tumbuh menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia dan menjadi lokomotif untuk penerimaan devisa negara, pengembangan usaha, pembangunan infrastruktur serta penyerapan tenaga kerja, (Kemenpar, 2015).

Selain itu, menurut Muhammad Djakfar (2018) menginformasikan bahwa yang termasuk dalam infrastruktur wisata hahal yaitu:

## **1. Perhotelan**

Dunia pariwisata, butuh akan infrastruktur pendukung, sebagai prasyarat, sekaligus prakondisi keberlangsungan dan kesempurnaannya. Antara lain adalah ketersediaan hotel sebagai tempat menginap para wisatawan. Terutama bagi wisatawan dari tempat yang jauh atau manca negara, kehadiran sebuah tempat akomodasi sangatlah vital sekali agar kebutuhan istirahat bagi mereka dapat terpenuhi, (Muhammad Djakfar, 2018)

Menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 37/PW-340/MPPT-86, hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan layanan penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial, (Bagyono, 2021)

Sedangkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 67 tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata Republik Indonesia Pasal 67 dinyatakan bahwa “Pelayanan pokok usaha hotel yang harus disediakan sekurang-kurangnya harus meliputi penyediaan kamar tempat menginap, penyediaan tempat dan pelayanan makan minum, penyediaan pelayanan pencucian pakaian dan penyediaan fasilitas lainnya. Peraturan Pemerintah tersebut secara implisit memberikan definisi mengenai kata hotel.

Bertitik tolak dari kedua definisi di atas dapat dipahami bahwa ada dua fungsi penting dalam bisnis perhotelan, yakni menjual produk riil yang kasat mata (*tangible product*) dalam wujud kamar (dengan berbagai fasilitasnya) dan konsumsi (makanan dan minuman). Di samping menjual yang tidak tampak (*intangible product*) yakni jasa pelayanan yang dapat dirasakan.

Oleh karena itu kedua bentuk produk tersebut dalam perspektif fikih tidak boleh ada aspek apa pun yang kontra produksi dengan hukum Islam, sebagai konsekuensi dari karakter sebuah hotel yang berprerdikat halal. Misalnya bebas dari berbagai jenis makanan yang memabukkan dan mengandung bahan yang haram dikonsumsi. Mengedepankan pelayanan yang mencerminkan ajaran etika dalam Islam yang tidak saja nampak baik secara lahir, namun juga batin secara padu seperti amanah, jujur, ramah, terbuka, dan perilaku terpuji lainnya.

Kehadiran hotel syariah pada hakikatnya merupakan upaya melindungi keberagaman wisatawan Muslim dari dampak negatif berbagai anasir yang dapat menciderai

keyakinan agamanya, dalam hal ini adalah Islam. Atau, dengan kata lain, kehadiran hotel yang berlabel syariah tidaklah berarti akan menciptakan sekelompok komunitas eksklusif, dalam arti yang berkonotasi negatif. Namun tidak lain adalah sebagai sebuah konsekuensi karena semakin maraknya wisata halal, baik di negeri Muslim maupun negeri sekuler sekali pun. Bukankah perkembangan usaha perhotelan di Indonesia selaras dengan kemajuan di bidang pariwisata, (Bagyono, 2021). Kendati sejatinya hal ini juga akan terjadi di mana pun saja dan kapan pun saja di dunia. Atau dengan kata lain, perhotelan adalah merupakan bidang usaha yang berkembang seiring dengan kemajuan sektor pariwisata, (Bagyono, 2021)

## **2. Restoran**

Soekresno (2001) mendefenisikan restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara profesional. Menurut Marsum (2005) restoran adalah suatu tempat ataupun bangunan yang dikelola secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum. Dalam Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014, menjelaskan restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

Dari definisi-definisi menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan restoran adalah tempat untuk menjual makanan dan minuman yang mengutamakan fasilitas dan pelayanan

yang ramah sebagai nilai jualnya walaupun harga yang ditawarkan bisa lebih mahal. Restoran dengan segala bentuk dan tingkatannya juga merupakan bagian sarana atau aspek penunjang kemajuan, sekaligus keberlangsungan dunia pariwisata secara universal. Karena pariwisata butuh makanan dan minuman sebagai mana lazimnya manusia pada umumnya.

Sebagai pendukung pariwisata halal restoran yang tersedia diharapkan mampu menyediakan makan dan minuman yang halal. Allah Swt telah memerintahkan umat manusia untuk mengonsumsi makanan dan minuman halal dalam kehidupan sehari-hari. Perintah memakan makanan yang baik ditujukan kepada manusia pada umumnya, termasuk seorang muslim mengadakan perjalanan sebagaimana pada QS al-Baqarah 172 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ۝

*Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.*

Wahai orang-orang yang beriman Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya. Selanjutnya pada QS al-Mu'minun: 51

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝

*Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang saleh. Sesungguhnya aku Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

### **3. Travel**

Ketersediaan travel muslim (syari'ah) yang akan memandu *travellers* muslim selama melakukan wisata kemudian didukung pula dengan *Tour Leader* Muslim yang terpercaya. Jika pengusaha travel melayani secara prima, niscaya *travellers* Muslim akan memperoleh kepuasan yang prima pula.

Daya dukung lain yang juga punya peranan penting adalah keberadaan pusat belanja yang menerapkan prinsip syari'ah agar pembeli merasa nyaman, aman, dan yang terpenting lagi perlu adanya transparansi harga yang layak dan patut. Selain itu juga adanya pelayanan yang baik kepada para pengunjung sehingga mereka akan merasakan kepuasan sesuai yang diharapkan.

Di sisi lainnya, menurut Abdul Kadir Din terdapat 10 komponen ideal yang harus terdapat pada wisata halal yaitu: (1) *Awareness* atau pengenalan terhadap destinasi wisata yang baik dengan berbagai media promosi; (2) *Atractive* atau menarik untuk dikunjungi; (3) *Accessible* atau dapat diakses dengan rute yang nyaman; (4) *Available* atau tersedia destinasi wisata yang aman; (5) *Affordable* atau dapat dijangkau oleh semua segmen; (6) *A range of accommodation* atau akomodasi yang disesuaikan dengan karakter wisatawan; (7) *Acceptance* atau sikap yang ramah dari masyarakat kepada wisatawan; (8)

*Agency* atau agen yang memastikan paket tour berjalan dengan baik; (9) *Attentiveness* atau sikap ramah yang diwujudkan dalam bentuk yang atraktif; dan (10) *Acoountability* atau akuntabilitas untuk memastikan keselamatan, keamanan, dan tidak ada korupsi.

Oleh karena itu, keberadaan infrastruktur yang memadai akan berkontribusi pada kelancaran produksi maupun distribusi barang dan jasa yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara dan meningkatkan pemerataan ekonomi di wilayah-wilayah. Infrastuktur tentunya juga dapat mendorong minat investor asing maupun domestik untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Di sisi lain infrastruktur juga memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, (Lestari dan Suhadak, 2019).

## **BAB VI**

### **KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA**

#### **A. Pengertian**

Istilah kebijakan atau *policy* ataupun kebijakan menurut perserikatan Bangsa-Bangsa diartikan sebagai pedoman untuk bertindak. Kebijakan dalam maknanya seperti ini mungkin berupa suatu deklarasi mengenai suatu dasar pedoman bertindak, suatu arah tindakan tertentu, suatu program mengenai aktivitas-aktivitas tertentu atau suatu rencana, (United Nations, 1975).

Kebijakan publik melingkupi bagian pemerintah dan masyarakat. Carl Friedrich, (dalam Agustino, 2012:7) mengemukakan kebijakan publik adalah serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kemungkinan-kemungkinan (kesempatan-kesempatan) dimana kebijakan tersebut diusulkan agar berguna dalam mengatasinya dan untuk mencapai tujuan yang dimaksud. Rian Nugroho (2009:92) mengungkapkan bahwa kebijakan publik adalah keputusan yang dibuat oleh Negara, khususnya pemerintah

sebagai strategi untuk merealisasikan tujuan Negara yang bersangkutan.

Jenkins (1978) dan Udoji (1981) seperti dikutip Sholichin Abdul Wahab (2001:4-5) mendefinisikan kebijakan publik/kebijakan negara sebagai berikut:

*"Aset of interrelated decisions taken by a political actor or group of actors concerning the selection of goals and the means of achieving them within a specified situation where these decisions should, in principle, be within the power of these actors to achieve". (serangkaian keputusan yang saling berkaitan yang diambil oleh seorang aktor politik atau sekelompok aktor politik berkenaan dengan tujuan yang telah dipilih beserta cara- cara untuk mencapainya dalam suatu situasi dimana keputusan-keputusan itu pada prinsipnya masih berada dalam batas-batas kewenangan kekuasaan dari cara aktor tersebut).*

Chief J.O. Udoji (1981) mendefinisikan kebijakan negara sebagai *"an sanctioned course of action addressed to a particular problem or group of related problems that affect society at large* (suatu tindakan bersanksi yang mengarah pada suatu tujuan tertentu yang diarahkan pada suatu masalah atau sekelompok masalah tertentu yang saling berkaitan yang mempengaruhi sebagian besar warga masyarakat).

Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa kebijakan publik menjadi suatu respon terhadap keadaan. Jadi, kebijakan publik adalah suatu keputusan pemerintah dengan maksud untuk mengatur dan mengatasi masalah tertentu maupun dalam pencapaian tujuan.

## **B. Kebijakan Pembangunan Pariwisata**

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta kepentingan nasional. Itu sebabnya kepariwisataan perlu dibangun dan dikembangkan secara efektif di suatu negara. Pembangunan nasional merupakan upaya pemerintah dalam mencapai tujuan Negara. Upaya-upaya yang dilakukan adalah dengan menetapkan kebijakan mengenai kepariwisataan yang bekesinambungan dengan kepentingan nasional.

Kebijakan pembangunan pariwisata nasional merupakan upaya untuk mendorong pelaku disektor kepariwisataan dalam mencapai sasaran yang digariskan dan tujuan yang ditetapkan. Sektor pariwisata dapat diyakini sebagai sektor andalan yang mampu memberi kontribusi bagi peningkatan devisa negara, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu sektor pariwisata masih dianggap layak dan penting untuk dikembangkan. Perkembangan pariwisata Indonesia secara menyeluruh merupakan hasil kerja berbagai pihak antara lain pemerintah, swasta dan masyarakat. Kebijakan pembangunan pariwisata nasional merupakan upaya untuk mendorong pelaku disektor kepariwisataan dalam mencapai sasaran yang digariskan dan tujuan yang ditetapkan. Pariwisata merupakan bisnis yang sangat besar dan Indonesia mempunyai peluang untuk memainkan peranan didalamnya. Dengan potensi wilayah tanah air yang terdiri dari belasan ribu pulau dan

rutasan variasi adat dan budaya yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri, maka Pariwisata akan tumbuh menjadi suatu Industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat cerah dikemudian hari bagi pembangunan nasional. Pariwisata dapat menyediakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha menumbuhkan kebudayaan dan kesenian dan bagi wisatawan domestik dan pariwisata itu berguna untuk mengasah rasa cinta tanah air dan meningkatkan disiplin Nasional. Pariwisata adalah sistem multi kompleks dengan berbagai aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi antar sesama, (Waani, 2016).

Menurut A.J, Muljadi. (2012) dalam upaya mencapai sasaran pembangunan kepariwisataan Indonesia dan berdasarkan Rencana Repelita VII pariwisata, diperlukan suatu strategi melalui kebijakan dan langkah-langkah yang harus dilaksanakan secara terus menerus. Kebijakan ini ditetapkan sebagai suatu pedoman dalam penyelenggaraan kepariwisataan. Kebijakan-kebijakan tersebut yaitu menjadikan pariwisata sebagai penghasil devisa utama, menjadikan pariwisata Nusantara sebagai pendorong pembangunan, meningkatkan ketangguhan kepariwisataan Nasional, peningkatan Sumber Daya Manusia bidang kepariwisataan, Peningkatan kemitraan masyarakat, swasta, dan media massa dan peningkatan kerja sama lintas sektoral.

Dalam pelaksanaan kebijakan pengembangan destinasi pariwisata, kemenparekraf telah menetapkan enam belas KSPN (Kawasan Startegi Pariwisata Nasional) yang tersebar di 12 provinsi sebagai fokus pembangunan. Penetapan kawasan fokus tersebut diperlukan mengingat keterbatasan sumber daya kemenparekraf. Namun dalam jangka panjang, kepariwisataan

nasional akan dikembangkan sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) tahun 2010-2025 yang mencakup 222 kawasan pengembangan pariwisata nasional dan Masterplan percepatan dan perluasan Pembunan Ekonomi Indonesia 2011-2025 yang menetapkan Koridor Ekonomi Balai, Nusantara Tenggara sebagai pintu gerbang pariwisata nasional, (Unggal Priyadi,2016).

RIPPARNAS merupakan turunan Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang mengamanatkan disusun RIPPARNAS di tingkat nasional, provinsi, kabupaten, kota. Pada prinsipnya RIPPARNAS mengatur tentang visi dan misi, tujuan dan sasaran, dan arah kebijakan strategi dan indikasi program pariwisata sampai dengan 2025. RIPPARNAS terdiri dari empat pilar utama yakni membangun industri pariwisata, membangun destinasi, membangun dan mengembangkan pemasaran pariwisata, membangun dan mengembangkan kelembagaan pariwisata. Berdasarkan dokumen tersebut telah ditentukan 50 destinasi pariwisata nasional, 88 kawasan strategi pariwisata nasional, dan 222 kawasan pengembangan pariwisata nasional.

Dalam menjaga keberlanjutan pariwisata, maka berbagai formulasi kebijakannya harus mempertimbangkan jaringan potensial pariwisata, bukan kebijakan terfregmentasi, karena kebijakan pariwisata tidak bisa dipahami dengan menjumlahkan tema-tema kebijakan sederhana, tetapi harus melalui pengkajian secara holistik untuk memahami konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan sehingga dapat melahirkan kebijakan yang tepat untuk kemajuan pariwisata.

Di samping itu, pengembangan pariwisata dewasa ini membutuhkan sistem desentralisasi dan dengan melibatkan seluruh *stakeholder* kepariwisataan. Kebijakan pengembangan pariwisata menurut Akehurst harus diletakkan sebagai *“A strategy for development of the tourism sector that establishes objectives and guidelines as a basis for what needs to be done. This means identifying and agreeing objectives; establishing priorities; placing in a community context the roles of national governments, national tourist organizations, local governments, and private sector usinesses; establishing possible co-ordination and implementation of agreed programmes to solve identified problems, with monitoring and evaluation of these program,*( I Gde Pitana dan Surya Diarta, 2009)

Dalam menunjang kesuksesan pengembangan kawasan pariwisata, sistem perencanaannya harus menggabungkan aspek aksesibilitas, karakteristik dari infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan (kompatibilitas) dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi masyarakat lokal, dan seterusnya, ,(I Gde Pitana dan Surya Diarta, 2009).

### **C. Konsep Wisata Halal**

Potensi wisatawan yang tinggi ditambah dengan keadaan penduduk Indonesia yang mayoritas Muslim telah memunculkan sebuah konsep baru dalam dunia pariwisata yaitu wisata halal. Konsep ini merupakan bentuk dari perkembangan industri pariwisata yang muncul secara global (Suid & Nor, 2017). Pariwisata dengan mengusung konsep halal telah menjadi sebuah peluang bagi negara bahkan untuk

negara dengan minoritas Muslim sekalipun karena konsep ini terlihat mampu untuk dinikmati semua kalangan. Bagaimana negara dengan minoritas Muslim tersebut mengambil sebuah peluang terutama untuk menarik masyarakat dunia yang beragama Muslim untuk melakukan perjalanan wisata ke negaranya.

Perkembangan pariwisata dengan konsep halal tersebut juga terjadi di Indonesia sehingga Indonesia mulai menggunakan sebuah konsep wisata halal dalam beberapa produk pariwisatanya. Wisata halal sendiri bukan sebuah wisata yang khusus untuk umat Muslim semata melainkan sebuah konsep yang bersifat umum atau terbuka untuk semua wisatawan dengan perbedaan keyakinan (agama), suku, dan budaya. Dalam konsep ini, yang diutamakan adalah bagaimana sebuah pariwisata mampu untuk mengedepankan nilai-nilai serta norma Islam sebagai landasan dasarnya (Widagdyo & Kurniawan, 2015).

Pariwisata ini juga merupakan sebuah konsep pariwisata yang terbuka untuk umum tanpa membedakan agama, suku, kebudayaan, dan lain sebagainya selama aktivitas pariwisata tidak bertentangan dengan syariat Islam (Ahmed & Atilla, 2018). Konsep ini telah memiliki tujuan untuk wisatawan Muslim dan non-Muslim sehingga pengembangan pariwisata halal sangat penting karena memiliki manfaat tidak terbatas yang terbuka untuk semua kalangan (Jaelani, 2017). Keberadaan pariwisata halal telah membuka pandangan bahwa pariwisata ini tidak eksklusif untuk Muslim semata.

Pariwisata halal tidak lagi dipandang murni masalah agama namun telah memasuki ranah bisnis dan perdagangan dengan landasan agama dan konsep ini merupakan sebuah komponen dari bisnis halal. Pariwisata halal telah membuka ruang tersendiri bagi non-Muslim untuk mengenal budaya Islam dan karakter Islam dengan cara yang menyenangkan yaitu pariwisata. Hal yang menarik dalam pariwisata halal adalah tidak ada pengorbanan agama (ibadah wajib) ketika melakukan perjalanan wisata sehingga banyak negara yang mulai menggunakan konsep *halal* untuk pariwisata agar mampu menarik wisatawan. Negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Turki, dan lain sebagainya telah memasuki industri pariwisata halal untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Ahmad & Atilla, 2018). Bahkan negara-negara dengan minoritas Muslim telah melihat hal ini sebagai peluang untuk meningkatkan pariwisata negaranya. Terlebih, produk dan layanan halal telah menjadi populer tidak saja pada kalangan Muslim semata namun diantara kalangan non-Muslim karena telah dikenal akan kualitasnya. Selain itu, industri halal sendiri telah menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk saling menghormati dan kerjasama yang jujur (Candra, 2014).

Di Indonesia sendiri, pariwisata juga dianggap sebagai perjalanan individu maupun kelompok dengan tujuan untuk melakukan kegiatan menyenangkan atau rekreasi (UU No 10 Tahun 2009).

Tajzadeh Namin A.A. (2013) dalam *Value Creation in Tourism: An Islamic Approach* memberikan penjelasan tentang wisata yang bersumber dari al-Qur'an berikut ini:

*review of the verses of the Holy Quran shows that traveling and exploration have been emphasized at least in seven verses; 1. Studying the life of the people of the past (QS. 3: 137); 2. Studying the destiny of the people of the past (QS. 30:42); 3. Studying how prophets were raised (QS. 16: 36); 4. Studying the life of evildoers (QS. 6: 11); 5. Thinking about the creation; 6. Thinking about what happened to wrongdoers; 7. Visiting safe and prosperous towns (QS. 34: 11); 8. The Holy Quran calls people to travel and to learn lessons from what happened to the infidels and deniers of divine signs; 9. In general, it can be said that traveling helps people achieve theoretical and practical explanations and to reaffirm their faiths in the resurrection day. Traveling helps people learn from the past and prevents tyranny and oppression; and 10. Travelling improves sight, hearing, and inner knowledge and rescue people from inactivity and inanition.*

Pengertian wisata religi dikembangkan pula sebagai semua upaya pemasaran dan pengembangan produk yang diarahkan pada umat Islam, meskipun tidak terkait motivasi agama (Henderson, 2010), atau upaya yang menekankan pentingnya turis Muslim dan non-Muslim sebagai pasar baru dan tujuan untuk pariwisata (Ala Hamarneh, 2011); Dengan kata lain, *Islamic tourism* untuk mempromosikan pariwisata di kalangan umat Islam, mengembangkan tujuan wisata baru, dan memperkuat kerjasama antar organisasi dan antar-pemerintah di Dunia Islam.

*Islamic tourism can be defined as traveling activities of Muslims when moving from one place to another or when*

*residing at one place outside their place of normal residence for a period less than one year and to engage in activities with Islamic motivations. It should be noted that Islamic activities must be in accordance with generally accepted principles of Islam; i.e. halal (Zamani Farahani and Anderson, 2010).*

Dari penjelasan diatas, maka indikator wisata Halal dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Konsep budaya dalam kaitannya dengan pariwisata Islam (situs budaya-agama Islam).
- b. Pariwisata identik dengan Muslim (tunduk pada kepatuhan dengan nilai-nilai Islam), meskipun dapat diperluas yang mencakup non Muslim.
- c. Wisata religi (ziarah dan kunjungan ke tempat-tempat suci di seluruh dunia Islam).
- d. Pariwisata Islam yaitu suatu pariwisata dengan dimensi moral baru yang didasarkan pada nilai-nilai yang dapat diterima, berdimensi etis dan memiliki standar transendental.
- e. Wisata Islam yaitu perjalanan yang bertujuan dengan motivasi “keselamatan” atau kegiatan yang berarti berasal dari motivasi Islam.
- f. Pariwisata Islam berfokus pada isu-isu seperti keterlibatan (Muslim), tempat (tujuan Islam), produk (daerah tempat tinggal, makanan, dan minuman), dimensi (ekonomi, budaya, agama, dan lain-lain), dan pengelolaan proses pelayanan (pemasaran dan isu-isu etis). Motivasi dan niat yang sangat penting dalam Islam, karena mereka terkait dengan sikap dan tujuan mereka.

Dalam membangun pariwisata yang halal maka perlu adanya kebijakan-kebijakan yang harus diterapkan dan

dijalankan supaya wisata Islami dapat di bangun dengan baik sesuai ketentuan syariat Islam sehingga wisatawan mendapat kenyamanan saat berwisata.

Undang-Undang RI Nomor 10.Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, bab I, pasal 3, dinyatakan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
2. Meningkatkan kesejahteraan rakyat;
3. Menghapus kemiskinan;
4. Mengatasi pengangguran;
5. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
6. Memajukan kebudayaan;
7. Mengangkat citra bangsa;
8. Memupuk rasa cinta tanah air;
9. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan
10. Mempererat persahabatan antarbangsa

Di samping itu, kepariwisataan diselenggarakan dengan prinsip-prinsip:

1. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;

2. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;
3. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
4. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
5. Memberdayakan masyarakat setempat;
6. Menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan;
7. Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
8. Memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (UU Pariwisata, Bab III, 2009).

Di Indonesia sendiri, pariwisata halal telah menjadi suatu bagian penting dalam sektor pariwisata atau dalam pariwisata nasional. Selain itu, Dewan Syariah Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa sebagai pedoman para penyelenggara pariwisata halal agar dapat melakukan bisnisnya sesuai prinsip Islam serta untuk menunjang pariwisata halal agar terus berkembang dan mampu memperkuat pariwisata nasional.

Pariwisata halal telah menjadi suatu industri yang memberikan dampak positif baik dinegara mayoritas maupun minoritas Muslim. Jika sebelumnya industri ini tampak eksklusif karena terpagari oleh sesuatu (kegiatan) yang disebut '*haram*' maka pariwisata halal telah menjadi suatu pilihan menarik karena menjadi suatu kegiatan tanpa harus

mengorbankan agama dengan menyentuh unsur ‘*haram*’ (Ahmed & Atilla, 2018).

#### **D. Kebijakan Pengembangan pariwisata**

Dalam sejarahnya, kebijakan pengelolaan kepariwisataan Indonesia mengalami perkembangan dalam tiga tahap, yaitu:

1. Tahun 1961-1969, kebijakan kepariwisataan yang lebih menekankan pada pariwisata sebagai media interaksi antarbangsa dan dasar pembentukan tatanan kebudayaan universal. Pada tahap ini, pariwisata menjadi kegiatan yang berfungsi sebagai saluran penghubung antarbangsa yang memperlihatkan ragam budaya yang hidup dan berkembang di berbagai negara tujuan wisata. Kesamaan dan perbedaan kebudayaan suatu bangsa yang diperlihatkan melalui berbagai kegiatan pariwisata telah menginisiasi lahirnya tatanan kebudayaan universal yang berlaku di setiap bangsa.
2. Tahun 1969-1998, kebijakan pariwisata yang lebih menekankan pada kepariwisataan sebagai sumber devisa. Pada tahap ini, kegiatan pariwisata didasarkan pada pendekatan pertumbuhan optimal yang sangat mendorong kehancuran potensi-potensi pariwisata, seperti sikap dan perilaku masyarakat, budaya, dan lingkungan hidup. Seluruh kegiatan pariwisata diarahkan pada pertumbuhan ekonomi setinggi-tingginya, tanpa memperhitungkan kelanjutan kegiatan tersebut. Selain itu, dampak dari

pendekatan ini juga menimbulkan perlakuan yang tidak adil terhadap masyarakat dalam penetapan dan pelaksanaan kebijakan, merampas hak-hak privat masyarakat, lingkungan, dan keaslian sistem sosial budaya masyarakat.

3. Tahun 1999-Sekarang, kebijakan pariwisata diletakkan kembali pada status dan fungsi kepariwisataan semula, yaitu pengembangan pariwisata yang didasarkan pada pendekatan sistem, yaitu suatu pendekatan yang utuh, terpadu multidisipliner, partisipatoris, dengan kriteria ekonomis, teknis, sosial budaya, hemat energi, melestarikan alam, dan tidak merusak lingkungan

Meskipun termasuk negara yang memiliki keunggulan destinasi wisata dan menjadi tujuan pavorit kunjungan wisatawan dunia, namun indeks daya saing Indonesia dalam percaturan pariwisata dunia masih berada pada peringkat ke- 4. Kondisi ini telah membangkitkan tekad kuat Indonesia untuk terus menggalakkan sektor pariwisata

Maka semenjak diundangkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan pada tanggal 16 Januari 2009, maka pada prinsipnya keseluruhan kebijakan penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia harus mendasarkan diri pada prinsip dan kaidah yang terdapat pada Undang-Undang kepariwisataan tersebut beserta segenap peraturan perundangan pelaksanaannya.

Ada suatu prinsip penting tentang penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia yang telah diamanahkan oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, yaitu bahwa

penyelenggaraan pembangunan kepariwisataan di Indonesia harus dilakukan berdasarkan pada asas: manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan, dan kesatuan, yang kesemuanya diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memerhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata, (Bambang Sunaryo, 2013).

Dalam Undang-Undang Nomo 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pembangunan kepariwisataan terdapat 4 komponen seperti berikut:

#### **a. Industri pariwisata**

Industri Pariwisata dapat diartikan sebagai himpunan bidang usaha yang menghasilkan berbagai jasa dan barang yang dibutuhkan oleh mereka yang melakukan perjalanan wisata. Menurut S. Medlik, setiap produk, baik yang nyata maupun maya yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan tertentu manusia, hendaknya dinilai sebagai produk industri. Jika sejempit kesatuan produk hadir di antara berbagai perusahaan dan organisasi sedemikian sehingga memberi ciri pada keseluruhan fungsi mereka serta menentukan tempatnya dalam kehidupan, hendaknya dinilai sebuah industri.

Industri pariwisata adalah kegiatan negara atau rakyat yang memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan (profit). Karena industri pariwisata dikelola secara ekonomi, dengan mengedepankan kaidah-kaidah ekonomi. Industri pariwisata

adalah industri jasa, dan bukan industri berat yang menghasilkan barang-barang teknologi. Bahkan disebut sebagai industri pelayanan (*service*).

Berdasarkan Undang-Undang Pariwisata No 10 tahun 2009, Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barangan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Industri pariwisata adalah industri yang kompleks, yang meliputi industri-industri lain. Dalam kompleks industri pariwisata terdapat industri perhotelan, industri rumah makan, industri kerajinan/ cendera mata, industri perjalanan, dan sebagainya, ( R.G. Soekadijo, 2000)

Berdasar pengertian di atas menurut penulis industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling berkaitan dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Sebagaimana yang dikemukakan UNWTO (*United Nations World Tourism Organiation*) dalam *the International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, industri pariwisata meliputi; akomodasi untuk pengunjung, kegiatan layanan makanan dan minuman, angkutan penumpang, agen perjalanan wisata dan kegiatan reservasi lainnya, kegiatan budaya, kegiatan olahraga dan hiburan. UNWTO merupakan Badan Kepariwisata Dunia dibawah naungan PBB.

G. A. Schmool memberi batasan tentang industri pariwisata sebagai “ *Tourist is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them*”

Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya (Muhammad Tahwin, 2003)

## **b. Destinasi pariwisata**

Daerah pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta, masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Destinasi wisata halal menjadi *brand* baru misalnya negara Jepang adalah salah satu destinasi wisata yang menarik wisatawan Muslim dari Indonesia, Malaysia, dan negara-negara lain di Timur Tengah, (Awalia 2017) dan (Wahidati and Sarinastiti 2018).

Pariwisata Halal adalah konsep pengembangan destinasi wisata yang memberikan fasilitas dan kenyamanan pada masyarakat beragama Muslim tanpa mendiskriminasikan wisatawan non-muslim, (Kusumaningrum et al. 2017). Yang

dikenal dengan istilah *halal tourism* merupakan segmen pariwisata yang melibatkan wisatawan muslim (*muslim traveler*). Menurut Crescen Rating, ketika orang Islam melakukan perjalanan, di dalamnya terdapat halal travel, yaitu kebutuhan berbasis keimanan saat mereka bepergian untuk tujuan yang diperbolehkan (halal) (Abd. Hakim, Huda, and Aziz 2019).

Menurut Fatwa DSN MUI No.108 Tahun 2016 menjelaskan destinasi Wisata Halal adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah (Fatwa DSN MUI No.108 Tahun 2016).

Menurut Bambang Sunaryo (2013) sistem destinasi pariwisata terdiri:

1. Objek dan daya tarik, yang mencakup: daya tarik yang bias berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupunbuatan/ artifical, seperti event atau yang sering disebut sebagai minat khusus.
2. Aksebilitas, yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau jalan transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan, dan moda transportasi yang lain
3. Amenitas, yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan, retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas

kenyamanan lainnya. Fasilitas pendukung yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.

4. Kelembagaan yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

Pengembangan Pariwisata halal tidak terlepas dari konteks perwilayahan. Leiper menyatakan bahwa daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata adalah daerah yang memiliki obyek-obyek yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal atau yang berasal dari berbagai negara dan tersedianya fasilitas penunjang transportasi dan akomodasi (Martinus Tulit Beni, IGB Arjana 2014). Sementara Gunn (2014) menyatakan bahwa destinasi wisata merupakan suatu tempat yang tidak saja menyediakan segala sesuatu yang dapat dilihat wisatawan, namun juga menawarkan aktivitas yang dapat dilakukan pada tempat tersebut dan menjadi daya tarik yang memikat orang untuk berkunjung ke tempat tersebut. Selanjutnya menurut amanah dari Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan). Pada umumnya, ketika letak geografis destinasi bertepatan dengan batas-batas wilayah hukum politik seperti negara, negara bagian, provinsi, kotamadya, atau "negara kota", secara konseptual dan

manajerial hal tersebut lebih efektif dalam menampung masa atau kelompok (cluster) serta menjadi daya tarik wisata sehingga mampu memberikan pengalaman kunjungan yang menarik wisatawan datang ke destinasi untuk tujuan berwisata (Morrison 2013).

Sebuah destinasi pariwisata memiliki dua peran utama dan sejumlah peran pendukung. **Peran pertama** meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi warga yang tinggal di sekitar wilayah destinasi tersebut. **Peran kedua** dapat menyediakan lapangan usaha tambahan bagi kesejahteraan penduduk dengan menawarkan berbagai kegiatan atau "pengalaman pariwisata" (Ritchie & Crouch, 2003, h. 191). Destinasi pariwisata merupakan tujuan bagi para wisatawan, termasuk wisatawan muslim/halal traveler. Sebagaimana diketahui bahwa halal traveler merupakan segmen pasar wisata yang baru dan berkembang dengan cepat. Fenomena ini sangat penting disikapi dengan baik, terutama dalam penanganan kebutuhan perjalanan para wisatawan Muslim. Kebutuhan perjalanan mereka harus tersedia di setiap destinasi wisata yang dikunjungi oleh segmen ini. Penyediaan produk layanan yang memadai.

Di daerah tujuan wisatawan membutuhkan layanan jasa untuk menjawab tiga kebutuhan wisatawan yakni: (a) *something to see* yaitu sesuatu yang dilihat, diamati, disaksikan atau ditonton bersifat unik dan atraktif. (b) *Something to do*: sesuatu yang ingin dilakukan berupa kegiatan yang menghibur dan menyenangkan, dan (c) *Something to buy*: sesuatu yang ingin dibeli sebagai cendra mata (*soevenir*) berupa produk yang khas daerah serta mudah di kemas. Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa destinasi

pariwisata adalah suatu wilayah yang mempunyai keunikan dan keunggulan yang mampu membuat wisatawan berkunjung ke tempat tersebut untuk beberapa waktu dan memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan pariwisata.

Destinasi wisata Indonesia tersebar di berbagai wilayah Indonesia, disebabkan Indonesia memiliki keunggulan dan keunikan serta fasilitas yang memadai untuk melaksanakan kegiatan pariwisata halal. Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata halal di dunia hal ini dibuktikan Indonesia ditetapkan sebagai destinasi wisata halal (*halal tourism*) terbaik dunia 2022 pada *standar Global Muslim Travel Index* (GMTI) mengungguli 138 destinasi dari seluruh dunia. Tahun 2022, Indonesia mendapat peringkat kedua wisata halal dunia, (Ferdiansyah H., Endyana C., Rachmat H. 2020).

Pengelolaan suatu destinasi pariwisata melibatkan pengelola dari berbagai pihak, baik pemerintah, industri, dan masyarakat yang secara holistik saling terkait yang tentunya akan menimbulkan implikasi terhadap isu koordinasi internal maupun eksternal dalam pengelolaannya. Peran pemerintah pada awal perkembangan kebijakan pemerintah di bidang kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pariwisata internasional yang berangsur-angsur menjadi fenomena massa. (Jefries David, *Governments and Tourism*, h.22, 2001).

Untuk mewujudkan peran destinasi pariwisata halal yang berkelanjutan, diperlukan kebijakan dan regulasi yang mengatur penggunaan sumberdaya destinasi serta keterlibatan para pemangku kepentingan dalam menjalankan peran sebagai tempat kunjungan yang ramah bagi wisatawan muslim.

Aturan tentang pariwisata syariah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dengan menerbitkan Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan prinsip syariah Nomor 108/DSN-MUI/X/2016. Semua hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kesiapan untuk menjadi destinasi wisata halal terbaik di dunia untuk tahun berikutnya. Selain semua faktor pendukung tersebut, terdapat berbagai upaya pemerintah dalam mendorong setiap daerah di Indonesia untuk meningkatkan kualitas wisata halal yang mereka miliki salah satunya dalam bentuk pemberian apresiasi terhadap daerah wisata halal di Indonesia.

Oleh karena itu, dalam pengembangan wisata halal diharapkan menerapkan unsur pengembangan destinasi yang ramah keluarga, layanan dan fasilitas yang ramah Muslim, sadar halal dan program pemasaran destinasi yang dapat distimulasikan dengan pemanfaatan konsep *smart tourism* dengan membangun unsur *informativeness*, *accessibility*, *interactivity*, *personalization* untuk wisatawan *Muslim*, (Ferdiansyah H., Endyana C., Rachmat H. 2020).

### **c. Pemasaran pariwisata**

Pemasaran merupakan suatu fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang, menentukan target mana yang paling baik dilayani oleh organisasi dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

Menurut Krippendorf (1990), merumuskan pemasaran pariwisata sebagai berikut: “*marketing in tourism to be understood as the systematic and coordinated execution of*

*business policy by touristundertaking whether private or state owned at local, regional, national and international level to achieve optimal of satisfaction of the needs of identifiable consumers group and in doing so to achieve an appropriate return”.*

Menurut wahab dalam (Yoeti, 2002) pemasaran pariwisata adalah suatu proses manajemen yang mana organisasi kepariwisataan nasional atau perusahaan-perusahaan industry pariwisata menentukan aktual dan potential tourist, mengadakan komunikasi dengan mereka untuk menentukan serta mempengaruhi keinginan, kebutuhan, motivasi, kesukaan dan ketidak sukaan pada daerah lokal, regional, nasional dan internasioanl dan kemudian merumuskan serta menyesuaikan obyek pariwisata untuk mencapai kepuasan optimal para wisatawan, dengan demikian tercapailah tujuan.

Beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud pemasaran pariwisata adalah suatu sistem koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata, baik milik swasta maupun pemerintah, baik dalam ruang lingkup lokal maupun internasional untuk mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar.

#### **d. Kelembagaan kepariwisataan**

Djogo, Sunaryo, dan Sirait (2003) menyebutkan bahwa pada umumnya definisi lembaga mencakup konsep pola perilaku sosial yang sudah mengakar dan berlangsung terus menerus atau berulang Kelembagaan berisikan dua aspek

penting yaitu; “aspek kelembagaan” dan “aspek keorganisasian.

Keberadaan lembaga kepariwistaan memiliki peran yang sangat penting dalam mengemas produk dan layanan pariwisata dilihat dari faktor-faktor penarik pariwisata yang mendorong wisatawan berkunjung dan *tourist service* (*amenitas, akomodasi, aksesibilitas, dan ancillary service*), (Muhammad Indra Hadi WIjaya, 2020).

Lembaga organisasi yang bergerak dibidang kepariwisataan pada kenyataannya dapat berada di tingkat masyarakat, swasta/ industri atau bisnis, maupun di tingkat pemerintah dalam rangka untuk mempermudah pengelolaan dan mempercepat pencapaian tujuan pembangunan kepariwisataan itu sendiri. Sedangkan yang dimaksud dengan kelembagaan dalam pengertian ini lebih mengacu pada keseluruhan regulasi yang mengatur tata kelola kepariwisataan tadi, yang dapat terdiri dari peraturan dan pelaksanaannya, ( Bambang Sunaryo, 2013)

#### **e. Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia sebagai salah satu sumber daya yang ada dalam organisasi memegang peranan penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Keberhasilan atau kegagalan tergantung pada kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan tugas dan fungsinya (Samsuni, 2017).

Sedangkan Sumber Daya Manusia (SDM) menurut (Notoatmojo, 2010) adalah merupakan faktor yang sangat

sentral dalam organisasi, apapun bentuk dan tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia. Pentingnya Sumber Daya Manusia dalam suatu organisasi, menuntut setiap organisasi mendapatkan pegawai yang berkualitas dan produktif untuk menjalankan organisasi. Oleh karena itu sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang paling utama pada suatu perusahaan selain faktor modal. Maka dari itu SDM sangat diperlukan untuk dikelola dengan baik agar efektivitas dan efisiensi organisasi semakin meningkat baik, (Hariandja, 2002).

Lebih lanjut Sumarsono (2003) mengungkapkan sumber daya manusia (*human resources*) memiliki 2 arti yang berbeda di antaranya adalah: ***Pertama***, merupakan suatu usaha kerja atau jasa yang memang diberikan dengan tujuan dalam melakukan proses produksi. Dengan kata lain Sumber Daya Manusia adalah kualitas usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu yang telah ditentukan agar menghasilkan barang atau jasa. Kemudian yang ***kedua***, adalah Sumber Daya Manusia masih terkait dengan hal yang pertama dimana manusia yang mampu bekerja kemudian menghasilkan sebuah jasa dari usaha kerjanya tersebut bisa bekerja, artinya mampu melakukan berbagai kegiatan yang memiliki nilai ekonomis atau kata lain kegiatan tersebut bisa menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan serta masyarakat.

Sumber Daya Manusia pada pariwisata adalah potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi alam untuk mencapai kesejahteraan yang seimbang dan berkelanjutan di bidang kepariwisataan,

(Djakfar, 2017). Atau dengan kata lain, “semua orang yang berkecimpung dan atau menyumbangkan tenaga dan pikirannya pada seluruh potensi yang terkandung di dalam usaha pariwisata demi tercapainya kesejahteraan dalam tatanan yang berkeeseimbangan dan berkelanjutan”.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menyatakan: sumber daya manusia di bidang pariwisata adalah “sumber daya manusia yang terlibat dalam berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang tersedia oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”. Sumber daya manusia yang mendukung kegiatan wisata, (berwujud dan tidak berwujud) bertujuan memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan kelestarian lingkungan wisata. Menurut Sedarmayanti (2014) Sumber daya manusia di bidang pariwisata terdiri dari:

- a) Sumber daya manusia yang berada di lembaga pemerintahan: menghasilkan kebijakan/peraturan dalam pembangunan pariwisata
- b) Sumber daya manusia yang berada di lembaga pendidikan namun belum terlibat langsung usaha pariwisata terdiri: manajemen/karyawan pendidik dan anak didik (mahasiswa).
- c) Sumber daya manusia yang terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata pihak yang berperan menghasilkan produk dan jasa bagi wisatawan dalam kegiatan usaha formal.

- d) Pengelola usaha pariwisata, meliputi: pengusaha sektor formal usaha pariwisata yang mengelola berbagai usaha pariwisata.
- e) Pekerja/karyawan usaha pariwisata yang bernaung dibawah satu usaha pariwisata lembaga formal.

Dari beberapa pengertian pariwisata di atas, menurut hemat penulis yang dimaksud dengan Sumber Daya Manusia pariwisata adalah semua aspek manusia yang mendukung kesatuan wisata baik bersifat *tangibel* dan *intangible* yang memahami ilmu syari'ah dan professional dalam rangka mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif untuk mencapai kesejahteraan yang seimbang dan berkelanjutan dibidang kepariwisataan.

Dalam kajian pariwisata yang menyangkut persoalan manusia dengan masyarakat, manusia dengan alam, bahkan manusia dengan Tuhan, menjadi paradigma baru dalam mengembangkan pariwisata, hal ini menyangkut berbagai alasan:

1. Pariwisata bukanlah suatu kegiatan yang berada di ruang hampa namun besentuhan langsung dengan hidup dan kehidupan.
2. Pariwisata sangat bersifat dinamis dan kreatif.
3. Pariwisata tidaklah eksklusif, dalam arti bahwa pariwisata tidak hanya menyangkut satu bangsa dan golongan tertentu.
4. Pariwisata selalu mempertemukan dua atau lebih kebudayaan yang berbeda.

Dalam kaitan dengan keberlangsungan dunia wisata tidak lepas dari daya dukung lain yang sangat krusial yang berupa sumber daya manusia, baik dalam kapasitasnya sebagai penguasa, pengusaha, pemandu wisata (pramuswisata), kaum intelektual (ulama) dan masyarakat luas.

Perlu dipahami bahwa industri pariwisata adalah menjual jasa. Oleh karena itu, sertifikasi Sumber Daya Manusia merupakan suatu keniscayaan. Maka berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, Sumber Daya Manusia pariwisata dikategorikan berdasarkan lembaganya dapat dipetakan sebagai berikut:

1. Institusi Pemerintah dan atau Pemerintah Daerah
2. Institusi Swasta/Industri
3. Masyarakat

Khusus untuk Sumber Daya Manusia industri pariwisata halal, diharapkan memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip syari'ah Islam agar mereka mampu mengimplementasikan ajaran *maqashid al-syari'ah* ke dalam dunia pariwisata. Karena itu dari kalangan mereka dituntut agar memiliki komitmen dan integritas dalam turut mengawal pembumian *maqashid al-syari'ah* di kancah pariwisata sehingga pariwisata halal benar-benar mampu mengekspresikan ajaran syari'ah kapan dan dimana pun saja.

Sebagaimana diisyaratkan dalam Undang-Undang No. 9 tahun 2010. Tentang kepariwisataan sertifikat kompetensi dan sertifikat usaha menjadi suatu keharusan. Namun pariwisata adalah bisnis pelayanan (*hospitality*

*industry*) sehingga kompetensi adalah hal yang lebih mendasar yang harus diperhatikan di samping kompetensi teknik yaitu adanya *Soft competency* yang terdiri atas kecerdasan intelektual emosi (*Emotional quotient-EQ*) dan kecerdasan spiritual (*Spiritual Quatient-SQ*), yang lebih memandang sumber daya manusia yang utuh.

Di sisi lain, Dewan Syari'ah Nasional (DSN) MUI telah menerbitkan Fatwa Nomor: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan prinsip syari'ah yang menjadi landasan standarisasi aspek-aspek wisata halal. Untuk mempercepat implementasi fatwa ini, nampaknya DSN-MUI mencoba bekerjasama dengan semua pihak terkait untuk membuat standar yang akan dirumuskan, antara lain yang berkaitan dengan ketentuan standarisasi dan SDM.

Standarisasi Sumber Daya Manusia diatur pada Undang-Undang No: 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengamanatkan bahwa tenaga kerja dibidang kepariwisataan wajib memiliki standar kompetensi melalui sertifikasi. Sertifikasi sangat diperlukan dalam menghadapi persaingan tenaga kerja tingkat nasional maupun internasional. Hal ini selajan dengan Pemerintah Nomor 52 tahun 2012 tentang sertifikasi kompetensi dan sertifikasi usaha di bidang pariwisata, maka ditetapkan peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia nomor 19 Tahun 2016 pasal 1:

*“Setiap tenaga kerja di bidang pariwisata yang bekerja di negara kesatuan Republik Indonesia, termasuk tenaga kerja asing, wajib memiliki sertifikat kompetensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”.*

Kompetensi merupakan suatu karakteristik yang mendasar dari seseorang individu, yaitu penyebab yang terkait dengan acuan kriteria tentang kinerja yang efektif bahwa *competency refers to an individual's knowledge, skill, ability or personality characteristics that directly influence job performance*. Artinya, kompetensi mengandung aspek-aspek pengetahuan, keterampilan (keahlian) dan kemampuan ataupun karakteristik kepribadian yang mempengaruhi kinerja, Becker dan Ulrich, (2005) dalam Yamu'alim (2014).

Menurut Powell (1997) dalam Yamu'alim (2014), kompetensi berasal dari kata "*competency*" merupakan kata benda yang diartikan sebagai 1) kecakapan, kemampuan, kompetensi; 2) wewenang. Kata sifat dari *competence* adalah *competent* yang berarti cakap, mampu, dan tangkas.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2012 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan kompetensi adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja pariwisata untuk mengembangkan profesionalitas kerja.

Hal ini diperkuat dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2004, tentang Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) menjelaskan tentang sertifikasi kompetensi kerja sebagai suatu proses pemberian sertifikat kompetensi yang dilakukan secara sistematis dan objektif melalui uji kompetensi yang mengacu kepada standar kompetensi kerja nasional Indonesia dan atau Internasional.

Ada 5 (lima) karakteristik yang membentuk kompetensi yakni:

1. Faktor pengetahuan meliputi masalah teknis, administratif, proses kemanusiaan, dan sistem serta informasi yang dimiliki seseorang dalam area spesifik tertentu.
2. Keterampilan merujuk pada kemampuan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan, kecakapan seseorang untuk menampilkan tugas fisik atau tugas mental tertentu.
3. Konsep diri dan nilai-nilai merujuk pada sikap, nilai-nilai dan citra diri seseorang, seperti kepercayaan seseorang bahwa dia bisa berhasil dalam suatu situasi yang menggambarkan tentang diri pribadi seseorang.
4. Karakteristik pribadi; merujuk pada karakteristik fisik dan konsistensi tanggapan terhadap situasi atau informasi, seperti pengendalian diri dan kemampuan untuk tetap tenang dibawah tekanan.
5. Motif; merupakan emosi, hasrat, kebutuhan psikologis atau dorongan-dorongan lain yang secara konsisten dipikirkan dan diinginkan, yang menyebabkan tindakan seseorang.

Pernyataan di atas mengandung makna bahwa kompetensi adalah karakteristik seseorang yang berkaitan dengan kinerja efektif dan atau unggul dalam situasi pekerjaan tertentu. Kompetensi dikatakan sebagai karakteristik dasar (*underlying characteristic*) karena karakteristik individu merupakan bagian yang mendalam dan melekat pada kepribadian seseorang yang dapat dipergunakan untuk

memprediksi berbagai situasi pekerjaan tertentu. Kemudian dikatakan berkaitan antara perilaku dan kinerja karena kompetensi menyebabkan atau dapat memprediksi perilaku dan kinerja.

Oleh sebab itu, Sumber Daya Manusia wisata halal harus menguasai pengetahuan manajerial wisata termasuk maklumat seluk beluk tujuan wisata. Sumber Daya Manusia wisata halal juga wajib paham dan melaksanakan nilai-nilai Islam dalam tugasnya, antara lain profesional, memahami dan mampu melaksanakan fikih pariwisata, berakhlak mulia, komunikatif, ramah, jujur, menarik dan bertanggungjawab di bidang *halal tourism*. Untuk itu seorang *tour leader* harus memenuhi kompetensi umum, kompetensi inti dan kompetensi khusus atau pendukung. Karena hal itu semua untuk mendapat pengakuan secara resmi tentang kemampuan seorang *tour leader* harus dibuktikan dengan sertifikat (Reja Irfa ,Widodo, 2017).

Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 mengamanahkan Sumber Daya Manusia pariwisata wajib memiliki sertifikasi kompetensi dibidang pariwisata. Adapun kompetensi Sumber Daya Manusia dimaksud mengacu pada Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) sektor pariwisata yang ditetapkan oleh Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia sebagaimana tersebut pada tabel 2.2:

Tabel 6.1  
Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI)  
Sektor Pariwisata

<b>NO</b>	<b>SUB SEKTOR KOMPENTENSI</b>	<b>SK MENAKERTRANS</b>
<b>1</b>	Biro Perjalanan Wisata	KEP.238/MEN/X/2004
<b>2</b>	Hotel dan Restourant	KEP.239/MEN/X/2004
<b>3</b>	SPA	KEP.141/MEN/V/2005
<b>4</b>	Jasa Boga	KEP.318/MEN/IX/2007
<b>5</b>	Tour Leader	KEP.55/MEN/III/2009
<b>6</b>	Pemandu Wisata Selam	KEP.56/MEN/III/2009
<b>7</b>	Kepemanduan Wisata	KEP.57/MEN/III/2009
<b>8</b>	Kepemanduan Museum	KEP.58/MEN/III/2009
<b>9</b>	Kepemanduan Ekowisata	KEP.61/MEN/III/2009
<b>10</b>	Pemandu Wisata Arus Jeram	KEP.62/MEN/III/2009
<b>11</b>	Meeting, Incentive, Convention and Exhibition (MICE)	KEP.246/MEN/III/2010

*Sumber* : travelui 2013.blogspot.com/2015

Standar kompetensi ini sebagai acuan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bergerak dalam bidang keahlian khususnya Pariwisata dengan kebutuhan masing-

masing pihak (institusi pendidikan/pelatihan, dunia usaha/industri dan penyelenggara pengujian dan sertifikasi).

Menurut Muhammad Abdul Mannan (1995), paling tidak ada empat faktor produksi dalam upaya pengembangan industri yang harus terpenuhi ketersediaannya, yakni tanah, tenaga kerja, modal dan organisasi. Dari keempat komponen tersebut, yang paling strategis adalah tenaga kerja (*human resource*) dalam menjalankan perannya masing-masing. Yang dimaksud tenaga kerja atau faktor manusia dalam dunia industri bukan hanya tenaga kerja kasar tanpa skill dan penguasaan pengetahuan (sains), akan tetapi meliputi pemangku kebijakan, perencana dan pelaku mulai dari tingkat atas sampai bawah semisal petugas *cleaning service*. Semua Sumber Daya Manusia (SDM) ini harus fungsional, dalam arti mau menjalankan fungsi masing-masing secara proporsional.

Menurut Qaradhawi (1997), dalam bukunya pada sub topik konsep *Istikhlaf*, manusia dalam kapasitasnya sebagai wakil Tuhan di muka bumi mendapat amanah untuk mengelola dan memakmurkannya sesuai ketentuan-ketentuan-Nya. Bukankah apa yang dikelola dalam industri wisata halal itu pada hakikatnya adalah milik Allah SWT semata. Sedangkan manusia hanyalah sebatas pemilik *nisbi* (relatif-sementara) dan penyandang amanah yang kelak wajib dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan. Untuk itu peran hukum, peran etika sangatlah signifikan sekali untuk memandu seluruh aktifitas wisata yang berbasiskan syariat Islam.

Menurut Priyadi dan Atmadji, (2017), tindakan-tindakan yang perlu diambil untuk meningkatkan sumber daya manusia pariwisata dalam menciptakan pembangunan

pariwisata diantaranya (1) Pendidikan, (2) Peningkatan kesadaran masyarakat akan keinginan dari wisatawan, dan (3) Pelatihan.

Semakin kuat, terampil dan profesional sumber daya manusia yang mengelola, maka berkecenderungan akan semakin cepat akselerasi industri wisata halal yang akan dikembangkan di Indonesia guna mengejar ketertinggalannya selama ini dari negara-negara lain di pentas global. Destinasi wisata halal ibarat sebuah negara, jika sumber daya manusia yang mengelola kuat, maka niscaya negara akan lebih cepat mengalami kemajuan yang kompetitif.

Namun demikian, khusus untuk Sumber Daya Manusia (SDM) wisata halal belumlah cukup hanya menguasai ilmu kepariwisataan (sains) semata, karena bagi mereka masih perlu pula memahami prinsip-prinsip syari'ah. Terutama yang berkaitan dengan masalah kepariwisataan dalam segala aspeknya, agar para wisatawan memperoleh kepuasan.

Dengan demikian peran serta para ulama untuk membangun destinasi wisata halal di Indonesia tidak kalah strategis dan krusialnya, baik yang dilakukan secara individual maupun terorganisir dalam sebuah wadah seperti DSN-MUI dalam bentuk ceramah, khotbah, maupun fatwa-fatwa yang dibutuhkan. Dari mereka justru diharapkan banyak koreksi berkaitan dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh para penguasa atau para pengusaha. Karena bagaimanapun, dalam kaitan dengan masalah kebijakan dan pengawasan, peran dan kearifan penguasa dan pengusaha sangatlah diperlukan.

Jika kedua soko guru negara, yakni ulama dan penguasa (*umara*) saling bersinergi sesuai fungsi masing-

masing, maka niscaya wisata halal Indonesia akan semakin prospektif yang akan berdampak pada perkembangan ekonomi, tanpa kecuali ekonomi syariah yang akan memberikan manfaat ekonomi (*economic benefit*) bagi para pelakunya.

Sumber daya manusia sangatlah berpengaruh dalam pencapaian tujuan pariwisata syariah. Hampir setiap tahap dan elemen pariwisata memerlukan sumber daya manusia untuk menggerakkannya. Faktor sumber daya manusia sangat menentukan eksistensi pariwisata. Sebagai salah satu industri jasa, sikap dan kemampuan staff akan berdampak krusial terhadap bagaimana pelayanan pariwisata diberikan kepada wisatawan yang secara langsung akan berdampak pada kenyamana, kepuasan dan kesan atas kegiatan wisata yang dilakukan, (I Gde Pitana,2009).

#### **f. Regulasi ( Lanjut edit)**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia regulasi diartikan sebagai sebuah peraturan. Secara lebih lengkap regulasi merupakan cara untuk mengendalikan manusia atau masyarakat dengan suatu aturan atau pembatasan tertentu. Sementara menurut Perbanas, (2011) regulasi merupakan peraturan perundang-undangan yang sesuai dengan asas-asas pembentukan perundang-undangan, dapat mendukung terselenggaranya dinamika sosial secara tertib, serta terlaksananya penyelenggaraan negara dan pembangunan secara efektif dan efisien.

Pembangunan sektor pariwisata halal mulai berkembang di tingkat global, baik di negara Muslim maupun sekuler. Tanpa terkecuali Indonesia sendiri, sehingga bagaimanapun

pasti membutuhkan regulasi sebagai pedoman penyelenggarannya. Hingga saat ini ketentuan tentang regulasi penyelenggaraan pariwisata dimaksud belum diatur secara khusus.

Sebagai industri pariwisata yang berdasarkan perinsip-prinsip Islam tentu saja yang menjadi acuannya adalah ketentuan ajaran wahyu yakni kitab suci al-qur'an dan sunah Rasulullah SAW. Tidak sedikit dasar syari'i tentang pariwisata yang telah dieksporasi oleh DSN-MUI dalam bentuk fatwa tersebut yang digali langsung dari al-qur'an. Antara lain sebagaimana yang tertuang di dalam QS, Al- Muluk, 67:15; QS Nuh, 71:19-20; QS Al-Rum,30:9; QS Al-Ankabut, 29:20; dan QS Al-jumua, 62:10. Akan tetapi ketentuan dalam kitab suci tersebut masih bersifat *mujmal* (global) sehingga masih dibutuhkan penafsiran dan penjejelasan yang benar dan dijamin kevaliditasnya, (Muhammad Djakfar, 2017).

Di Indonesia, aktivitas wisata diatur dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Undang-undang ini mengatur tentang kepariwisataan secara umum. Menurut undang-undang ini, pariwisata adalah ‘berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.’ (Pasal 1 butir 3). Usaha pariwisata mencakup banyak sektor, antara lain jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, spa dan lain-lain. (Pasal 14). Meskipun dalam pasal di atas kata pariwisata halal tidak disebutkan secara eksplisit, namun apabila diamati kata ‘berbagai macam

kegiatan wisata' dalam definisi pariwisata tersebut mengindikasikan dibolehkannya melakukan kegiatan pariwisata berdasarkan kepada prinsip-prinsip syari'ah, (Abdul Rasyid, 2015).

Hal ini bertolak dari alasan di atas, Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia dalam kepastiannya sebagai lembaga resmi memproduk hukum, memandang perlu untuk menetapkan fatwa tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syari'ah, (Nikki R Keddie, 1978) dan (Arifin Mansurnoor 1990). Dengan fatwa ini diharapkan kepastian hukum secara syari'ah dapat diperoleh sehingga destinasi wisata halal sekarang yang sedang dianjurkan di Indonesia akan berkembang dengan cepat.

Sejatinya, pada akhir 2016 Dewan Syari'ah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) menerbitkan fatwa Nomor: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Parawisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah. Sebagai regulasi yang mengatur mengenai penyelenggaraan parawisata syari'ah (halal) yang dapat digunakan untuk mengembangkan sektor parawisata halal di Indonesia, (Fahadil Amin Al Hasan, 2017). Fatwa ini mengatur tentang keseluruhan tentang kegiatan parawisata syari'ah, dari ketentuan akad (perjanjian) yang dilakukan, ketentuan hotel, destinasi wisata, SPA, Sauna, *Massage*, Biro perjalanan, maupun ketentuan mengenai pemandu wisatanya.

Akan tetapi, apabila dicermati secara seksama ketentuan demi ketentuan yang terdapat pada fatwa yang dikeluarkan DSN-MUI ini terkesan menggiring industri parawisata halal ke arah wisata yang eksklusif. Padahal wisata halal tidak hanya

diperuntukan bagi muslim saja, akan tetapi untuk semua orang yang tidak terikat dengan agama, suku, ras, dan lainnya. Hakikat dari pariwisata halal ialah *extended service* atau bentuk pelayanan yang maksimal kepada wisatawan, (Sapta Nirwandar, 2017). Selain itu, ketentuan dalam fatwa ini pun banyak menggunakan istilah yang memunculkan berbagai tafsiran jika tidak ada batasan yang menjelaskannya. Misalnya, kata “*khurafat*”, kata ini perlu dijelaskan secara rinci, karena ada beberapa aktivitas yang dianggap khurafat oleh sebagian kelompok dan tidak dianggap khurafat oleh kelompok lainnya.

Lawrence M. Friedman mengemukakan bahwa efektif dan berhasil tidaknya penegakan hukum tergantung tiga unsur sistem hukum, yakni struktur hukum (*structure of law*), substansi hukum (*substance of the law*) dan budaya hukum (*legal culture*). Struktur hukum menyangkut aparat penegak hukum, substansi hukum, meliputi perangkat perundang-undangan dan budaya hukum merupakan hukum yang hidup (*living law*) yang dianut dalam suatu masyarakat.

Ketiga komponen ini mendukung berjalannya sistem hukum disuatu Negara. Secara realitas sosial, keberadaan sistem hukum yang terdapat dalam masyarakat mengalami perubahan-perubahan sebagai akibat pengaruh, apa yang disebut dengan modernisasi atau globalisasi baik itu secara evolusi maupun revolusi. Di Indonesia berbicara struktur hukum maka hal ini merujuk pada struktur institusi-institusi penegakan hukum, seperti kepolisian, kejaksaan, dan pengadilan. Aspek lain dari sistem hukum adalah substansinya. Yang dimaksud dengan substansinya adalah aturan, norma, dan pola perilaku nyata manusia yang berada dalam sistem itu. Jadi substansi hukum menyangkut peraturan perundang-undangan

yang berlaku yang memiliki kekuatan yang mengikat dan menjadi pedoman bagi aparat penegak hukum. Kultur hukum menyangkut budaya hukum yang merupakan sikap manusia (termasuk budaya hukum aparat penegak hukumnya) terhadap hukum dan sistem hukum.

Unsur-unsur tersebut menurut Lawrence M. Friedman sebagai faktor penentu apakah suatu sistem hukum dapat berjalan dengan baik atau tidak, mengatakan ketiga komponen ini merupakan bagian faktor-faktor penegakan hukum yang tidak bisa diabaikan karena jika diabaikan akan menyebabkan tidak tercapainya penegakan hukum yang diharapkan.

Regulasi merupakan suatu usaha dari instansi (misalnya pemerintah) yang telah diberi wewenang atau otoritas untuk mengatur aktivitas tertentu yang berada dalam wilayah yuridiksinya. Hal ini berarti pemerintah memberlakukan aturan tertentu yang mendikte aktivitas pihak lain. Regulasi merupakan alat bagi pemerintah dalam menjamin stakeholder pariwisata tetap berperilaku dalam koridor kebijakan pariwisata yang telah ditetapkan. 35 Regulasi yang telah pemerintah keluarkan yaitu dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dan Fatwa DSN MUI No.108 Tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, (I Gde Pitana, 2009)

## **BAB VII**

### **SERTIFIKASI HALAL DAN KOMPENTENSI**

#### **A. Pengertian Sertifikasi Halal**

Menurut Mulyasa (2007:34) sertifikasi adalah proses uji kompetensi yang telah dibuat untuk mengungkapkan kekuasaan kompetensi seseorang sebagai landasan pemberian sertifikat pendidik. Utamiasih et al. (2019) menjelaskan bahwa sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan dan pengelolaan kepariwisataan. Sementara defenisi yang senada dijelaskan dalam peraturan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan kepariwisataan.

Uji sertifikasi merupakan salah satu upaya untuk memantapkan kompetensi. (Rindjin, 2007). Sedangkan kompetensi dapat diartikan sebagai seperangkat pengetahuan, keterampilan dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja pariwisata untuk mengembangkan dan peningkatan profesionalitas kerja, Utamiasih et al. (2019). Peningkatan profesionalisme dapat dilakukan melalui belajar secara mandiri (otodidak), kegiatan ilmiah (seminar, lokakarya, dan lain-lain), program penataran, pelatihan, penyegaran

program penyetaraan, program studi lanjut. Sertifikasi sangat diperlukan dalam menghadapi persaingan Tenaga kerja tingkat nasional maupun internasional.

Pasar kerja nasional dan internasional menuntut tersedianya tenaga kerja yang mempunyai keterampilan dan pengetahuan. Tenaga kerja yang terampil dan berpengetahuan dapat dijadikan modal dasar dalam proses pemenuhan target kinerja oleh instansi, industri ataupun organisasi baik swasta maupun pemerintah. Untuk memenuhi kebutuhan akan tenaga kerja yang terampil dan berpengetahuan itulah dibutuhkan adanya tenaga kerja yang kompeten. Kompetensi pekerja dapat dilakukan dengan sertifikasi pekerja dimana melalui suatu proses uji yang dilakukan oleh suatu profesi atau organisasi profesi yang menyatakan akan kemampuan seorang pekerja dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas tertentu, (Yamu'alim, 2014).

Sertifikasi ini sangat mempengaruhi dan memiliki peranan dan dampak yang penting dalam suatu industri wisata, karena Sumber Daya Manusia yang memiliki sertifikasi mempunyai kedudukan lebih tinggi, (Pangaribuan 2010). Dalam rangka untuk melaksanakan Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Parwisata (“PP 52/2012”), Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 1 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata (“Permen 1/2014”). Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Permen 1/2014, Sertifikasi usaha pariwisata adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha pariwisata untuk mendukung

peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan dan pengelolaan usaha pariwisata melalui audit.

Pembangunan kepariwisataan perlu didukung oleh sumber daya manusia yang berkompeten dalam rangka memberikan pelayanan prima bagi wisatawan. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mengamanatkan bahwa Tenaga Kerja di bidang kepariwisataan wajib memiliki standar Kompetensi melalui sertifikasi. Sertifikasi sangat diperlukan dalam menghadapi persaingan Tenaga Kerja tingkat nasional maupun internasional.

Pengembangan sektor pariwisata harus diikuti dengan adanya standar usaha di bidang pariwisata yang dibuktikan dengan sertifikasi terhadap usaha yang sudah ada. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyebutkan bahwa produk, pelayanan dan pengelolaan usaha pariwisata memiliki standar usaha. Sertifikasi Usaha Pariwisata sangat diperlukan dan dibutuhkan untuk mendukung pengembangan kegiatan kepariwisataan nasional dalam menghadapi persaingan globalisasi dan liberalisasi sektor jasa baik di tingkat regional dan internasional.

Sesuai amanat Pasal 55 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dan untuk menjawab tantangan ke depan, perlu ditetapkan Peraturan Pemerintah tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata dengan lingkup pengaturan. Hal ini selaras dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2012 Tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata.

Yamu'alim (2014) mengungkapkan bahwa sertifikasi kompetensi adalah merupakan proses pemberian sertifikat kompetensi yang dilakukan secara sistematis dan obyektif melalui uji kompetensi yang mengacu pada standar kompetensi kerja baik yang bersifat nasional maupun internasional. Sementara menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2012 yang dimaksud dengan sertifikasi kompetensi di bidang pariwisata adalah proses pemberian sertifikat kompetensi di bidang kepariwisataan yang dilakukan secara sistematis dan objektif melalui uji kompetensi sesuai Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI), standar internasional dan atau standar khusus. Dengan memiliki sertifikat kompetensi suatu bidang pekerjaan maka seseorang akan mendapatkan bukti pengakuan tertulis atas kompetensi yang dikuasainya berupa sertifikat kompetensi kerja.

Berdasarkan amanah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2012 yang dimaksud dengan sertifikasi usaha pariwisata adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan usaha pariwisata melalui audit.

Menteri pariwisata telah mengatur tentang pelaksanaan pariwisata syari'ah dalam Undang-Undang pasal 6 ayat 1 nomor 1 Tahun 2016 mengatakan bahwa segala pelaksanaan yang berkaitan dengan usaha pariwisata syari'ah harus memiliki sertifikasi halal yang dilekuarkan oleh DSN-MUI, (Ramadhany dan Ridlwan 2018). Dalam Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

disebutkan dalam Pasal 1, sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. sertifikasi halal dalam sistem hukum nasional di Indonesia mempunyai kedudukan yang sentral karena sudah menjadi regulasi dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia khususnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, (Agus 2017). Dengan kehadiran sertifikasi halal ini dapat melindungi masyarakat dari produk haram dan membahayakan kesehatan yang kerap kali terjadi silang kepentingan dalam implementasinya, terutama antara produsen dan konsumen, (Burlian, 2014).

Selain itu, Fatwa halal yang dihasilkan oleh MUI menjelaskan bahwa Sertifikat halal sebagai perlindungan konsumen dari berbagai macam makanan yang dianggap tidak layak sesuai syariat Islam khususnya Indonesia yang penduduk mayoritas beragama Islam, juga memberikan keuntungan mendorong kompetensi dan menjadi keunggulan pasar. Sertifikat halal saat ini menjadi salah satu poin untuk daya saing di perdagangan internasional. Pencantuman label halal juga bermanfaat untuk melindungi barang hasil produksi dalam negeri dari serbuan produk asing karena adanya perdagangan bebas (*free trade*).

Sebagaimana uraian di atas, pemerintah telah merespon secara positif pentingnya sertifikasi halal dan pencantuman label/tanda halal pada produk (labelisasi halal) melalui beberapa regulasi. Akan tetapi, regulasi ini masih saja terkesan sektoral dan parsial. Kesan itu, misalnya terlihat ketika

mencermati Undang-Undang RI Nomor 19 Tahun 2012 tentang Pangan, Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat (1) huruf h, Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Instruksi Presiden RI Nomor 2 Tahun 1991 tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan, Piagam Kerjasama Departemen Kesehatan, Departemen Agama dan MUI tentang Pelaksanaan Pencantuman Label “Halal” pada makanan, dan kesimpulan *Mudzakarah* Nasional tentang Alkohol dalam Produk Makanan (Hakim, 2011).

Bila dilihat dari perspektif hukum Islam kebutuhan terhadap sertifikasi dan labelisasi halal menduduki peringkat daruri dan tergolong dalam kategori wajib. Sedangkan dalam hukum positif, terutama setelah lahirnya Undang-undang Jaminan Pangan Halal (UUJPH) Nomor 33 Tahun 2014, sertifikasi dan labelisasi halal menjadi wajib, (Muhammad, 2018).

Kementerian Pariwisata menilai sertifikasi dan standar kompetensi adalah penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya pariwisata dan mendukung daya saing pariwisata Indonesia. Selain itu, dengan diberlakukannya ASEAN *Economic Community*, mobilitas tenaga kerja termasuk di sektor pariwisata, akan semakin bersaing. Maka Sumber Daya Manusia Indonesia harus bisa bersaing dan memiliki standar dan kompetensi yang diakui. Sertifikasi memberikan pengakuan atas kompetensi tenaga kerja dan meningkatkan kualitas dan daya saing tenaga kerja pariwisata Indonesia sehingga menyumbang kepada daya saing industri pariwisata

di dalam negeri maupun mengindikasikan kebolehan mereka untuk dapat berkarya di luar Indonesia, (Iskandar dan Setiawan, 2015).

## **B. Dasar Sertifikasi Halal**

Islam sangat memperhatikan dan memberikan peringatan keras terhadap kaum muslim agar senantiasa mengonsumsi makanan atau minuman yang halal dan tidak mengonsumsi makanan dan minuman haram. Islam sangat menjadikan produk halal sebagai sebuah kewajiban, terlebih dalam urusan pangan. Mengingat bahwa pentingnya untuk mengonsumsi makanan yang halal bagi manusia, agar manusia selalu dalam kebaikan, baik jasmani maupun rohani. Dasar sertifikasi Halal MUI bersumber dari ketentuan syariat agama Islam dan hukum positif atau hukum yang berlaku di Indonesia. Adapun dasar hukum dari syariat agama Islam adalah sebagai berikut:

### 1. Al-Baqoroh ayat 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Dan diantara manusia ada orang-orang yang menyembah tandingan-tandingan selain Allah; mereka mencintainya sebagaimana mereka mencintai Allah. Adapun orang-orang yang beriman Amat sangat cintanya kepada Allah. dan jika seandainya orang-orang yang berbuat zalim itu mengetahui ketika mereka melihat siksa (pada hari kiamat), bahwa kekuatan itu kepunyaan Allah semuanya, dan bahwa Allah Amat berat siksaan-Nya (niscaya mereka menyesal).*

### 2. Al-Baqoroh ayat 172

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ۝٣

*Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.*

3. Al-Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَانقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

*Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.*

4. An-Nahl ayat 114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.*

## 5. An-Nahl ayat 116

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ  
لِتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ  
لَا يُفْلِحُونَ

*Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara Dusta "Ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah Tiadalah beruntung.*

Menurut Hasan Sofyan (2014) di Indonesia landasan operasional sertifikasi halal berdasarkan hukum positif adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label Ikan Dan Iklan Pangan.
3. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 82/Menkes/SK/I/1996 tentang Pencantuman tulisan "Halal" pada Label Makanan.
4. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang Perubahan atas Kepmenkes No.82/Menkes/SK/I/1996.

## **C. Kebijakan dan Prosedur Sertifikasi Halal**

### **1. Kebijakan Serifikasi Halal**

Menurut Hecllo (1977) kebijakan adalah cara bertindak yang sengaja dilaksanakan untuk menyelesaikan masalah-masalah. Pendapat ini menyatakan bahwa kebijakan adalah tindakan yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Menurut Anderson (1977) kebijakan adalah suatu tindakan yang mempunyai tujuan yang dilakukan seorang pelaku atau sejumlah pelaku untuk memecahkan masalah. Pengertian ini menyatakan bahwa kebijakan adalah suatu tindakan yang dilakukan perorangan atau kelompok dengan tujuan untuk memecahkan masalah. Dari dua pendapat diatas kebijakan dapat didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok untuk menyelesaikan suatu permasalahan tertentu

Berbicara sertifikasi halal, maka seringkali dikaitkan dengan *halal food*/makanan halal. Namun pada dasarnya kebutuhan akan jaminan halal perlu dilekatkan di segala jenis dan produk, baik itu produk makanan, tekstil, jasa, kosmetik, obat-obatan, bahkan sektor pariwisata. Mengawali ini semua, pemerintah cukup solutif dengan membentuk regulasi sertifikasi halal dalam Undang-Undang Jaminan Halal (UUJPH). Hidayat dan Siradj (2015) menyebutkan bahwa beberapa faktor penting yang mendasari pentingnya UUJPH ini yaitu diantaranya adalah:

- a. Peraturan undang-undang tentang produk halal yang saat ini sudah ada belum sepenuhnya menjamin kepastian hukum atau jaminan hukum bagi konsumen. Hingga saat ini, permasalahan yang sama masyarakat, yaitu masyarakat masih kebingungan dalam membedakan antara produk halal dan produk haram. Dalam konsumsi produk halal, masyarakat hanya familiar dengan produk

- makanan, obat-obatan dan kosmetik, namun masih minim literasi untuk produk lainnya seperti jasa, tekstil dan pariwisata. Jangankan untuk produk jasa, tekstil dan pariwisata, untuk jaminan halal produk makanan pun masyarakat masih belum tahu banyak.
- b. Belum adanya kepastian hukum institusi mana saja yang terlibat dalam jaminan produk halal. Belum ada penjelasan secara rinci terkait dengan wewenang, tugas dan fungsi dalam pelaksanaan JPH ini.
  - c. Sulitnya pengontrolan distribusi produk di pasar domestik sebagai dampak dari meningkatkan teknologi pangan, rekayasa teknologi, bioteknologi dan proses kimia biologis.
  - d. Belum adanya standar dan tanda halal resmi untuk produk produk halal Indonesia.
  - e. Belum optimalnya sistem informasi produk halal di Indonesia. Informasi produk halal sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam menseleksi produk/jasa yang layak dikonsumsi.

Selain itu, yang menjadi dasar untuk membentuk regulasi kebijakan terkait produk makanan halal adalah:

- a. Bahwa Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut agamanya dan kepercayaannya itu;
- b. Bahwa untuk menjamin setiap pemeluk agama untuk beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan

- tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat;
- c. Bahwa produk yang beredar di masyarakat belum semua terjamin kehalalannya;
  - d. Bahwa pengaturan mengenai kehalalan suatu produk pada saat ini belum menjamin kepastian hukum dan perlu diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan;
  - e. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d perlu membentuk Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal.

UUJPH memiliki tujuan yaitu untuk menjamin setiap masyarakat pemeluk agama untuk dapat beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, termasuk didalamnya memberikan jaminan/perlindungan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi. Lebih lanjut Hidayat dan Siradj (2015) menyebutkan bahwa jaminan produk halal disinyalir dapat meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Pembentukan regulasi kebijakan makanan halal merupakan hal yang sangat penting untuk menjamin terlaksananya amanat undang-undang dasar tahun 1945 nomor 29 ayat 2 maka pada tanggal 25 september 2014. Undang-undang nomor 33 tahun 2014 terdiri dari 68 pasal, undang-undang ini menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan diwilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk menjamin palaksanaan dalam kebijakan tersebut maka pemerintah bertanggung jawab dalam penyenggaraan jaminan produk halal (JPH).

Berdasarkan undang-undang nomor 33 tahun 2014 pemerintah harus membentuk badan penyelenggara jaminan produk halal (BPJPH) sebagai pelaksana dan penyelenggara jaminan produk halal (JPH) yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab langsung kepada Menteri agama.

## 2. Prosedur Sertifikasi Halal

Berdasarkan UUIPH pasal 24 disebutkan bahwa untuk menjamin kelancaran proses produksi halal pelaku usaha berhak memperoleh beberapa hal yaitu tentang informasi, edukasi dan sosialisasi mengenai sistem JPH, pembinaan dalam memproduksi produk halal, pelayanan untuk mendapatkan sertifikasi halal secara cepat, efisien, biaya terjangkau dan tidak diskriminatif. Selain itu, pelaku usaha yang mengajukan permohonan sertifikat halal wajib:

1. Memberikan informasi secara benar, jelas dan jujur
2. Memisahkan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian antara produk halal dan tidak halal
3. Memiliki penyelia halal, dan
4. Melaporkan perubahan komposisi bahan kepada BPJPH

Berdasarkan pasal 29-39 UUIPH disebutkan bahwa berikut tata cara memperoleh sertifikat halal yaitu:

1. Mengajukan permohonan sertifikat halal oleh pelaku usaha kepada BPJPH
2. BPJPH melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen.

3. Pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk dilakukan oleh LPH. LPH yang ditunjuk harus mengantongi akreditasi dari BPJH yang bekerja sama dengan MUI.
4. Penetapan kehalalan produk dilakukan oleh MUI melalui sidang fatwa halal MUI dalam bentuk keputusan Penetapan Halal Produk yang ditandatangani oleh MUI.
5. BPJPH menerbitkan sertifikat halal berdasarkan Keputusan Penetapan Halal Produk dari MUI.
6. Sertifikat Halal berlaku selama 4 (empat) tahun sejak diterbitkan oleh BPJPH, kecuali terdapat perubahan komposisi bahan.
7. Sertifikat halal wajib diperpanjang oleh Pelaku usaha dnegan mengajukan pembaruan Sertifikat Halal paling lambat 3 (tiga) bulan sebelum masa berlaku Sertifikat Halal berakhir.

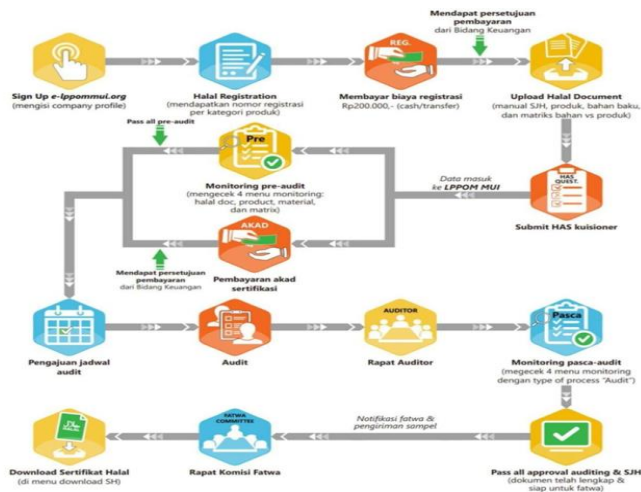
Adapun hal-hal yang Harus Dilakukan Perusahaan Pemohon:

1. Setiap produsen yang mengajukan permohonan Sertifikat Halal bagi produknya, harus mengisi Borang yang telah disediakan. Borang tersebut berisi informasi tentang data perusahaan, jenis dan nama produk serta bahan-bahan yang digunakan
2. Borang yang sudah diisi beserta dokumen pendukungnya dikembalikan kesekretariat LP POM MUI untuk diperiksa kelengkapannya, dan bila belum memadai perusahaan harus melengkapi sesuai dengan ketentuan.
3. LPPOM MUI akan memberitahukan perusahaan mengenai jadwal audit. Tim Auditor LPPOM MUI akan melakukan pemeriksaan/audit ke lokasi produsen dan

pada saat audit, perusahaan harus dalam keadaan memproduksi produk yang disertifikasi.

4. Hasil pemeriksaan/audit dan hasil laboratorium (bila diperlukan) dievaluasi dalam Rapat Auditor LPPOM MUI. Hasil audit yang belum memenuhi persyaratan diberitahukan kepada perusahaan melalui audit memorandum. Jika telah memenuhi persyaratan, auditor akan membuat laporan hasil audit guna diajukan pada Sidang Komisi Fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.
5. Laporan hasil audit disampaikan oleh Pengurus LPPOM MUI dalam Sidang Komisi Fatwa Mui pada waktu yang telah ditentukan.
6. Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan, dan hasilnya akan disampaikan kepada produsen pemohon sertifikasi halal.
7. Sertifikat Halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI.
8. Sertifikat Halal berlaku selama 2 (dua) tahun sejak tanggal penetapan fatwa.
8. Tiga bulan sebelum masa berlaku Sertifikat Halal berakhir, produsen harus mengajukan perpanjangan sertifikat halal sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan LPPOM MUI.

Alur berikut ini menggambarkan mekanisme sertifikat halal sebagaimana dijelaskan di *website* resmi LPPOM MUI.



Sumber: [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

Adapun Prosedur Perpanjangan Sertifikat Halal adalah sebagai berikut:

1. Produsen harus mendaftarkan kembali dan mengisi formulir yang disediakan.
2. Pengisian formulir disesuaikan dengan perkembangan terakhir produk.
3. Produsen berkewajiban melengkapi kembali daftar bahan baku, matriks produk versus bahan serta spesifikasi, sertifikat halal dan bagan alir proses terbaru.
4. Prosedur pemeriksaan dilakukan seperti pada pendaftaran produk baru.
5. Perusahaan harus sudah mempunyai manual Sistem Jaminan Halal sesuai dengan ketentuan prosedur sertifikasi halal di atas.

Sertifikasi halal yang masih terbatas pada produk-produk tertentu saja seperti pangan/makanan, obat-obatan dan kosmetik. LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia) berperan penting dalam melakukan sertifikasi terhadap berbagai produsen baik di tingkat daerah maupun kota (Adisasmito, 2008). Namun demikian, dari awal berperan pada tahun 1989, MUI masih menemukan banyak masalah terkait dengan kewenangannya dan legitimasi. Masalah ini berlandaskan pada tidak adanya hukum yang jelas yang menyebutkan MUI sebagai lembaga yang sah dalam menerbitkan sertifikasi halal (Afronyati, 2014). Hingga saat ini, sertifikasi halal dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan pada fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Agus, 2017).

#### **D. Peran Sertifikasi Halal**

Pemerintah sebagai pihak regulator mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Produk Jaminan Halal. Dalam Undang-undang tersebut dijelaskan bahwa jaminan mengenai produk halal dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektifitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Jaminan penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk halal, serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Indonesia dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia tentunya perlu adanya perlindungan kepada warganya untuk tetap bisa menjalankan syariat Islam dalam hal mengkomsumsi makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik. Hal inilah yang mendorong pemerintah untuk memperhatikan produk yang beredar bersertifikasi halal. Sehingga hak-hak konsumen muslim akan terpenuhi dengan baik.

Sesuai dengan peraturan pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan pasal 2 ayat 1 “Bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada produknya, di dalam dan atau di kemasan pangan, Selain peraturan pemerintah tersebut, hadirnya Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan mempunyai fungsi penting dalam tata pengaturan pangan di Indonesia, diantaranya: *Pertama*, memberikan landasan hukum atau legalitas bagi pengelolaan kebijakan pangan itu sendiri secara umum. *Kedua*, melegalisasi hak-hak dan kewajiban pihak yang berkepentingan dalam penyediaan pangan, salah satunya konsumen” (Asyhar, 2003 dalam Rambe, 2012).

Sehingga pada akhirnya kepentingan konsumen memiliki landasan hukum, agar kepentingannya terlindungi secara hukum. Keberadaan Undang-Undang tentang Pangan ini dilengkapi dengan kehadiran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 (a) disebutkan: “hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.” Pasal ini menunjukkan, bahwa setiap konsumen, termasuk konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di

Indonesia, berhak untuk mendapatkan barang yang nyaman dikonsumsi olehnya. Salah satu pengertian nyaman bagi konsumen Muslim adalah bahwa barang tersebut tidak bertentangan dengan kaidah Islam.

Agama adalah sistem keyakinan dan praktik-praktik sekelompok orang yang menafsirkan dan merespon apa yang mereka rasakan adalah supranatural dan suci (Johnstone, 2006). Bagi umat Islam konsep *halal* menjadi suatu hal yang mutlak menurut ketentuan syariat, seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 172-173:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ  
إِن كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ . إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ  
الْخَنزِيرِ وَمَا أَهَلَ بِهِ لَعِبْرَ اللَّهِ فَمَن اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا  
عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*

Dengan demikian jelas bahwa dalam Islam manusia dilarang mengkonsumsi produk yang tidak *halal*. Hal ini menunjukkan bahwa agama atau kepercayaan adalah sumber dari kesadaran seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk.

Sertifikasi halal sangatlah penting dalam menentukan apakah suatu produk halal atau tidak sehingga aman bagi umat muslim. Hal ini dipertegas dengan Q.S Al-Baqorah ayat 168:

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا  
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*

Pada ayat ini Allah memerintahkan kepada hambanya agar mereka makan rezeki yang halal dan baik, yang telah dikaruniakan kepada mereka. Halal di sini mengandung pengertian halal bendanya dan halal cara memperolehnya. Sedangkan baik adalah dari segi kemanfaatannya, yaitu yang mengandung manfaat dan maslahat bagi tubuh, mengandung gizi, vitamin, protein dan sebagainya. Makanan tidak baik selain tidak mengandung gizi, juga jika dikonsumsi akan merusak kesehatan, (Departemen Agama, 2016).

Menurut Muhammad Bambang (2021) peranan sertifikasi produk halal adalah:

### **1. Jaminan Kualitas Produk,**

Perlu diakui bahwa melakukan sertifikasi halal tidak mudah, banyak persyaratan yang harus dipenuhi. Banyak pula tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh pengusaha. Pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor pun terkesan menyeluruh. Salah satu contoh dari cukup rumitnya

komponen sertifikasi halal bagi UMKM adalah dibutuhkannya izin P-IRT dan Izin BPOM untuk dapat dilakukannya sertifikasi halal. Akan tetapi, banyaknya komponen yang dibutuhkan menjadi testamen bagi kualitas jaminan sertifikasi halal yang diberikan. Hanya produk yang benar-benar memenuhi standar yang sudah ditentukan yang dapat mendapatkan sertifikasi halal. Maka dari itu, jika pengusaha dapat mensertifikasi halal produknya, maka menjadi jaminan atas kualitas produk pengusaha yang bersangkutan.

## **2. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen,**

Dengan konsumen Muslim terbesar dinegri ini tentunya mereka menginginkan kualitas produk yang halal dan thoyib. Kualitas terbaik tentu hanya dapat diberikan jika standard-standard yang ketat dapat diterapkan. Sehingga Sertifikasi halal dapat menjadi jawaban sebagai jaminan penerapan standard yang sesuai dengan norma agama, industri, dan bisnis. Dengan pengusaha melakukan sertifikasi halal, maka konsumen menjadi lebih percaya terhadap kualitas produk halal tersebut karena penerapan standard yang terjamin. Maka dari itu, perlu bagi pengusaha untuk melakukan sertifikasi halal.

## **3. Produk Memiliki Unique Selling Point (USP)**

Pengusaha melakukan sertifikasi halal, maka secara tak disadari bahwa produk tersebut memiliki USP dibandingkan dengan produk yang belum bersertifikasi halal. Sehingga dengan kata lain, produk akan memiliki keuntungan kompetitif sehingga membuat produk menjadi bernilai lebih di mata konsumen.

#### **4. Mendapat Akses Pasar Global,**

Akses pasar global konsumen bukan lagi dalam negeri namun bisa menjangkau luar negeri. Apalagi sekarang jumlah masyarakat dunia yang Muslim terus tumbuh, sehingga akan memudahkan produk bisa diterima diluar jika sudah bersertifikasi halal.

#### **5. Ibadah**

Masalah sertifikasi halal, bagi pengusaha muslim dari awal diniatkan karena untuk ibadah, mencari ridho dari Allah Taala atas produk yang akan diedarkan. Bagaimapun kehalalan produk itu adalah kewajiban semuanya baik produsen dan konsumen. Kalau produsen sudah memproduksi produk halal dengan ditandai sertifikasi halal maka akan bernilai ibadah disisi Allah Taala.

Kebutuhan konsumen terhadap sertifikasi dan labelisasi produk halal dikategorikan sebagai *masalah dharuriyyah* karena terkait dengan kemaslahatan yang keberadaanya sangat dibutuhkan oleh kehidupan manusia, sebagai pemenuhan kebutuhan hajat hidup orang banyak. Sertifikasi dan labelisasi produk halal sebagai *masalah daruriyyah* tentu saja dilakukan secara bertahap karena sangat sulit dilakukan sertifikasi dan labelisasi produk halal secara bersamaan oleh karenanya diperlukan pemetaan produk mana yang diprioritaskan.

Dengan adanya sertifikasi dan labelisasi halal dapat membantu masyarakat memilih dan menginformasikan mengenai produk halal sebagai kebutuhan dalam rangka memenuhi kemaslahatan yakni menjaga dan memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Sertifikasi dan

labelisasi produk halal tentu sangat dianjurkan karena terkait mendatangkan kebaikan dan manfaat dan tentunya menjauhkan dari kemudharatan, sebagaimana kaidah ushul sebagai berikut:

هذه الشريعة وضعت لتحقيق مقاصده الشارع قيام  
مصالح في الدين والدنيا معا

*“Sesungguhnya syariat itu diturunkan untuk merealisasikan maksud Allah dalam mewujudkan kemaslahatan agama dan dunia secara bersama-sama”*

Seluruh syariat adalah *maslahat*, baik dengan cara menolak mafsadat atau dengan meraih maslahat, pekerjaan manusia ada yang membawa kepada maslahat, adapula yang menyebabkan kepada *mafsadat*. Baik maslahat dan mafsadat ada yang untuk kepentingan dunia dan adapula yang untuk kepentingan akhirat, dan ada juga yang untuk kepentingan dunia sekaligus akhirat. Seluruh yang maslahat diperintahkan oleh syariat dan seluruh yang *mafsadat* dilarang oleh syariat. Setiap kemaslahatan memiliki tingkatan tertentu tentang kebaikan dan manfaatnya serta pahalanya, dan setiap kemaslahatan juga memiliki tingkatan dalam keburukan dan kemudharatannya.

Dengan demikian kemaslahatan terhadap sertifikasi dan labelisasi halal adalah kemaslahatan dunia dan akhirat, dan dianjurkan untuk dilakukan karena terkait dengan perintah kewajiban untuk mengkonsumsi produk halal, dan tindakan preventif di era sekarang untuk mengetahui produk halal atau produk tidak halal maka tidak ada jalan lain selain pelaku usaha melakukan sertifikasi produknya dan mencantumkan labelisasi

produk halal yang tentunya memudahkan masyarakat untuk memenuhi hajatnya.

Dalam Q.S. al-A'raf (7): 31

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَا زَيْنَتَكَمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

*“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”*

Adapun *Maslahat* sertifikasi dan labelisasi produk halal antara lain:

### **1. Perlindungan terhadap ummat Islam dalam menjalankan ajarannya**

Banyaknya kasus yang muncul yang sangat menyakiti umat Muslim di Indonesia yang pada akhirnya akan menimbulkan kerugian besar bagi konsumen dan dunia usaha, yaitu: kasus bakso yang mengandung daging babi di Bandung (1984) kasus makanan yang mengandung bahan daging babi (1988), (Ma'ruf Amin,2011) dan kasus vaksin meningitis jemaah haji yang mengandung enzim babi (Fokus,2009) menyikapi hal ini tentunya sangat merugikan umat Islam. Meskipun sertifikasi dan labelisasi produk halal menunjukkan perlindungan terhadap umat Muslim untuk menjalankan ajarannya, namun sekaligus umat lainnya karena semua membutuhkan produk yang halal lagi baik untuk kelangsungan

hidupnya, karena *halal* dan *tayyib* tentu mendatangkan kebaikan dan kemaslahatan, implementasi kaidah maslahat, seraya mengurangi kemungkinan terjadinya *mudharat* atau bahkan maksiat yang dilarang

## **2. Memberikan keadilan**

Regulasi undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal telah ditetapkan, namun masih saja sertifikasi dan labelisasi produk halal dilakukan secara sukarela, sehingga keadilan yang diinginkan oleh ummat Islam masih sulit didapatkan karena muncul keragua-raguan, misalnya tempat-tempat umum yang banyak dijajakan makanan namun sering kali menjadi tanda tanya apakah produknya halal atau produknya tidak halal. Oleh karena itu penyelenggaraan jaminan produk halal berasaskan perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi serta profesionalitas, (JPH 2014).

## **3. Kesehatan**

Jaminan produk halal berarti ada upaya menuju terciptanya kesehatan jiwa masyarakat yang seoptimal mungkin baik dari segi intelektual emosional, dan psikososial. Rasa aman dan ketenangan mengkonsumsi produk halal akan membawa seseorang pada kenyamanan jiwa yang berimbas pada sikap dan tindakan masyarakat dimana mereka tinggal. Pola mengkonsumsi makanan tidak halal akan menimbulkan efek kejiwaan mental yang mendalam. Maka tidaklah berlebihan bila banyak yang mengindikasikan bahwa keberingasan, perkelahian dan tidak bersahabat dari

masyarakat tidak lepas dari pola mengkonsumsi produk tidak halal. Pada kenyataannya memang pihak-pihak yang kerap dirugikan dalam ketidakjujuran produsen terhadap informasi isi bahan produk adalah bayi dan wanita hamil. Padahal jelas bahwa kedua faktor itulah yang akan menjadi tulang punggung Negara Indonesia ke depan. Dengan demikian semakin memperkuat sinyal permasalahan dalam produk halal dapat mengancam keutuhan Negara bukanlah isapan jempol belaka, (Departemen Agama ,2003). Beberapa penyakit yang ditimbulkan karena mengkonsumsi produk tidak halal misalnya mengkonsumsi daging babi yang berdampak pada kesehatan, menimbulkan penyakit bagi manusia karena mengandung kuman dan parasite, (Ahsin W. Al Hafidz,2007)

#### **4. Kepastian Hukum sebagai Warga Negara**

Legalisasi Undang-undang nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal akan memberikan kepastian hukum guna memberikan jaminan atas kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam penggunaan dan memanfaatkan produk halal. Serta untuk mencegah penipuan, untuk membantu konsumen memaksimalkan pilihan mereka terhadap produk untuk kemanfaatan atau kesejahteraan mereka. Agar konsumen bertindak sesuai dengan kepentingan terbaik mereka dan berdasarkan pilihan mereka.

#### **E. Tujuan Sertifikasi Halal**

Untuk meningkatkan daya saing produk pariwisata, maka diperlukan sertifikasi kompetensi dan sertifikasi usaha di bidang pariwisata seperti yang telah diatur dalam PP No.52 tahun 2012. Hal ini berdasarkan mandat undang-

undang no.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 53 dan 54, dimana pemerintah wajib menyusun sertifikasi kompetensi dan sertifikasi usaha di bidang pariwisata.

Sertifikasi kompetensi bertujuan untuk memberikan pengakuan terhadap kompetensi yang dimiliki tenaga kerja, serta meningkatkan kualitas dan daya saing tenaga kerja. Pengusaha pariwisata wajib mempekerjakan tenaga kerja yang telah memiliki sertifikat kompetensi di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, termasuk tenaga kerja asing.

Adapun sertifikasi usaha bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepariwisataan dan meningkatkan produktivitas usaha pariwisata. Sertifikasi Usaha dilaksanakan oleh Lembaga Sertifikasi Usaha Bidang Pariwisata yang merupakan lembaga mandiri yang berkedudukan di wilayah NKRI. Setiap pengusaha pariwisata wajib memiliki Sertifikat Usaha Pariwisata. Sertifikat Usaha Pariwisata berlaku selama 3 (tiga) tahun sejak tanggal diterbitkan.

Kebijakan sertifikasi produk halal sebagaimana ditetapkan dalam regulasi terkait yakni Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Pemerintah RI No. 31 Tahun 2019 tentang pelaksanaan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal secara legal formal dilakukan adalah:

1. Produk yang dikeluarkan telah memenuhi ketentuan halal.

2. Memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menentramkan batin masyarakat dalam mengkonsumsi makanan sesuai dengan imannya, sehingga dapat menunjang kelancaran dan kestabilan pembangunan nasional.
3. Membuat produsen makanan tidak akan dirugikan, justru akan lebih terjamin kelangsungan usahanya
4. Memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat muslim dalam mengonsumsi dan menggunakan serta meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.
5. Melindungi hak-hak konsumen dalam hal ini konsumen muslim
6. Menentukan layak atau tidaknya suatu produk mendapat sertifikat halal, dimana penentuan sertifikasi halal dilakukan dalam rapat sidang MUI setelah dilakukannya audit oleh pihak terkait dalam hal ini LPPOM MUI, BPPOM, Dinas Kesehatan dan beberapa instansi terkait.

Sementara menurut Syaikh Hassan Hitou Direktur Syariah Halal Kontrol Jerman menjelaskan bahwa sertifikasi halal untuk makanan dari luar yang telah menjadi konsumsi sebagian masyarakat muslim urban dewasa ini. Sehingga penting bagi Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia untuk memberikan kepedulian terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia, karena tujuan sertifikasi halal adalah untuk memberikan rasa aman, ketentraman batin, dan menjamin kelayakan suatu produk untuk umat ataupun masyarakat, baik layak dari sisi kesehatan maupun layak dalam segi agama, yakni kehalalannya.

## **BAB VIII**

### **DAMPAK PARIWISATA**

#### **A. Pengertian**

Kata “dampak” merupakan sebuah kata yang banyak digunakan untuk menggambarkan akibat dari sebuah tindakan. Dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2014:65) merupakan pengaruh yang dapat timbul karena suatu akibat (baik positif atau negative. Schemel (1976) mendefenisikan dampak adalah tingkat perusakan terhadap tata-guna tanah lainnya yang ditimbulkan oleh suatu pemanfaatan lingkungan tertentu. Secara ekonomi dampak memiliki makna yakni pengaruh suatu pelaksanaan terhadap kondisi perekonomian di suatu Negara. Secara ekonomi memiliki makna yakni pengaruh suatu pelaksanaan terhadap kondisi perekonomian di suatu Negara. Dampak merupakan perubahan yang terjadi dilingkungan karena adanya aktifitas manusia (Suratmo, 2004: 24).

Menurut Mangunsubroto (1995:110), “dampak eksternal dapat dibagi menjadi dua, yaitu eksternalitas positif dan eksternalitas negatif, yang dimaksud dengan eksternalitas positif adalah dampak yang menguntungkan dari suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak terhadap orang lain tanpa adanya kompensasi dari pihak yang diuntungkan. Sedangkan eksternalitas negatif apabila dampaknya bagi orang lain yang tidak menerima kompensasi yang sifatnya merugikan.

Menurut para ahli menurut Santosa (2011:34) mengklasifikasikan dampak ekonomi yang timbul akibat adanya pariwisata, terdiri dari efek langsung, efek tidak langsung dan efek induksi. Dimana efek tidak langsung dan efek induksi termasuk efek sekunder, sedangkan efek tidak langsung merupakan efek primer. Dampak total ekonomi pariwisata adalah keseluruhan jumlah dari pengaruh yang terjadi secara langsung atau tidak, dan dapat di ukur sebagai pengeluaran bruto atau penjualan, penghasilan, penempatan tenaga kerja dan nilai tambah.

## **B. Dampak Terhadap Sosial Ekonomi**

Pembangunan dan pengembangan pariwisata secara langsung akan menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat, bisa dampak positif maupun negatif, Pitana, (2009). Dampak positif dan negatif pembangunan pariwisata pada aspek budaya menurut Inskeep (1991) adalah (1) *Coservation of Cultural Heritage*, (2) *Renewal of Cultural Pride*, (3) *Cross Cultural exchange*, (4) *Offer crowding and loss of amenities for residents*, (5) *Cultural Impacts*, (6) *Social Problems*.

Dampak positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat lokal diantaranya: penghasilan masyarakat meningkat; meningkatkan peluang kerja dan berusaha; meningkatkan kepemilikan dan kontrol masyarakat lokal; meningkatkan pendapatan pemerintah melalui retribusi wisata. Sedangkan indikasi dampak negatif terhadap ekonomi lokal berupa kenaikan harga barang, (Hermawan, 2016).

Menurut Cohen (1984) dalam Waluya (2013:2) mengkonfirmasi bahwa dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat lokal yaitu menambah penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga-harga, distribusi manfaat atau keuntungan, kepemilikan dan control, pembangunan pada umumnya dan pembangunan pendapatan pemerintah.

Sedang Waluya (2013:2-3) menjelaskan bahwa dampak positif ekonomi pariwisata, yaitu memperluas lapangan pekerjaan, bertambahnya kesempatan berusaha, meningkatkan pendapatan, terpeliharanya kebudayaan setempat, dan dikenalnya kebudayaan setempat oleh wisatawan. Sedangkan dampak negatif dari ekonomi pariwisata adalah terjadinya tekanan tambahan penduduk akibat pendatang baru dari luar daerah, timbulnya komersialisasi, berkembangnya pola hidup konsumtif, terganggunya lingkungan, Semakin terbatasnya lahan pertanian, pencemaran budaya, dan terdesaknya masyarakat setempat.

Pengembangan wisatawan sebuah destinasi dalam jangka waktu tertentu, menggunakan sumber daya dan fasilitasnya biasanya mengeluarkan uang untuk keperluan tertentu, kemudian meninggalkan tempat tersebut untuk kembali ke negaranya. “Jika wisatawan yang datang ke sebuah destinasi tersebut sangat banyak akan berdampak pada kehidupan ekonomi daerah tersebut, baik langsung maupun tidak langsung. Dampak ekonomi yang ditimbulkan dapat bersifat positif maupun negatif” (I. G.Pitana dan Putu, 2009).

Pitana (2009) mengemukakan bahwa dampak pariwisata terhadap kondisi ekonomi yaitu (1) dampak terhadap

penerimaan devisa, (2) dampak terhadap pendapatan masyarakat, (3) dampak terhadap kesempatan kerja, (4) dampak terhadap harga-harga, (5) dampak terhadap distribusi masyarakat atau keuntungan, (6) dampak terhadap kepemilikan dan kontrol, (7) dampak terhadap pembangunan pada umumnya, dan (8) dampak terhadap pendapatan pemerintah. Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus didukung dengan peningkatan pemanfaatan daerah tujuan wisata sehingga sektor pariwisata akan berkembang dengan baik.

Sementara Gunawan, Hamid, dan P (2016) mengungkapkan bahwa pariwisata memiliki dampak pada aspek ekonomi. Dampak yang terjadi akibat pembangunan pariwisata pada aspek ekonomi yaitu terbukanya lapangan kerja baru, berkurangnya tingkat pengangguran, meningkatkan pendapatan dan daya beli masyarakat, membantu menanggung beban pembangunan sarana dan prasarana setempat, peningkatan pendapatan yang sangat tinggi tetapi hanya musiman.

Kegiatan wisata merupakan kegiatan yang memanfaatkan potensi keanekaragaman hayati laut sebagai daya tarik utama. Secara tidak langsung kegiatan wisata melibatkan masyarakat lokal serta lingkungan sekitarnya sehingga menimbulkan beberapa dampak. Dampak yang diakibatkan sangat terkait dengan aktivitas ekonomi masyarakat atau dikenal sebagai dampak ekonomi. Wisata secara umum memiliki tujuan untuk memperoleh manfaat ekonomi terhadap masyarakat lokal, pemangku kepentingan wisata dan pemerintah daerah. Dampak ekonomi yang

dihasilkan oleh sektor pariwisata umumnya diukur dari keseluruhan pengeluaran pengunjung untuk keperluan akomodasi, konsumsi, perjalanan, dokumentasi dan keperluan lainnya. Jumlah dari seluruh pengeluaran itu diestimasi dari jumlah total hari kunjungan dan pengeluaran pengunjung.

Menurut (Satriana dan Faridah, 2018), sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang mampu meningkatkan lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Saat ini, pariwisata halal mulai menjadi populer. Ini sejalan dengan peningkatan jumlah wisatawan Muslim dari tahun ke tahun. Pengembangan pariwisata halal mulai dilakukan oleh berbagai negara muslim dan non muslim.

Di sisi lain, Stynes et al. (2000) dalam Milasari (2010), menyatakan dampak ekonomi dari pariwisata dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu dampak langsung (*direct effects*), dampak tidak langsung (*indirect effects*) dan dampak ikutan (*induced effects*). Dampak langsung selanjutnya lebih dikenal sebagai dampak primer, sedangkan dampak tidak langsung dan ikutan biasanya disebut dengan dampak sekunder. Sedangkan dampak primer atau langsung adalah perubahan jumlah penjualan, pendapatan, pekerjaan dan penerimaan pada usaha penerima awal pembelanjaan pengunjung, misalnya kenaikan jumlah wisatawan yang menginap di hotel-hotel akan langsung menghasilkan kenaikan penjualan di sektor perhotelan.

Wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata merupakan sumber pendapatan (*income generator*) dan sekaligus juga berfungsi sebagai alat pemerataan (*redistribution of income*), Yoeti (2008).

Pengeluaran dari wisatawan pada kawasan wisata bahari, yang meliputi pengeluaran terhadap penyewaan *homestay*, rumah makan, transportasi kapal, akomodasi serta konsumsi barang dan jasa, akan menghasilkan suatu kesempatan kerja bagi masyarakat lokal dan non lokal.

Hal ini berdampak positif dan pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap keberadaan suatu sumber daya, karena apabila sumber daya tersebut rusak, secara tidak langsung jumlah kunjungan akan berkurang dan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat pun dapat berkurang. Setiap kunjungan dan kedatangan wisatawan ke tempat tujuan wisata telah memberikan kesejahteraan dan kemakmuran bagi masyarakat sekitar. Secara ekonomi masyarakat mampu merasakan dampaknya secara langsung. Yoeti (2008), menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara yang disebabkan akibat adanya kegiatan pariwisata, antara lain:

1. Peningkatan kegiatan perekonomian sebagai akibat dibangunnya prasarana dan sarana demi pengembangan pariwisata sehingga memungkinkan orang-orang melakukan aktivitas ekonominya dari suatu tempat ke tempat lainnya, baik dalam satu wilayah negara tertentu, maupun dalam kawasan Internasional pun;
2. Meningkatkan industri-industri baru yang erat kaitannya dengan pariwisata;
3. Meningkatkan hasil pertanian dan peternakan untuk kebutuhan hotel dan restoran;
4. Meningkatkan permintaan terhadap *handicraft*, *souvenir goods*, *art painting*, dan lain-lain;

5. Memperluas barang-barang lokal untuk lebih dikenal oleh dunia Internasional termasuk makanan dan minuman;
6. Meningkatkan perolehan devisa negara sehingga mengurangi beban defisit neraca pembayaran;
7. Memberikan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, peningkatan penerimaan pajak bagi pemerintah dan peningkatan pendapatan nasional;
8. Membantu membangun daerah-daerah terpencil yang selama ini tidak tersentuh pembangunan;
9. Mempercepat perputaran perekonomian pada negara-negara penerima kunjungan wisatawan (*Tourist Receiving Countries*);
10. Dampak penggandaan yang ditimbulkan pengeluaran wisatawan, sehingga memberi dampak positif bagi pertumbuhan Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang dikunjungi wisatawan.

Pariwisata menyebabkan pertumbuhan ekonomi akibat dari peran wisatawan yang datang ke tempat tujuan wisata tersebut. Menurut Yoeti (2008), terdapat faktor-faktor pendorong yang memicu wisatawan datang ke berbagai tempat tujuan wisata dengan berbagai macam alasan. Faktor-faktor tersebut meliputi: (1) kemajuan teknologi sehingga mempermudah wisatawan mengunjungi suatu objek; (2) semakin banyak dan lengkap agen travel yang menyediakan sarana dan prasarana berwisata; (3) kebutuhan akan berwisata semakin tinggi karena semakin padatnya rutinitas manusia bekerja.

Kegiatan wisata memiliki peranan penting karena kegiatan ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan di sekitar kawasan wisata sehingga masyarakat lokal dapat merasakan manfaat pembangunan ekonomi yang berlangsung. Beberapa studi menunjukkan dampak ekonomi dari kegiatan wisata bahari dan manfaat yang dihasilkan bervariasi tergantung pada kualitas atraksi, aksesibilitas, prasarana dan lain sebagainya (Wijayanti, 2009).

Salah satu kunci penguatan ekonomi Indonesia, khususnya dari sisi penerimaan devisa, adalah peningkatan sektor pariwisata. Bentuk wisata yang berpotensi dikembangkan adalah wisata halal, yang turut mendukung pengembangan ekonomi syari'ah. Ekonomi dan keuangan syari'ah merupakan salah satu tema yang didorong Indonesia dalam Pertemuan Tahunan IMF-Bank Dunia 2018. Besarnya potensi pariwisata halal untuk dikembangkan mengingat banyaknya jumlah umat muslim di dunia. Di sisi lain, wisata halal juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dari sisi budaya, demografi, tujuan maupun alokasi biaya yang dikeluarkan untuk berwisata. Untuk itu diperlukan pemahaman lebih dalam dari berbagai pihak dalam pengembangannya. Hal lain yang juga penting, bahwa wisata halal tidak dapat berdiri sendiri, menjadi bagian dari keseluruhan industri halal, yang juga mencakup sektor finansial dan pembiayaan. Untuk itu, dari sisi Indonesia, sangat disadari pentingnya kerja sama dengan berbagai negara, pemerintah dan pemangku kepentingan untuk mendorong pengembangan wisata halal. Kerja sama juga perlu dilakukan dengan pemangku kepentingan di daerah-daerah wisata halal.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Saat ini pariwisata yang tengah menjadi trend yaitu pariwisata syari'ah yang mana pengoperasiannya sesuai dengan syari'ah Islam. Adanya sektor baru yaitu pariwisata syari'ah diharapkan akan berimplikasi terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, (Ramadhany dan Ridlwan 2018).

Untuk itu industri pariwisata mempunyai peranan penting dalam upaya pembangunan dan pengembangan suatu daerah, (Widagdo dan Rokhlinasari, 2017). Bahkan pada beberapa daerah menunjukkan bahwa industri pariwisata mampu mendongkrak daerah tersebut dari keterbelakangan dan menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama. Dampak dari adanya pariwisata yang menguntungkan seperti terciptanya lapangan pekerjaan, meningkatnya pendapatan dan meningkatnya keramaian. Sedangkan dampak yang merugikan seperti mahalnya harga barang-barang, rusaknya daerah sekitar dan melunturnya kebudayaan.

Menurut Utami dan Demartoto (2009) terdapat 7 unsur yang berkaitan dengan dampak pariwisata, yaitu :

1. Relasi sosial, dari segi sosial mengakibatkan peningkatan hubungan antara para pelaku usaha pariwisata serta masyarakat luas melalui kegiatan promosi.
2. Gaya hidup, dari segi sosial terjadi perubahan kearah individualistis. Dari segi ekonomi terjadi peningkatan jumlah kepemilikan motor, ponsel dan pembangunan rumah.

3. Persaingan kerja, dari segi sosial munculnya jiwa kompetisi antara para pelaku usaha pariwisata
4. Pola pikir, dari segi sosial peningkatan jiwa wirausaha yang tinggi para pelaku usaha pariwisata. Dari segi budaya terjadi pergeseran nilai seperti kesadaran penggunaan bahasa Inggris, terbuka terhadap pembaharuan dan orientasi komersial.
5. Partisipasi warga, dari segi sosial keikutsertaan masyarakat pada aktifitas pariwisata dan pembentukan kelompok sosial. Dari segi budaya memunculkan kembali tradisi-tradisi yang mulai ditinggalkan serta menjadikan kesenian tradisional sebagai atraksi wisata desa.
6. Mobilitas, dari segi budaya menciptakan tingkat mobilitas permanen dan sirkuler yang tinggi. Dari segi ekonomi pemasaran kegiatan pariwisata semakin luas.
7. Pembangunan fisik, dari segi ekonomi terjadi pembangunan dan penyediaan prasarana jalan, *homestay* dan MCK.

Pariwisata dijadikan sebagai pendorong kegiatan ekonomi. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat memiliki tujuan utama untuk berupaya mengurangi dan penghapusan kemiskinan. Konsep pengembangan pariwisata tersebut dikenal dengan *Pro – Poor Tourism (PPT)*.

Menurut PPT Partnership (2004), *Pro-Poor Tourism is tourism that result in increased net benefits for poor people. PPT is not a specific niche product or niche sector but approach to tourism development and management.*

Diartikan sebagai kegiatan pariwisata yang dapat memberikan hasil peningkatan keuntungan untuk masyarakat

miskin. *Pro Poor Tourism* tidak secara rinci memproduksi wisata atau sektor wisata namun merupakan pendekatan untuk pembangunan dan managerial pariwisata. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata mendukung pemberdayaan masyarakat di lokasi wisata. Pemberdayaan masyarakat adalah menciptakan/meningkatkan kapasitas masyarakat baik secara individu maupun berkelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraannya (Permen Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: KM.18/HM.001/MKP/2011).

Perkembangan industri akibat adanya pertumbuhan pariwisata yang pesat pada era globalisasi ini membuat penyediaan barang di kawasan pariwisata menjadi berlimpah. Banyak fasilitas komersil mulai terbangun di kawasan pariwisata, mulai dari mall, supermarket sampai pusat oleh-oleh. Dampak yang ditimbulkan akibat perkembangan pariwisata terhadap aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan masyarakat dan faktor penyebab dan dampak yang ditimbulkan akibat dari perilaku konsumtif masyarakat, (Urbanus dan Febiant, 2017).

Sedangkan Dian Dinta Herlambang berpendapat setidaknya ada empat hal yang dapat dipengaruhi oleh pariwisata terhadap kondisi ekonomi di tempat wisata, yakni: a) jenis pekerjaan, masyarakat menjadi memiliki pekerjaan, seperti pedagang asongan, lalu menjadi pegawai di tempat wisata (penjual tiket masuk, pengawas keamanan, pengelola sampah dan lain-lain); b) pendapatan masyarakat juga tentunya akan merasakan dampak dari pembangunan pariwisata; c) tumbuhnya sektor lain di sekitar tempat wisata, berdirinya

warung-warung, ada penginapan yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat sekitar; d) di tempat wisata juga makanan maupun minuman akan mengalami perubahan harga yang dapat menjadi keuntungan bagi pedagang. (Herlambang, 2016: 14-15). Menurut (Sukadijo, 1997:25) pengaruh pembangunan pariwisata terhadap perekonomian dapat mengubah beberapa hal, yakni: berubahnya jenis pekerjaan, pendapatan masyarakat, pembagian kerja, serta kesempatan kerja maupun wirausaha. (Aryani, Sunarti, & Darmawan, 2017).

Selain itu, menurut Hutabarat (1992) dalam Unggal Priyadi (2017), peran pariwisata saat ini mencakup: Pertama, peran ekonomi yaitu, sebagai sumber devisa negara; kedua, peranan sosial yaitu sebagai penciptaan lapangan kerja dan terakhir peran kebudayaan yaitu memperkenalkan kebudayaan dan kesenian.

### **C. Dampak Sosial Budaya**

Indonesia merupakan sebuah negara yang kaya akan istiadat dan budaya masih kental, menyimpan sejuta nilai kearifan lokal serta menyimpan begitu banyak potensi alam dipadu dengan masyarakat dari berbagai golongan suku, agama dan ras yang hidup berdampingan satu sama lain, hal inilah yang kemudian menjadi nilai tersendiri Indonesia tak hanya warga Indonesia sendiri yang kagum namun juga dikenal hingga ke manca negara. Ini pulalah yang kemudian menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata yang begitu diminati.

Menurut (Kirom, Sudarmiatin, dan Adi Putra 2016) budaya menjadi faktor yang paling dominan dan berpengaruh

postit terhadap kepuasan wisatawan. Budaya menjadi salah satu hal yang dapat menarik wisatawan. Faktor budaya lahir dari warisan leluhur atau nenek moyang yang dikembangkan dan dikenalkan oleh pewarisnya. Untuk memperkenalkan budaya sebagai salah satu aspek dalam menarik minat wisatawan berkunjung maka harus ada strategi untuk menjaga kebudayaan yang ada dari segi warisan budaya nya sendiri dan dari segi kompetitifnya. Hal ini selaras dengan pendapat Richards dan Wilson dalam Li (2014) dalam (Kirom, Sudarmiati, dan Adi Putra 2016) bahwa daya tarik wisata budaya yang terlibat dalam lingkungan pasar yang sangat kompetitif karena dalam hal pengadaanya untuk pasar pariwisata budaya semakin dibanjiri dengan daya tarik baru, rute budaya dan pusat warisan dan di dalam hal permintaannya terdapat permintaan yang cepat berubah dari pelanggan.

Dalam Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan yang Maha esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata merupakan bagian dari hak asasi manusia, kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Pembangunan kepariwisataan

diperlukan untuk mendorong pemerataan untuk kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Wisata halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syari'at Islam sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru di dalam industri pariwisata tentunya wisata halal memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai keislaman yang disematkan di dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan Muslim merupakan jumlah wisatawan terbesar di Indonesia yang notabene merupakan Negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, konsep wisata halal merupakan jawaban akan besarnya *untapped market* yang belum tersentuh dengan maksimal. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia maka Indonesia merupakan pasar industri wisata syari'ah terbesar di dunia dan sudah seharusnya oleh pelaku bisnis pariwisata di Indonesia, hal ini dikarenakan pengembangan wisata halal yang berkelanjutan akan dapat memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pelaku yang terlibat di dalamnya, (Kurniawan Gilang Widogdyo, 2015). Seiring dengan pesatnya perkembangan pariwisata, pembangunan pariwisata mengadopsi pola pembangunan berkelanjutan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai:

*Sustainable tourism is a tourism which concerns with management of the sustainable development of the natural, built, social and cultural tourism resources of the host community in order to meet the fundamental criteria of promoting their economic well-being, preserving their nature,*

*culture, social life, intra and inter-generational equity of costs and benefits, securing their life sufficiency and satisfying the tourists' needs, (Butler, 1991).*

Gortazar (1999) dalam Nengah Subadra dan Nyoman Mastiani Nadra (2006) menambahkan bahwa pariwisata berkelanjutan mempunyai penekanan khusus pada tiga hal yaitu;

1. Pelestarian warisan alam dan budaya serta tradisi masyarakat lokal dengan mengurangi konteks yang intensif dan massal terhadap objek-objek wisata budaya;
2. Pengurangan dampak-dampak negatif yang ditimbulkan sehubungan dengan pengembangan pariwisata;
3. Pemberdayaan masyarakat lokal untuk mempertinggi kehidupan sosial dan budayanya guna meningkatkan kualitas dan standar hidup masyarakat lokal.

Sosial-budaya juga menjadi aspek yang penting diperhatikan dalam pembangunan pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang memberi kontribusi persentuhan budaya dan antar etnik serta antar bangsa. Oleh karena itu, penekanan dalam sosial budaya lebih kepada ketahanan budaya, integrasi sosial, kepuasan penduduk lokal, keamanan dan keselamatan, kesehatan publik aspek terakhir adalah ekonomi. Penekanan aspek ekonomi lebih kepada pemerataan usaha dan kesempatan kerja, keberlanjutan usaha, persaingan usaha, keuntungan usaha dan pajak, untung-rugi pertukaran internasional, proporsi kepemilikan lokal, akuntabilitas.

Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi, dan politik, (Spillane, 1994:14). Hal tersebut

sejalan dengan ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor: 09 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan objek dan daya tarik wisata Indonesia.

Dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata. *Pertama*, daya tarik wisata ciptaan Tuhan yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna. *Kedua*, daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan kompleks hiburan. *Ketiga*, daya tarik wisata minat khusus, seperti berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain.

Sementara itu, daya tarik wisata menurut Direktorat jenderal pemerintahan dibagi menjadi tiga macam. *Pertama*, daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi 4 kawasan, yaitu (a) flora fauna, (b) keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya ekosistem pantai dan ekosistem hutan bakau, (c) gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau, (d) budi daya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan. *Kedua*, daya tarik wisata sosial

budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata, meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan. *Ketiga*, daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, para wisatawan harus memiliki keahlian, contohnya: berburu mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan sebagainya.

Indonesia sebagai negara yang memiliki keragaman agama dan budaya memiliki peninggalan sejarah dan tradisi yang terhubung dan tidak dapat dipisahkan dengan aspek-aspek keagamaan dan praktek religi masyarakat. Warisan budaya dan agama dengan keragaman suku, etnis, bahasa, dan adat kebiasaan menjadi potensi dalam pengembangan pariwisata. Secara khusus umat Islam sebagai mayoritas masyarakat di Indonesia tentunya memiliki keunikan yang menjadi ciri khas bangsa dengan destinasi pariwisata yang ada, seperti keratin, masjid, benda-benda pusaka, makam sampai kuliner yang dimilikinya, (Jailani, Setiawan dan Hasyim, 2016: 63-76).

Polarisasi budaya dan praktek keagamaan Muslim menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi negeri ini yang kemudian dikenal dengan wisata religi. Istilah wisata religi ini semakin berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, kemudian berubah menjadi istilah wisata syari'ah dan beberapa tahun terakhir mengalami pergeseran istilah lagi menjadi wisata halal. Kedua wisata ini (wisata syari'ah dan wisata halal) akan digunakan secara bersama dengan tulisan berikut karena memiliki substansi dan dimensi agama yang sama atau istilah halal sebagai bagian dari

5 jenis hukum Islam (wajib, sunnah, mubah, makruh, dan haram) pada perinsipnya diturunkan dari istilah syari'ah (Jafari dan scott, 2014:44,1-19).

Pariwisata yang melibatkan antara lain pelaku, proses penyelenggaraan, kebijakan, penyediaan (*supply*) dan permintaan (*demand*), politik dan sosial budaya yang saling berinteraksi dengan perantara satu dengan yang lainnya. Ini akan nampak lebih realistis bila dilihat sebagai sistem dengan berbagai subsistem yang saling berhubungan dan mempengaruhi. Dalam kerangka kesisteman tersebut, pendekatan terhadap fungsi dan peran pelaku, dampak lingkungan, peningkatan pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat, serta kesetaraan dalam proses pembangunan pariwisata menjadi hal yang sangat penting.

Menurut Spillane (1995) mengungkapkan peran pariwisata dalam pembangunan negara secara makro meliputi tiga segi yakni segi ekonomis (sumber devisa, pajak-pajak), segi sosial (pencipta lapangan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan kepada pariwisataawan). Ketiga segi tersebut tidak saja berlaku sebagai wisatawan asing, tetapi juga untuk wisatawan-wisatawan domestik yang kian meningkat peranannya.

Pariwisata adalah sistem multi kompleks dengan berbagai aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi antar sesama. Salah satu faktor penting dalam pengembangan pariwisata adalah aspek sosial budaya, karena aspek sosial budaya merupakan salah satu aspek penting untuk meningkatkan kegiatan kepariwisataan,(Waani 2016). Sementara perilaku wisatawan dipengaruhi oleh beberapa

faktor seperti yang dikemukakan Kotler dan Keller (2009:190) yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi. Faktor-faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Faktor Budaya**

Budaya, sub budaya dan kelas sosial merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi perilaku kunjungan pada wisatawan. Budaya merupakan sesuatu yang dasar dari keinginan dan kebutuhan seseorang. Masing-masing budaya terdiri dari bagian yang lebih kecil yaitu sub budaya yang mampu menyediakan identifikasi yang lebih spesifik dan sosialisasi bagi anggotanya. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, kepercayaan, ras, dan area geografi.

### **2. Faktor Sosial**

Faktor sosial sebagai tambahan dari faktor budaya, faktor sosial terdiri dari referensi keluarga, kelompok, dan aturan sosial dan status berdampak pada perilaku kunjungan.

### **3. Faktor Personal**

Keputusan berkunjung juga dipengaruhi oleh karakteristik personal, yang termasuk dalam kategori ini adalah umur dan daur hidup, pekerjaan dan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup dan nilai. Karena beberapa karakteristik ini memiliki dampak yang langsung dalam perilaku wisatawan, hal ini sangat penting untuk pemasar dalam mendekati wisatawan.

#### 4. Faktor Psikologi

Dampak sosiologis pariwisata bagi penerima wisatawan (masyarakat) adalah timbulnya hasrat untuk meniru, komersialisasi adat / budaya, perubahan terhadap keramahtamahan serta pengasingan dan pembaruan. Dengan mengabaikan penerapan dari segi sosiologis ini bukan saja menyebabkan keretakan hubungan manusiawi antara wisatawan dan warga masyarakat penerima serta menciptakan suatu kesenjangan saling mengerti, akan tetapi juga akan timbul kegoncangan ekonomi, Spellane (1995).

Johnson (2002) menyatakan masyarakat adalah salah satu kekuatan lingkungan yang memaksa perusahaan pemasaran untuk mengikuti perubahan budaya dan nilai-nilai sosial, perilaku-perilaku, dan tradisi-tradisi yang membentuk peradaban sebuah masyarakat. Faktor-faktor ini mempengaruhi pemasaran dengan tiga cara penting. Pertama, *trend* sosial dan budaya menghasilkan pengenalan produk baru dan praktik pemasaran baru. Pada masa ini di Indonesia dan di seluruh dunia, tekanan waktu dan jarak dari orang tercinta menjadi isu penting bagi masyarakat.

Kegiatan pariwisata cenderung mengarahkan pada kegiatan dari aksi sosial, dalam artian bahwa kegiatan pariwisata erat kaitannya dengan tingkah laku tiap individu, kelompok dalam melakukan perjalanan wisata serta pengaruh kegiatan pariwisata dalam masyarakat. Dengan berkembangnya pariwisata orang-orang bebas bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain, dari lingkungan yang satu ke lingkungan yang lain yang sama sekali berbeda sebangsa dan seagama. Orang-orang yang sedang melakukan wisata akan saling

berhubungan langsung dengan orang-orang yang berkembangsaan dan lingkungan lain di tempat tujuannya, dan saling mengenal dan memperkenalkan adat kebiasaan, kebudayaan dan kepercayaan. Masing-masing wisatawan memiliki kebiasaan, tingkah laku dan keinginan yang berbeda bahkan ber tolak belakang dengan tatacara hidup (*thae way of life*) masyarakat yang dikunjungi. Gejala ini dapat membuat sektor pariwisata menjadi suatu yang dianggap peka yang dapat mempengaruhi hubungan antar bangsa.

Sejak dekade 1970-an sampai dengan dekade 1990-an paling tidak tercatat ada 17 ahli yang menyoroti fenomena sosial budaya yang ditimbulkan pariwisata (Pitana & Gayatri, 2005).

Menurut Surwiyanta (2003), pariwisata berdampak pada kehidupan masyarakat pada aspek sosial budaya yang sebagian besar mengalami perubahan, yaitu pada aspek sosial (pendidikan, kesehatan, kegiatan kampung (gotong royong), aspek ekonomi (jenis pekerjaan, sistem perdagangan, pola pengeluaran, pola pendapatan, pola konsumsi), aspek budaya (gaya hidup, seperti: cara berpakaian, bentuk rumah, perabotan rumah, agama dan adat perkawinan). Dari ketiga aspek tersebut ada sub bagian yang tidak berubah yaitu pada aspek sosial (keamanan), aspek ekonomi (tempat transaksi, jumlah kali frekuensi makan) dan budaya (kegiatan agama).

Pembangunan pariwisata pada aspek sosial budaya diantaranya: Perlindungan dan pelestarian budaya serta adat istiadat, meningkatnya tingkat pendidikan, meningkatnya ketrampilan, penggunaan bahasa, meningkatnya kesadaran berorganisasi, meningkatnya penggunaan teknologi,

komersialisasi seni dan budaya, berkurangnya rasa gotong royong, matrealistik dan terbentuknya geng.

Pariwisata bukanlah hanya kegiatan bisnis atau komersial semata, melainkan juga merupakan wahana bagi upaya untuk merevitalisasi sejarah, alam, dan kebudayaan. Mac Cannell, 1992 (dalam Herbert, 1995), sebagai berikut:

*“Tourism is not just an aggregate of merely commercial activities; it is also an ideological framing of history, nature and tradition; a framing that has the power to reshape culture and nature to its own needs*

Pembangunan pariwisata berwawasan budaya di samping bertujuan untuk memperoleh manfaat bagi kesejahteraan ekonomi, juga memberi manfaat bagi pelestarian budaya dan lingkungan setempat. Oleh sebab itu pariwisata menciptakan kontak sosial antar sesama. Kontak sosial ini mengandung makna:

1. Memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk saling mengenal kebudayaan masing-masing dalam batas-batas tertentu
2. Memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk mengenal sikap dasar yang dimiliki dalam pergaulan.

Menurut World Organization yang di sitir oleh Oka A Yoeti mengatakan, pengaruh pariwisata terhadap kehidupan sosial masyarakat dapat disebabkan oleh 3 hal, yaitu:

1. Polarization of The Population  
Penduduk setempat sudah terpolarisasi, perolehan pendapatan masyarakat tidak proporsional, kebanyakan

penduduk ingin menjadi kaya secara mendadak dan berusaha memburu dolar dengan jalan pintas.

## 2. Breakdown of The Family

Dengan masuknya wisatawan asing yang silih berganti dan terjadinya intensitas pergaulan antara yang melayani dan yang memberikan pelayanan, timbul ekses negative demi memenuhi kebutuhan biologis masing-masing

## 3. Development of The Attitudes of a Consumption-Oriented Society: Incident of Phenomena of Social Pathology.

Elisa Dwi Rohani (2021) menjelaskan bahwa dampak Positif Pariwisata Aspek Sosial adalah :

1. Semangat dari anggota komunitas (*Community spirit*) yang terbangun secara alami di desa wisata Pulesari. Bentuk semangat kebersamaan ini terlihat dari adanya kerjasama dan gotong royong yang dilaksanakan
2. Memperkuat organisasi (*strengthening organization*) salah satu dampak positif yang dapat diperhitungkan dengan adanya keterbukaan antar masyarakat dan pembagian hasil secara merata sesuai dengan bagian masing-masing
3. Munculnya pemimpin (*Emergence of leader*) pada bagian terdapat 3 poin utama yang dapat dijadikan tolak ukur dampak positif yaitu, berbagi pengalaman dari anggota komunitas desa wisata maupun dengan tamu, pendelegasian tugas kepada masing-masing anggota, dan kebanggaan anak muda

Menurut Jafari (dikutip dari Ritchie dan Goeldner, 1987: 375-376), dampak negatif sosial-budaya lainnya adalah *premature departure to modenizatio*, yaitu suatu keadaan diaman nilai dan ideologi asing yang diterima mempengaruhi

kehidupan dan sikap serta perilaku masyarakat lokal dan secara perlahan dikawatirkan akan menjauh budaya dan tradisi mereka.

Dampak sosial yang selalu dihubungkan dengan budaya yakni, seperti yang diutarakan oleh Oka yang dikutip dari Cohen (1984) mengelompokan dampak sosial budaya pada sepuluh kelompok besar, yaitu:

- a. Dampak terhadap keterkaitan dan keterlibatan antara masyarakat setempat dengan masyarakat yang lebih luas, termasuk tingkat otonomi atau ketergantungan.
- b. Dampak terhadap hubungan intrapersonal antara anggota masyarakat.
- c. Dampak terhadap dasar-dasar organisasi/kelembagaan sosial.
- d. Dampak terhadap migrasi dari dan ke daerah pariwisata.
- e. Dampak terhadap ritme kehidupan sosial masyarakat.
- f. Dampak terhadap pola pembagian kerja.
- g. Dampak terhadap sertifikasi dan mobilitas sosial.
- h. Dampak terhadap distribusi pengaruh dan kekuasaan.
- i. Dampak terhadap meningkatnya penyimpangan-penyimpangan sosial,
- j. Dampak terhadap bidang kesenian dan adat istiadat

Menurut Richardson dan Fluker dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya di daerah tujuan wisata antara lain:

1. Struktur populasi.

- Meningkatnya aktivitas pariwisata disuatu daerah tujuan wisata memerlukan tenaga kerja untuk menjalankan usaha pariwisata dan memberikan pelayanan yang diperlukan wisatawan.
2. Transformasi struktur mata pencaharian. Peluang kerja sektor pariwisata harus diakui memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan sektor lainnya.
  3. Transformasi tata nilai  
Meningkatnya populasi dengan datangnya orang yang mempunyai attitude berbeda-beda dapat menyebabkan percampuran tata nilai di daerah tujuan wisata tersebut.
  4. Dampak pada kehidupan sehari-hari.  
Disamping dampak pariwisata terhadap tata nilai dan bagaimana masyarakat berfikir, pariwisata juga menyebabkan masalah untuk masyarakat tuan rumah yang mempengaruhi bagaimana masyarakat bertindak dalam kehidupan sehari-harinya.

#### **D. Dampak Terhadap Lingkungan**

Industri pariwisata memiliki hubungan erat dan kuat dengan lingkungan fisik. Lingkungan alam merupakan aset pariwisata dan mendapatkan dampak karena sifat lingkungan fisik tersebut yang rapuh (*fragile*), dan tak terpisahkan (*Inseparability*). Bersifat rapuh karena lingkungan alam merupakan ciptaan Tuhan yang jika dirusak belum tentu akan tumbuh atau kembali seperti sediakala. Bersifat tidak terpisahkan karena manusia harus mendatangi lingkungan alam untuk dapat menikmatinya.

Lingkungan fisik adalah daya tarik utama kegiatan wisata. Lingkungan fisik meliputi lingkungan alam (flora dan fauna, bentangan alam, dan gejala alam) dan lingkungan buatan (situs kebudayaan, wilayah perkotaan, wilayah pedesaan, dan peninggalan sejarah). Secara teori, hubungan lingkungan alam dengan pariwisata harus mutual dan bermanfaat.

Industri pariwisata yang oleh G.A Schmoll dalam bukunya *Tourism Promo-tion* didefinisikan sebagai: “*Tourism is a highly decentralized industry consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them*” (G.A.Schmoll,1977: 30). Dengan demikian pariwisata bukan merupakan industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya.

Kompleksitas masalah industr pariwisata juga berhubungan erat dengan upaya pengembangan pariwisata yang ternyata juga mempunyai dampak terhadap lingkungan. Sehubungan dengan hal itu perlu upaya pelestarian fungsi lingkungan. Dengan demikian terdapat dua aspek penting yaitu masalah industri pariwisata yang berorientasi pada lingkungan dan pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pelestarian fungsi lingkungan.

Pengembangan pariwisata terutama yang berobyek wisata keindahan alam dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan, dan berdampak juga pada obyek wisata

itu sendiri yaitu berupa *Water Pollution, Air Pollution, Noise Pollution, Visual Pollution, Waste Disposal Problems, Ecological Disruption, Environmental Hazards, Damage to Archaeological and Historic Sites, Land Use Problems.*

Sehubungan dengan dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh pengembangan pariwisata tersebut maka pariwisata harus direncanakan sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan fungsi lingkungan antara lain sebagai berikut:

1. Conservation of Important Natural Areas.
2. Conservation of Archeological and Historic Sites and Architectural Character.
3. Improvement of Environmental Quality.
4. Enhancement of the Environment.
5. Improvement of Infrastructure
6. Increasing Environmental Awareness.

Pengembangan pariwisata dapat membawa dua dampak yaitu dampak positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat sekitar kawasan wisata dan juga memberikan kontribusi terhadap perolehan pendapatan asli daerah. Sedangkan dampak negatif, antara lain: polusi udara, polusi air, polusi udara, polusi sampah, rusaknya situs arkeologi dan sejarah, dan masalah penggunaan tanah.

## **BAB IX**

### **STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA HALAL**

#### **A. Pengertian Strategi**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Strategi berkaitan dengan arah tujuan dan kegiatan jangka panjang suatu organisasi. Strategi juga sangat terkait dalam menentukan bagaimana suatu organisasi menempatkan dirinya dengan mempertimbangkan keadaan sekeliling terutama terhadap pesaingnya.

Strategi diyakini sebagai alat untuk mencapai tujuan. Strategi adalah kerangka yang membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah suatu organisasi perusahaan. Pengertian strategi harus dibedakan dengan pengertian taktik. Dimana taktik adalah suatu cara atau metode yang digunakan di lapangan untuk berusaha memenangkan pertempuran di depan, (Oka A. Yoeti 1990:123).

#### **A. Strategi Pengembangan Wisata Halal**

Menurut Marceilla Hidayat (2016), mengungkapkan ada tiga prinsip utama dalam pengembangan/pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) yaitu:

1. *Ecological Sustainability*, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan proses

ekologi, biologi, dan keragaman sumber daya ekologi yang ada.

2. *Social and Cultural Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakat sekitar dan sesuai dengan kebudayaan serta nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat tersebut.
3. *Ecoconic Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efisien secara ekonomi dan bahwa sumber daya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang.

Sementara menurut Cooper, Fletcher, Giberth, Shepherd dan Wanhill (1998) dalam Sunaryo bambang (2013) mengungkapkan bahwa pengembangan destinasi pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama sebagai berikut yaitu:

1. Objek dan daya tarik (*Attraction*) yang mencakup: daya tarik yang biasa berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan/aftifical seperti event atau yang serig disebut minat khusus.
2. Aksebilitas (*Accessibility*) yang mencakup dukungan sistema transportasi yang meliputi: rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi lainnya.
3. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung parisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan, retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, bis perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.

4. Fasilitas Pendukung (*Ancillary Service*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit dan sebagainya.
5. Kelembagaan (*Institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

Menurut Unggal Priyadi (2016) ada beberapa kebijakan dan strategi pemerintah dalam pengembangan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan wilayah dengan pendekatan pengembangan ekosistem, yaitu penataan ruang yang dilakukan dengan pendekatan secara terpadu, terkoordinasi, berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.
2. Peningkatan keterkaitan fungsi pengembangan kegiatan pariwisata yang baik dengan sektor lainnya untuk memberikan nilai efisiensi yang tinggi dan percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah.
3. Pengembangan pariwisata harus dikaitkan dengan pengembangan ekonomi nasional, wilayah dan lokal. Pada tingkat nasional sektor pariwisata harus berperan sebagai *prime mover*.
4. Pengembangan pariwisata harus diupayakan dapat melibatkan seluruh *stakeholder*. Dalam konteks ini peran masyarakat terlibat dimulai dari sektor hulu (memberi kegiatan produksi yang ekstraktif) sampai hilir (kegiatan produk jasa).

5. Pemanfaatan rencana pengembangan wilayah secara nasional yang harus terkait dengan Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN).
6. Pengembangan dukungan sarana-prasarana transportasi secara terpadu intermode dan terkait dengan struktur pengembangan wilayah.

Sementara menurut (Hermawan, 2019) menyatakan ada sembilan strategi yang telah digunakan oleh pemerintah adalah strategi yang tepat untuk menerapkan sepuluh program unggulan dalam meningkatkan pariwisata halal di Indonesia meliputi semua aspek kebutuhan mulai dari aspek tujuan, aspek pemasaran, dan aspek sumber daya manusia, masyarakat, dan industri. Setiap strategi diimplementasikan dengan program-program yang diselenggarakan melalui pemanfaatan kemajuan teknologi. Implikasi dari strategi ini dapat menjadikan pariwisata halal Indonesia menjadi wisata kelas dunia terbaik.

Dalam hal ini, kementerian pariwisata (2019) mengungkapkan bahwa dalam mengembangkan wisata halal pada level nasional terdiri dari 3 strategi, yaitu, *sustainable competitive growth*, *integrate-tourism ecosystem* dan *government support-industry led*.

Di sisi lainnya strategi yang serupa menurut Elpa Hermawan (2019) mengungkapkan ada sembilan strategi yang telah digunakan oleh pemerintah merupakan strategi yang tepat untuk mengimplementasikan sepuluh program unggulan dalam meningkatkan wisata halal di Indonesia. Pengembangan 10 program unggulan sehingga wisata halal terus memberikan daya tarik yang berbeda bagi para wisatawan dan tempat-

tempat tujuan wisata halal di seluruh Indonesia menjadi tujuan para wisatawan.

1. Pada aspek destinasi, Kementerian Pariwisata Indonesia telah melakukan pengembangan destinasi atau tujuan wisata untuk mendapatkan peningkatan jumlah wisatawan dari dalam ataupun luar negeri, seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9.1  
Aspek Destinasi

No	Strategi	Deskripsi	Implementasi Program
<b>S1</b>	<i>Amenity</i>	Mengembangkan fasilitas dan layanan pariwisata ramah muslim serta mendorong terciptanya iklim investasi pariwisata halal	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Daya tarik dan paket wisata halal</li> <li>b. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> <li>c. Monitoring dan evaluasi DSRA</li> </ol>
<b>S2</b>	<i>Attraction</i>	Mengembangkan daya tarik wisata ramah Muslim	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Daya tarik dan paket wisata halal</li> <li>b. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> <li>c. Monitoring dan evaluasi DSRA</li> </ol>

No	Strategi	Deskripsi	Implementasi Program
S3	<i>Accessibility</i>	Mengembangkan konektivitas menuju destinasi pariwisata unggul	a. Daya tarik dan paket wisata halal b. Monitoring dan evaluasi IMTI c. Monitoring dan evaluasi DSRA

Sumber: Elpa Hermawan: 2019: 91

2. Aspek kedua konsep pengembangan pemasaran untuk menarik pengunjung atau wisatawan muslim lebih banyak. Di era teknologi, pemerintah telah memanfaatkan fasilitas kemajuan teknologi dalam memasarkan kemajuan wisata Indonesia. Beberapa strategi yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

Tabel 9.2  
Aspek Pemasaran

No	Strategi	Deskripsi	Implementasi Program
S1	Strategi Pemasaran (DOT)	Mensinkronisasi pemasaran berdasarkan DOT ( <i>destinatioom origini, dan time</i> ) dan referensi pasar pariwisata halal	a. <i>Digital information system</i> b. <i>Mareketing outreach</i> c. <i>Muslim visitor guide</i>

No	Strategi	Deskripsi	Implementasi Program
			<ul style="list-style-type: none"> <li>d. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> <li>e. Monitoring dan evaluasi DSRA</li> </ul>
S2	Strategi Pemasaran (BAS)	Membangun komunikasi pemasaran dan penjualan pariwisata halal	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Digital information system</i></li> <li>b. <i>Mareketing outreach</i></li> <li>c. <i>Muslim visitor guide</i></li> <li>d. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> <li>e. Monitoring dan evaluasi DSRA</li> </ul>
S3	Strategi Media POSE	Mengembangkan media promosi digital pariwisata halal	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Digital information system</i></li> <li>b. <i>Mareketing outreach</i></li> <li>c. <i>Muslim visitor guide</i></li> <li>d. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> </ul>

No	Strategi	Deskripsi	Implementasi Program
			e. Monitoring dan evaluasi DSRA

Sumber: Elpa Hermawan: 2019: 91

3. Aspek ketiga adalah pengembangan sumber daya manusia, masyarakat, dan industri. Aspek ini berhubungan dengan kompetisi bisnis dan kinerja institusi atau organisasi dalam mengelola dan memberikan pelayanan terhadap aktivitas berwisata. Berikut ini strategi yang digunakan pemerintah dalam memajukan aspek tersebut:

Tabel 9.3  
Aspek Sumber Daya Manusia, Masyarakat, Industri

No	Strategi	Deskripsi	Implementasi Program
<b>S1</b>	<i>Human resource develomen</i>	Meningkatkan SDM pariwisata halal melalui 3C ( <i>Curriculum, Certification, center of Excellen</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penguatan pemahaman pariwisata halal</li> <li>b. Sertifikasi dan standarisasi</li> <li>c. <i>Research and development</i></li> <li>d. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> </ul>

No	Strategi	Deskripsi	Implementasi Program
			e. Monitoring dan evaluasi DSRA
<b>S2</b>	<i>Community</i>	Menguat kebijakan dan struktur kelembagaan, sinergisitas stakeholders, tata kelola sertifikasi, research and development, dan traceability system (mampu telurus) untuk pariwisata halal,	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Halal tourism regulation &amp; institution</li> <li>b. Sertifikasi dan standarisasi</li> <li>c. Research and development</li> <li>d. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> <li>f. Monitoring dan evaluasi DSRA</li> </ul>
<b>S3</b>	<i>Industrial development</i>	Meningkatkan daya saing industry melalui pengembangan produk industry pariwisata yang ramah Muslim ( <i>Extended Service</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Monitoring dan evaluasi IMTI</li> <li>b. Monitoring dan evaluasi DSRA</li> </ul>

Sumber: Elpa Hermawan: 2019: 92

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rasyid. 2015. *Pariwisata Syariah*. <https://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/>
- Abdul Rasyid. 2018. *Urgensi Regulasi Pariwisata Halal*. <https://business-law.binus.ac.id/2018/12/30/urgensi-regulasi-pariwisata-halal/>
- Adisasmito, W., 2008. Analisis Kebijakan Nasional MUI dan BPOM dalam Labeling Obat dan Makanan. *Jurnal Kebijakan Nasional MUI dan BPOM Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia*.
- Agus, Panji Adam. 2017. “Kedudukan Sertifikasi Halal dalam Sistem Hukum.
- Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam”. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*.
- Agustino Leo. 2006. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Diakses pada tanggal 9 Februari 2015.
- Ahmed, M., & Atilla, A. (2018). *The Potential of Halal Tourism in Ethiopia: Opportunities, Challenges, and Prospects*. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 13–22. <https://doi.org/10.30625/ijctr.397499>
- Ahsin W. Al Hafidz, Fikih Kesehatan (Cet. I; Jakarta: Amzah, 2007), h.192. dan Thobieb al-Asyhar, Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani (Cet. I; Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2003)

- A.J, Muljadi. 2012. *Kepariwisata Dan Perjalanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Afroniyati, L. (2014). Analisis ekonomi politik sertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 18(1)
- Anon. 2016. “*Infrastructure As Important Determinant Of Tourism Development In The Countries Of Southeast Europe.*” *Ecoforum*.
- Auliadri, Tuwanku Aria. 2017. “Analisa Aktivitas Manajemen Strategi pada Industri Pariwisata Berbasis Digital.” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*.
- Arifin Mansurno Samsun. R. 1990. *Islam In on Indonesia World: Ulama of Madura*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Aryani, S. W., Sunarti, & Darmawan, A. (2017). “Analisis Dampak Pembangunan Pariwisata Pada Aspek Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat (Studi Kasus pada Desa Wisata Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul D.I.Yogyakarta)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Assegaf, Abd. Rachman. 2011. *Filsafah Pendidikan Islam*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Asyhar, 2003 dalam Rambe, 2012). : Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi *Halal*, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan *Halal*
- Baalbaki, Rohi, 1995. *Al Mawardi A Modern Arab English Dictionary*. Beirut: Dar Al-Ilm Almalayin.

- Bambang Sunaryo, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, (Gava Media, Yogyakarta:2013)
- Battour. Mohamed. 2017. *“Halal Tourism and Its Impact on Non-Muslim Tourist’s Perception, Trip Quality and Trip Value.” International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.*
- Battour. Mohamed. 2018. *“Muslim Travel Behavior in Halal Tourism.” in Mobilities, Tourism and Travel Behavior – Contexts and Boundaries.*
- Battour. Mohamed, Fatemeh Hakimian, Mohd Ismail, and Erhan Bogan. 2018. *“Perception of Non-Muslim Tourists Towards Halal Tourism.” Journal of Islamic Marketing.*
- Battour. Mohamed and Mohd Nazri Ismail. 2016 *“Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenge and Future.” Tourism Management Perspectives.*
- Bawazir, Tahir. 2013. *Panduan Praktis Wisata Syari’ah.* Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Butler, R.W. 1991. *“Tourism, Environment and Sustainable Development”.* *Environmental Conservation.* 18 (3)
- Burlian, Paisol. 2014. *“Reformulasi Yuridis Pengaturan Produk Pangan Halal.” Ahkam.*
- Candra. (2014). Halal Tourism: a New Goldmine for Tourism. *International Joournal of Business Management and Research IJBMR Vol 4.*
- Chookaew, Sureerat, Oraphan Chanin, Jirapa Chatarawat, Pingpis Sriprasert and Sudarat Nimpaya. 2014. *“Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf*

*in Thailand for Muslim Country.” Journal of Economics, Bussiness and Management.*

- Chookaew, S., chanin, O., Charatarawat,dkk, 2015. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in. Journal of Economics, Business, and Management, III (7).
- Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd & Wanhill. 1998. *Tourism Principles and Practices. England: Longman Group Limited.*
- Choudhury, I. A. and El-Baradie. 1998. “*Machinability of Nickel-Base Super Alloys: A General Review.*” *Journal of Materials Processing Technology*
- Choudhury, M.A. 2002. *A Qur’anic Critique Of Occidental And Muslim-Rationalist Approaches To The Theory Of Knowledge in Explaining the Qur’an, a Socio-Scientific Inquiry, Book II.* Lewiston, N.Y: The Edwin Mellen Press.
- Choudhury, Biswajit and Amarjyoti Choudhury. 2013. “*Local Structure Modification and Phase Transformation of TiO2 Nanoparticles Intiated by Oxygen Defects, Grain Size and Annealing Temperature.*” *International Nano Letters.*
- Cooper, C and Jackson S.L. 1998. “*Destination Life Cycle : The Isle of The Man Case Study in The Earthscan Reade In Sustainable Tourism.* UK : Earthscan Publication Limited.
- Cooper, Fletcher, Gilberth, Shepherd and Wanhill (1998) Damanik dan Weber, 2006:11
- Corte, V.D., Sciarely, M., Cascella, C., & Gaudio, G.D (2015). *Customer Satisfaction in tourist destination: The case of*

*tourism offer in the city of Naples. Journal of Investment and Management 2015; 4(1-1*

- Cutlip, Scott M, Center, Alen H, & Bromm Glen M. 2006. *Effective Public Relations*. Terjemahan Tri Wibowo, B.S. Jakarta: Kencana
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut. (2006). *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR UGM dan And
- Daryanto, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Apolo Surabaya 1997),H 128
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta : PT. Insan Media Pustaka.
- Departemen Agama, Pedoman Strategi Kampanye Sosial Produk Halal, Jakarta: irektorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, 2003.
- Djakfar, Muhammad. 2017. “*Guarding Sharia Economy in Indonesia Optimilization of Contemporary Ulama Authority and Local Wisdom.*” *El Harakah*.
- Djakfar, Muhammad. 2017. *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik dan Industri Halal di Indonesia*. UIN Malik Press.
- Djogo, T., Sunaryo, S. D., & Sirait, M. (2003). *Kelembagaan dan kebijakan dalam pengembangan agroforestri Bahan ajaran agroforestri 8*. Bogor: World Agroforestry Centre (ICRAF) Southeast Asia.
- Dingsoyr, T., & Conradi, R. 2002. “A Survey of Case Studies of The Use of

Knowledge Management in Software Engineering”.  
*International Journal of Software Engineering and  
Knowledge Engineering*. Vol 12(4).

Elizabeth, Sulzby. 1986. *Literasi Pariwisata*.

Fahadil Amin Al Hasan, 2017, “Penyelenggaraan Parawisata  
Halal di Indonesia  
(Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan  
Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)”. *Jurnal Ilmu  
Syari'ah Dan Hukum*

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor: 108/DSN-  
MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan  
Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

Gde Pitana, I Ketut Surya Diarta, “Pengantar Ilmu Pariwisata”,  
Andi, Yogyakarta, 2009.

Gilang Widagdyo, Kurniawan. 2015. *Analisis Pasar  
Pariwisata Halal Indonesia*.

Gude Pitana dan Surya Diarta. Pengantar Ilmu Pariwisata.  
Yogyakarta. Andi. 2009

Gunawan, A., D. Hamid, and M. P. 2016. “Analisis  
Pengembangan Pariwisata Terhadap Sosial Ekonomi  
Masyarakat (Studi Pada Wisata Religi Gereja Puhsarang  
Kediri).” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas  
Brawijaya*.

Hakim, L. 2011. “Sayang Ya Sertifikasi Halal Masih Urusan  
Sukarela”. *Majalah Aulia No 12 Tahun VIII*.

Hakim, A. A., Huda, U. N., & Aziz, R. (2019). Model Wisata  
Halal Berbasis Komunitas. *Al-Khidmat*,

Hasan Sofyan. 2014. *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif*

- Hariandja. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasanah, Dewi, Rodia Syamwil, and I Made Sudana. 2017. "Dampak Sertifikasi Profesi dan Sertifikasi Kompetensi Akuntansi Terhadap Kinerja Guru Akuntansi SMK." *Journal of Vocational and Career Education*.
- Hasanah, Uswatun. 2018. "Penyuluhan Family Literacy Untuk Meningkatkan Literasi Budaya." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Hassan Shadily, John M. Echols. 2010. *Kamus Indonesia Inggris*. Jakarta: PT Gramedia.
- Herlambang, Dian Dinta. 2016. "Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial dan Ekonomi Penduduk Sekitar Lokasi Wisata Air Terjun Kedung Pedut di Dusun Kembang, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo." *Jurnal Elektronik Pendidikan Geografi*.
- Hermawan, Hary. 2016. "Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal." *Jurnal Pariwisata*.
- Hermawan, Elpa. 2019. "Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*.
- Hornby, A. S. 2010. *Oxford Advanced Learner's Dictionary, 8th Edition*. Oxford: Oxford University Press
- Inskip, Edward. 1988. "Tourism Planning: An Emerging Specialization." *Journal of the American Planning Association*.
- Inskip, Edward. 1991. "Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach." *Van Nostrand Reinhold: New York*.

- Iskandar, Ridwan and Budi Setiawan. 2015. “Sertifikasi Kompetensi Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Bagi Lulusan Perguruan Tinggi Pariwisata Dalam Menyambut Mea.” *BARISTA: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*.
- Jaelani, A. (2016). Islamic Tourism Development in Cirebon: *The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective. Journal of Economics Bibliography*. <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/74833/>
- Jaelani, A. 2017. “*Halal Tourism Industry In Indonesia: Potential And Prospects*”. *Munich Personal Repec*.
- Jaelani, Aan. 2017b. “*Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*.” *SSRN Electronic Journal*.
- Jaelani, Setyawan dan Hasyim 2016. “*Religious Heritage Tourism and Creative Economic In Cirebon: The Diversity Of Religious, Cultures and Culinary*”. *Journal of Social And Administrative Science*. Vol 3 (1). 014, “Muslim World and Its Tourism”. *Annals of Tourism Research*
- Jamaluddin al-Qasimin. (tanpa tahun). *Mahasani Al-Ta'wil, Maktabah Al-Halabo*. Cairo.
- Johnson, E. M. 2002. *Fundamentals of Marketing, Fourth Edition*. American Management Association
- Kementerian Kehutanan RI. Statistik Kementerian Kehutanan Tahun 2013 Pdf, diakses pada hari Jum'at tanggal 3 Mei 2019 pukul 13.20 wib.
- Kementerian Pariwisata. 2019. “Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal.” *Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata*.

- Kirom, Novita Rifaul, Sudarmiatin and I. Wayan Jaman Adi Putra. 2016. "Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan." *Jurnal Pendidikan – Teori, Penelitian dan Pengembangan*.
- Kodoatie, R.J. 2003. *Manajemen dan Rekayasa Infrastruktur*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu dan dua. Erlangga : Jakarta
- Kovjanic, Gordana. 2017. "Islamic Tourism As a Factor of the Middle East Regional Development." *Turizam*
- Kusumaningrum, Demeiati Nur, Aulia Mawaddah Fairuz, Erima Puspita Putri, and Erdina Putri Amalia. 2017. "Trend Pariwisata Halal Korea Selatan." *Senaspro*.
- Lestari, Mega and Suhadak. 2019. "Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Pemerataan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Lina Munirah and Hairul Nizam. 2012. "Muslim Tourist's Typology in Malaysia Perspectives and Challenges." *Tourism and Hospitality International Conference*.
- Lothar A.Kreck dalam Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Ma'ruf Amin, "Fatwa Halal Melindungi Umat dari Kerugian yang Lebih Besar" *Jurnal Halal*, No. 103 Th. XVI Tahun 2013, Jakarta: LPPOM MU
- Maryaningsih, Novi, Oki Hermansyah, and Myrnawati Savitri. 2014. "Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*.

- Marceilla Hidayat. 2016. "Strategi Perencanaan dan Pengembangan Obyek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)". *Tourism & Hospitality Essentials*. Journal 1.1.
- Mohsin, Asad, Noriah Ramli, and Bader Abdulaziz Alkhulayfi. 2016. "Halal Tourism: Emerging Opportunities." *Tourism Management Perspectives*.
- Muhammad Indra Hadi Wijaya, Surya Tri Esti Wira Utama, Zuyyina LaksitaDewi, Deny Aditya Puspasari11 Department of Urban and Regional Planning, PSDKU, Diponegoro University, Kampus UNDIP Tembalang, Semarang, Indonesia. Jurusan Teknologi Infrastruktur Dan Kewilayahan, Institut Teknologi Sumatera Department of Urban and Regional Planning, Diponegoro University, Kampus UndipTembalang, Semarang, Indonesia, 2020
- Muhammad, Iqbal. 2018. "Standarisasi Produk Pangan Halal (Studi Komparatif Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif)." *Jurnal Mimbar Akademika*.
- Mujib, Abdul. 2016. *Asy-Syir'ah Analisis Terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia*.
- Mulyasa. 2007. <https://pengajar.co.id/sertifikasi-adalah>
- Nengah Subadra dan Nyoman Mastiani Nadra. 2006. "Dampak Ekonomi, Sosial Budaya dan Lingkungan Pengembangan Desa Wisata Di Jatiluwih-Tabanan". *Jurnal Manajemen Pariwisata*.
- Nikki R Keddie. 1978. *Scholar, Saind and Sufis*. California: University of California Press
- Notoatmojo, Soekidjo. 2010. "Pengembangan Sumber Daya Manusia." *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*.

- Nugroho, Lucky, Wiwik Utami and Caturida Meiwanto Doktoralina. 2019. “Ekosistem Bisnis Wisata Halal dalam Perspektif Maqasid Syariah (*Halal Tourism Bussiness Ecosystem in The Maqasid Syariah Perspective*).” *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*.
- Nugroho, Riant. 2009. *Public Policy*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Nyoman.S. Pendit. 1999. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta : Pradya Paramita
- Nyoman S. Pendit, Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana,ibid, h. 4
- Organisasi Kerjasama Islam, 2017, “Strategic Roadmap for Develoment of Islamic Tourism In OIC Member Countries”. *Ankara-Turkey: Organisasi of Islamic Cooperation: Statistic Economic and Sosial Research, and Training center For Islamic Countries*.
- Omona, W., Lubega, J. T., & Weide, T. V. 2012.. “*Enhancing Knowledge Management Using ICT in Higher Education: An Empirical Assessment*”. *Journal of Knowledge Management Practice*. Vol. 13(3).
- Pangaribuan, Tangson. R. 2010. “Hubungan Variasi Bahasa Dengan Kelompok Sosial.” *Bahas*.
- Priyadi, Unggul and Eko Atmadji. 2017. “Identifikasi Pusat Pertumbuhan dan Wilayah Hinterland di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.” *AJIE*.
- Purwadi, dkk, Jejak Para Wali dan Ziarah Spritual, (Jakarta: Kompas,2006), h. 1
- Poerwadarminta. 1986. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

- Al-Qaradhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*.
- Rahtomo, R. Wisnu. 2018. “Ekosistem Destinasi Pariwisata Halal Wadah Pengembangan Destinasi Pariwisata Ramah Muslim.” *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*
- Ramadhany, Fitratun and Ahmad Ajib Ridlwan. 2018. “Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat.” *Muslim Heritage*.
- R.G. Soekadijo, Anaomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai “*Systemic Linkage*”. (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2000)
- Samori Z, Md Salleh, & Khalid. (2016). *Current Trends in Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. Tourism Management Perspectives*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.01130>
- Said Quthub. 2010. “*Fizhila Li al-Quran*”. Cairo: Dar Syuruq
- Sapta Nirwandar, “Wisata Halal dan Lifestyle Indonesia Melangkah Lagi” (diakses pada tanggal 15 Maret 2017) di <http://www.traveltourismindonesia.com/wisata-halal-lifestyle-indonesia-melangkah-lagi/>.
- Sedarmayanti, Membangun & Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata, (PT Refika Aditama, Bandung:2014),
- Samsuni, Samsuni. 2017. “Manajemen Sumber Daya Manusia.” *Al-Falah: Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan*.
- Satriana, Eka Dewi and Hayyun Durrotul Faridah. 2018. “Wisata Halal: Perkembangan, Peluang dan Tantangan.” *Journal of Halal Product and Research*.

- Schmoll, G.A., 1977, "Tourism Promotion", Tourism International Press, London.
- Spillane, James J. 1987. Pariwisata Indonesia: Sejarah dan Prospeknya. Yogyakarta: Kanisius.
- Spillane, James J. 1994. Ekonomi Pariwisata: Sejarah Pariwisata dan Prospeknya. Yogyakarta: Kanisius.
- Subarkah, Alfawi Ridho. 2018. "Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat." *Intermestic: Journal of International Studies*.
- Subarkah, Alfawi Ridho. 2018. "Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)." *Sospol: Jurnal Sosial Politik*.
- Sucipto, Heri dan Andayani, Fitria, 2014," Karakter, Potensi, Prospek" Jurnal Al-Hikmah Vol 5.
- Suherlan, Ade. 2015. "Persepsi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism." *The Journal of Tauhidinomics*.
- Sukadijo, 1997. "*Anatomi Pariwisata*". Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sumarsono, Sonny. 2003. "Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Budaya dan Ekonomi." *Media Wisata*.
- Sunarya, Bambang, 2013,"Kebijakan pembangunan destinasi Pariwisata Konsep dan aplikasinya di Indonesia", Yogyakarta: Gava Media
- Sunaryo. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya. Gava Media. Yogyakarta
- Surwiyanta, Ardi. 2003. "Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Budaya Dan Ekonomi." *Media*

*Wisata.*

- Sunaryo, Bambang, 2013, “*Kebijakan Pembangunan dsetinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*”. Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013
- Suwena, I. Ketut and I. Gusti Ngurah Widyatmaja. 2017. “Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata.” *Analisis Pariwisata*.
- Sopyan, Riyanto, 2012, *Prospek Bisnis Pariwisata Syari’ah*, Jakarta : Republika
- Swantara, I. Kadek Budi Praga and Ida Bagus Darsana. 2017. “Pengaruh Kunjungan Wisatawan, Pendapatan PHR, Dan Pendapatan Retribusi Obyek Wisata Terhadap PAD Kabupaten Gianyar.”
- Syahriza, Rahmi. 2014. “Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata Sara dan Derivasinya dalam Al-Qur’an).” *Human Falah*.
- Udoji Chief J.O. 1981. *The African Public Servant As a Public Policy in Africa. African*
- Unggal Priyadi, 2016, “Pariwisata Syari’ah Prospek dan Perkembangan”, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- UNESCO (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/arti-literasi-adalah.html>
- Urbanus, Nyoman and Febianti. 2017. “Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Wilayah Bali Selatan.” *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*.
- Utamiasih, Ni Kadek, Al Hidayah Harvy Pratiwi, Muhammad Handika, Ni Putu Rhara Kurnia Lestari, and Ni Putu Santhi Astiti. 2019. “Penerapan Peraturan Bupati

- Buleleng No 63 Tahun 2015 Tentang Sertifikasi Kompetensi Pencari Kerja Dan Karyawan Pada Bidang Pariwisata Di Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*.
- Waani, Hanny Fernando. 2016. “Sosial Budaya Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kelurahan Bunaken Kecamatan Bunaken Kota Manado.” *Acta Diurna*.
- Wahab. Solichin Abdul. 2001. *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara
- Wahidati, Lufi and Eska Nia Sarinastiti. 2018. “Perkembangan Wisata Halal Di Jepang.” *Jurnal Gama Societa*.
- Widagdo, Ridwan and Sri Rokhlinasari. 2017. “Dampak Keberadaan Pariwisata Religi Terhadap Perkembangan Ekonomi Masyarakat Cirebon.” *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari’ah*.
- Widhasti, Garit Bira and Herning Suryo Sardjono Christy Damayanti. 2017. “Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia Melalui Pariwisata Halal.” *Solidaritas*.
- Widagdyo, K. G. (2015). Analisis pasar pariwisata halal indonesia. *Tauhidinomics*, 1(1)
- Widodo, Reja Irfah, 2017. “Menjadi *Tour Leader* Muslim Bersertifikat” Dalam Republik.
- Wong, Poh Poh. 2008. “*Environmental Impacts of Tourism*.” in *A Companion to Tourism*.
- Yoeti, 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Yamu’alim, SST. 2014. “Sertifikat Kompetensi Sebagai Standar Kompetensi Kerja.” *Forum Manajemen*.

Yoeti, Oka, A., 1996. "Pengantar Ilmu Pariwisata". Bandung:  
Angkasa

Yoeti, Oka. 1985. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit  
Angkasa. Bandung

# PARIWISATA HALAL

## KONSEP & STRATEGI

Wisata halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat Islam sebagai landasan dasarnya.

Konsep wisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restoran, hingga aktifitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman.

Konsep wisata halal dapat juga diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah disaat wisatawan Muslim dapat berwisata serta mengagungi hasil penciptaan Allah SWT (tafakur alam) dengan tetap menjalankan kewajiban shalat wajib sebanyak lima kali dalam satu sehari semalam dan semua ini terfasilitasi dengan baik serta menjauhi segala yang dilarang oleh-Nya.



AL-FIKRAH  
PUBLICATIONS