



PERAN BADAN PROMOSI PARIWISATA DAERAH (BPPD NTB) DALAM MEMBANGUN BRAND WISATA SYARI'AH DI NUSA TENGGARA BARAT

Muh. Baihaqi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram

Abstrak

Pariwisata syari'ah adalah salah satu segmen pasar wisata yang sangat menjanjikan. Sebagai daerah dengan mayoritas muslim dan memiliki potensi wisata yang cukup menjanjikan, baik dari segi destinasi, atraksi budaya maupun fasilitas penunjang wisata, Nusa Tenggara Barat tidak ingin ketinggalan momentum dalam mengembangkan segmen pasar wisata ini. Oleh karena itu, sejak tahun 2009, pemerintah daerah membentuk Badan Promosi Pariwisata Daerah yang memiliki fungsi memperkenalkan pariwisata NTB ke pasar pariwisata dunia. Penelitian ini ingin mengetahui peranan BPPD dalam membangun brand wisata halal di NTB. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara. Dalam upaya mewujudkan NTB sebagai destinasi wisata syari'ah dunia, BPPD NTB telah melakukan berbagai upaya strategis. Di antara upaya tersebut adalah mengikuti dan memenangkan kompetisi halal tourism di Dubai, melakukan promosi wisata halal melalui berbagai media baik cetak, elektronik dan media online. Selain itu, BPPD juga menjalin kerjasama dengan beberapa maskapai penerbangan seperti Garuda dan Lion Air, yakni dengan pemutaran video pariwisata NTB di setiap kursi penumpang Garuda dan pemasangan logo wonderful Lombok Sumbawa di badan pesawat Lion Air. Selain memiliki potensi wisata, pariwisata halal NTB memiliki beberapa tantangan di antaranya adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang wisata halal dan minimnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan dan keamanan untuk para wisatawan.

Kata Kunci: *Promosi, Wisata Syari'ah, Destinasi, Wisatawan.*

A. PENDAHULUAN



Pengembangan sektor pariwisata hakekatnya merupakan interaksi antara proses sosial, ekonomi, dan industri. Oleh karena itu unsur-unsur yang terlibat di dalam proses tersebut mempunyai fungsi masing-masing. Peran serta masyarakat diharapkan mempunyai andil yang sangat besar dalam proses ini. Untuk itu masyarakat ditempatkan pada posisi memiliki, mengelola, merencanakan dan memutuskan tentang program yang melibatkan kesejahteraannya.¹

Dari sudut sosial, kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotivasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa, selain itu juga pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha

ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme.

Pariwisata syariah adalah konsep yang sedang dibidik oleh segmen pariwisata dari berbagai negara. Pariwisata syariah adalah pariwisata yang menikmati segala kekayaan alam dan tempat wisata di setiap negara namun dibalut dalam esensi syariah dan tidak hanya ditargetkan pada wisatawan muslim saja, namun terbuka untuk semua kalangan karena pariwisata syariah bukanlah pariwisata religi (Islam) tapi menikmati berbagai dengan konsep syariah yang memberikan manfaat tidak hanya kepada pengelola bisnis, namun manfaatnya bisa dirasakan oleh penikmat wisata dan lingkungan sekitar dan terjamin keberlangsungannya. Esensi syariah tidak hanya mengkomsumsi makanan dan minuman dalam konteks halal, halal disini juga dijelaskan mengapa makanan tersebut dikatakan halal dan layak dikomsumsi.

Bagi daerah Nusa Tenggara Barat yang dikenal dengan julukan pulau seribu masjid, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang

¹David.C.Korten dan Rudi Klauss. *People Centered Development: Contribution Toward Theory and Planning Frameworks*. (West Hartford : Kumarian Press, 1994), h. 45.



strategis dan potensial untuk dikelola, dikembangkan, dan dipasarkan, mengingat potensi obyek wisata yang dimiliki daerah ini sangat beragam meliputi obyek wisata daerah pantai, gunung, air terjun, kuliner, adat budaya hingga wisata kegiatan keagamaan. Obyek wisata Pantai merupakan obyek wisata yang banyak dikunjungi dan menjadi salah satu pariwisata favorit di Provinsi NTB. Untuk melayani para wisatawan, di sepanjang pantai berdiri hotel dan home stay berikut semua fasilitasnya.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa dalam mengelola pariwisata konvensional banyak menyediakan fasilitas yang tidak sesuai dengan standar syari'ah, seperti tersedianya minuman beralkohol, kolam renang yang tidak memisahkan pria dan wanita, bahkan tidak sedikit tamu yang datang bersama pasangan di luar nikah. Selain itu, kultur budaya masyarakat Nusa Tenggara Barat tidak homogen melainkan terbentuk dari berbagai suku, agama dan budaya sehingga menjadi masalah tersendiri dalam mengembangkan wisata syari'ah khususnya oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD NTB) terlebih setelah Nusa Tenggara Barat meraih penghargaan *World's Best Halal Tourism Destination* dan *World's Best Halal Honeymoon Destination* yang menjadi peluang sekaligus tantangan dalam membangun brand wisata syari'ah di Nusa Tenggara Barat.

Selain persoalan tersebut di atas, Nusa Tenggara Barat adalah daerah yang memiliki penduduk mayoritas

muslim dan diapit oleh dua buah propinsi dengan mayoritas non muslim. Di sebelah barat bersebelahan dengan Bali yang mayoritas beragama Hindu dengan wisata budaya serta alamnya yang indah dan dikenal seluruh dunia. Di sebelah timur bersebelahan dengan Nusa Tenggara Timur dengan mayoritas penduduk beragama Katolik dan wisata alamnya yang menawan.

B. KERANGKA TEORITIS

1. Pengertian Pariwisata syari'ah.

Secara harfiah wisata berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti perjalanan berpergian.² Dari pengertian ini wisata berarti perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat yang ingin dikunjungi, yang menurut Bahasa Inggris di sebut *Tour*.

Dalam Bahasa Arab, perjalanan wisata atau pariwisata sering diistilahkan dengan kata *as-siyahah* yang diambil dari ungkapan *saaha al-maa'* (air mengalir, mencair, meleleh). Ungkapan tersebut digunakan menyebut air yang mengalir dan berjalan di atas permukaan tanah, kemudian digunakan untuk konteks manusia yang berarti berpergian di atas permukaan bumi dalam rangka beribadah, meningkatkan kesalehan atau tanpa tujuan apapun.³ Dengan demikian, *as-siyahah* identik dengan melancong.

Wisatawan muslim merupakan segmen baru yang sedang berkembang

²Inu Kencana, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Jakarta: Mandar Maju, 2009), h. 15.

³Fahad Salim Bahamman, *Panduan Wisatawan Muslim* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2012), h. 6.



pesat dalam industri pariwisata. Menjelajahi dunia seperti wisatawan lain dengan tidak mengorbankan kebutuhan dasar mereka berupa pemenuhan makanan halal dan kemudahan pelaksanaan ibadahnya berupa shalat. Jadi, secara umum pariwisata syari'ah dan pariwisata konvensional tidak beda, hanya kebutuhan terhadap paket wisata, akomodasi, makanan dan minuman memenuhi ketentuan nilai-nilai Islam dimana hal ini dapat juga dinikmati oleh semua kalangan karena secara 'generic' tidak berbeda. Duman⁴ telah mengumpulkan pendapat para pakar dalam mendefinisikan pariwisata syari'ah. pendapat-pendapat tersebut di antaranya:

- a. Shakiry mendefinisikan wisata syari'ah sebagai "The concept of Islamic Tourism is not limited to religions tourism, but it extend to all forms of tourism except those that go against."⁵
- b. Hassan mendefinisikannya sebagai "In its narrow sense, it may mean "Religious Tourism" (*visiting shrines all over the Islamic World*). But in its wide sense, it is the type of tourism that adheres to the value of Islam. most of these value are shared with other religious and non-religious

⁴Shakiry, dalam Teoman Duman, , 2011, "Value of islam tourism offering: perspective from the turkish experience", world islamic tourism Forum (witF), kuala lumpur, Malaysia, alamat: <http://iais.org.my/e/attach/ppts/12-13JUL2011>

⁵Hassan, dalam Teoman Duman, , 2011, "Value of islam tourism offering: perspective from the turkish experience", world islamic tourism Forum (witF), kuala lumpur, Malaysia, alamat: <http://iais.org.my/e/attach/ppts/12-13JUL2011>

beliefs (for example the etical code promoted by world Tourism organization). It calls for respect for local communities and the local environment, benefiting the locals, decency and learning about ather cultures". "Islamic tourism means a new ethical dimation in tourism. It stand for value generally accepted as high standart of morality and decency. It also atands for the respect of local beliefs ang traditions, as well as care for the environment. It represents a new outlook on life ang society. It brings back values to the central stage in an age where consumerism is rife and everything is available for use and abuse in the most selfish way. It also encourages understanding and dialogue between different nations and civilization and attempts to find out about the backgown of different societies and heritages".

Berdasarkan berbagi pengertian pariwisata syariah tersebut di atas, prinsip industri pariwisata syariah adalah untuk semua orang dalam segala bentuk produk wisata dengan tetap memperhatikan nilai-nilai yang tidak bertentangan dengan syari'ah.

2. Kriteria umum obyek Pariwisata syari'ah.

Obyek dalam pariwisata syari'ah dapat berupa: wisata alam, wisata budaya, wisata buatan yang dibingkai dalam nilai-nilai Islam. Adanya nilai-nilai Islam yang melekat tersebut menjadikan para wisatawan dalam



melakukan kegiatan wisata disamping memperoleh kesenangan yang bersifat duniawi, juga mendapatkan kesenangan yang sejalan dengan nilai-nilai yang selaras secara dan seiring dengan tujuan dijalankannya syari'ah, yaitu memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan terhadap keimanan, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda. Dengan demikian, dalam pariwisata syari'ah meletakkan prinsip yang ada harus didasarkan pada tujuan untuk meningkatkan semangat keberagaman dengan cara yang menghibur. Keadaan tersebut menjadi sangat berbeda manakala wisatawan

melakukan kegiatan wisata yang konvensional maupun wisata religi. Ketiga jenis kegiatan pariwisata tersebut meskipun berbeda, tidak berarti saling meniadakan dan saling menghilangkan satu sama lain. Wisata konvensional dan religi pada prinsipnya dapat mendukung terselenggaranya wisata syariah, sepanjang tidak bertentangan dengan kaidah hukum Islam. secara singkat, Riyanto melakukan komparasi pariwisata konvensional, pariwisata religi, dan pariwisata syariah seperti yang tersaji dalam tabel:

Tabel 1.

Perbandingan Pariwisata syariah dengan lainnya.

No.	Item perbandingan	Konvensional	Religi	Syari'ah
1	Obyek	Alam, budaya, heritage, kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritualitas	Meningkatkan spirit religiusitas dg menghibur.
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang bedimensi nafsu, untuk menghibur semata	Aspek spiritual menenangkan jiwa, mencari ketentraman batin semata.	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama.
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata.	Membuat turis tertarik pada obyek dan membangkitkan spirit religiusitas. Mampu menjelaskan fungsi & peran syari'ah dlm membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin
5	Fasilitas ibadah	Sekedar perlengkapan	Sekedar perlengkapan.	Menjadi bagian yg menyatu dg obyek pariwisata, ritual peribadatan menjadi bagian paket hiburan.
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi dengan masyarakat di lingkungan obyek wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer dan mengejar keuntungan semata	Terintegrasi, interaksi berdasar prinsip-prinsip syari'ah
8	Agenda perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperhatikan waktu.



Pengembangan wisata syari'ah diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat, dengan bertambahnya jumlah wisatawan maka akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pengembangan ini akan dilakukan pada seluruh sektor pariwisata, baik itu Sumber Daya Alam maupun Sumber Daya Manusia. Partisipasi, kepedulian masyarakat terhadap kepariwisataan sangat dibutuhkan terutama oleh masyarakat muslim Nusa Tenggara Barat yang pada akhirnya nanti dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian mereka.

C. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian ini nantinya akan menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga data yang dikumpulkan adalah data yang berupa kata/kalimat maupun gambar (bukan angka-angka). Data-data ini bisa berupa naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, memo ataupun dokumen resmi lainnya.⁶

⁶ Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), h.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data dari pejabat dan staf Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB yang merupakan sumber data primer. Di samping sumber data primer, penulis juga menggunakan sumber sekunder yakni mengambil data dari pihak lain yang terkait dengan pariwisata, catatan-catatan, literature, media online, majalah ataupun dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB.

3. Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis menggunakan dua cara, dokumentasi dan wawancara. Teknik dokumentasi penulis gunakan adalah dengan mencariturulisan, dokumen, gambar dan segala sesuatu yang terkait dengan pariwisata. Sedangkan tehnik wawancara dilakukan dengan pejabat dan staf Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB.

4. Analisis Data.

Analisis data dapat berlangsung bersamaan dengan kegiatan pengumpulan data maupun setelah proses pengumpulan data. Artinya, kegiatan mengkategorisasi dan menafsirkan data dilaksanakan di lapangan pada saat wawancara maupun setelah kegiatan pengumpulan data berlangsung dan dianggap selesai. Analisis data yang akan dipergunakan adalah deduksi, yakni berupa kata-kata baik lisan maupun tertulis dari Ketua, Direktur Eksekutif. BPPD NTB dan para



pelaku wisata di NTB kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus.

5. Validitas Data.

Teknik validitas data yang digunakan penulis adalah menggunakan teknik triangulasi dan teknik perpanjangan kehadiran.⁷Metode triangulasi ini peneliti lakukan dengan triangulasi metode dan triangulasi sumber data. Sedangkan teknik perpanjangan kehadiran adalah peneliti hadir di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai.⁸

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Upaya Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam Membangun Brand Wisata Syariah di Nusa Tenggara Barat

Pariwisata merupakan salah satu sektor penopang ekonomi yang sangat penting bagi sebuah negara. Oleh karena itu semua negara di dunia memiliki komitmen dan perhatian khusus dalam mengurus pariwisata. Ini dibuktikan dengan adanya kementerian pariwisata pada masing-masing negara tersebut. Kementerian pariwisata memiliki tugas untuk mengelola semua hal yang berkaitan langsung dengan pariwisata baik wisatawan, destinasi wisata serta

para pelaku wisata seperti guide dan pengelola perhotelan.

Kegiatan promosi pariwisata di Nusa Tenggara Barat (NTB) telah gencar dilakukan. Jenis strategi promosi yang dilakukan adalah berupa kunjungan (*visit*), undangan (*invite*) dan penyelenggaraan kegiatan (*event*) bertajuk pengenalan kebudayaan. Hal ini terkait program Visit Lombok Sumbawa yang menargetkan kunjungan 1 juta wisatawan pada akhir tahun 2012, jumlah ini merupakan dua kali lipat dari jumlah wisatawan pada Desember 2011. Pada akhir tahun 2012, target 1 juta pengunjung telah berhasil terpenuhi, bahkan melebihi target. Angka kunjungan sebanyak 1.163.142 wisatawan (471.706 wisatawan asing dan 691436 wisatawan domestik).⁹

Inginkembalimengulangkesuksesan sebelumnya, lanjutan dari Program Visit Lombok Sumbawa (VLS) 2012 yaitu VLS 2015 dengan mengangkat tema “Tambora Menyapa Dunia”. Program ini menaikkan target jumlah kunjungan wisatawan, yaitu sebanyak 2 juta pada akhir tahun 2015. Pada tahun 2016 ini, target kunjungan wisatawan dinaikkan menjadi 3 juta kunjungan wisatawan.¹⁰ Target ini dirasa cukup realistis karena pada tahun 2016 banyak event nasional maupun internasional yang diadakan di Nusa Tenggara Barat, seperti Hari Pers Nasional, Hari Anak Nasional,

⁷Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), h. 319.

⁸Lexy J. Maleong..., h. 329.

⁹Badan Pusat Statistik Provinsi NTB. 2013. *Nusa Tenggara Barat dalam Angka*. Mataram, h. 46.

¹⁰Agus Hidayatullah, kabid Dishubpar NTB, disampaikan pada seminar wisata halal di gedung IPDN NTB tanggal 27 Juli 2016.



Musabaqah Tilawatil Qur'an Nasional, Konferensi Internasional Ulama' Sedunia, dan masih banyak lagi yang belum terlaksana.

Kemudian target jangka panjang lainnya adalah menjadi salah satu destinasi unggulan nasional maupun internasional yang tentunya diikuti dengan kesungguhan dan langkah-langkah strategis, salah satunya melakukan promosi berkesinambungan dan penataan destinasi. Untuk mengejar target ini diperlukan promosi berkelanjutan dengan memanfaatkan berbagai jaringan. Selain itu, Pemerintah Provinsi NTB melalui Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) menggarap segmen *Halal Tourism* untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Segmen pasar *Halal Tourism* ini dirasakan sangat cocok diterapkan di daerah NTB yang dikenal dengan negeri seribu masjid.

Untuk mendukung terbangunnya brand wisata halal di NTB, beberapa strategi yang dilakukan oleh BPPD NTB adalah sebagai berikut:

a. Bidang Promosi Wisata.

World's Best Halal Honeymoon Destination dan World's Best Halal Tourism Destination adalah dua penghargaan prestisius yang diraih oleh Pulau Lombok. Malam penganugerahan atas event yang didukung Abu Dhabi Tourism and Culture Authority ini dilangsungkan di The Emirates Palace Ballroom, Abu Dhabi. Event yang sering disingkat WHTS pada tanggal 19-21 Oktober 2015

itu adalah lanjutan dari acara Global Islamic Economy Summit (GIES) pada bulan November 2013 di Dubai, UEA.¹¹

Menurut M. Nursandi: "ikut sertanya Lombok dalam ajang kompetisi *The World Halal Travel Summit & Exhibition 2015* ini merupakan tonggak awal yang paling utama untuk memperkenalkan program wisata halal khususnya di Nusa Tenggara Barat. Apalagi dengan diraihnya dua award sekaligus semakin menambah ketertarikan wisatawan mancanegara terutama dari Negara Muslim untuk datang berwisata ke Pulau Lombok."¹²

Total awards-nya sendiri ada 14 kategori. Indonesia berhasil menembus putaran final di 5 kategori. Yakni, World Best Family Friendly Hotel, World Best Cultural Destination, World's Best Culinary Destination, World's Best Halal Honeymoon Destination dan World's Best Halal Tourism Destination. Adapun delegasi Indonesia yang hadir di malam awarding itu antara lain Nia Niscaya (Asdep Eropa, Timur Tengah, Amerika dan Afrika), Taufan Rahmadi, Ketua BPPD Nusa Tenggara Barat, Fauzal, Kadispar NTB, Riyanto, Owner Sofyan Hotel, dan 4 tour operator dan pengelola Hotel Swarga Lombok.¹³

Menurut Gubernur NTB, M. Zainul Majdi, keikutsertaan Nusa Tenggara Barat dalam ajang kompetisi Halal Tourism ini sangat penting untuk

¹¹<http://www.disbudpar.ntbprov.go.id>

¹²Nursandi, Direktur Kreatif&Produksi, wawancara tanggal 2 Agustus 2016.

¹³Nursandi, Direktur Kreatif&Produksi, wawancara tanggal 2 Agustus 2016.



mendongkrak kunjungan wisatawan ke Indonesia khususnya Lombok. Menurutnya, ada segmen pasar pariwisata yang selama ini terlupakan, sementara di beberapa Negara mayoritas non-muslim seperti Thailand, Korea, Jepang dan lain-lain sudah lama mengembangkan konsep Halal Tourism ini.¹⁴

Tidak hanya di tingkat internasional, NTB juga mengikuti kompetisi wisata halal ini di tingkat nasional yang digelar oleh kementerian pariwisata pada bulan Agustus 2016 ini. Momentum kompetisi tingkat nasional ini merupakan ajang bagi NTB khususnya Lombok untuk mempertahankan dan menguatkan apa yang telah diraih dalam kompetisi internasional pada 2015 yang lalu di Dubai.

Taufan Rahmadi menyampaikan bahwa Nusa Tenggara Barat dalam kompetisi ini berhasil memenangkan 4 kategori lomba yakni Biro Perjalanan Wisata Halal Terbaik, Destinasi Wisata Halal Terbaik, Restoran Halal Terbaik, dan Destinasi Kuliner Terbaik.¹⁵

Dalam kompetisi halal tourism kali ini, semakin banyak obyek wisata di Lombok Sumbawa yang bisa diekspose ke pasar nasional maupun internasional. Berbeda dengan kompetisi The World Halal Travel Summit & Exhibition 2015 lalu yang hanya memperkenalkan wisata Lombok secara simbolis. Di samping

itu, dalam kompetisi tingkat nasional ini memperkenalkan destinasi bukan hanya di Lombok melainkan juga beberapa destinasi di pulau Sumbawa.

b. Kerja sama dengan maskapai penerbangan Garuda dan Lion Air.

Nusa Tenggara Barat adalah satu-satunya di Indonesia yang berhasil melakukan promosi pariwisata melalui video di maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Terobosan strategi ini merupakan hal yang luar biasa karena tidak mudah untuk membujuk sebesar maskapai Garuda untuk menayangkan promo wisata di setiap kursi duduk penumpang.

Sebagaimana diungkapkan Taufan Rahmadi, “bahwa kerja sama dengan Maskapai Garuda adalah sejarah baru dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Lombok-Sumbawa karena NTB menjadi satu-satunya provinsi yang berhasil melakukan promosi pariwisata melalui video di maskapai Garuda Indonesia. Kita berharap ini bisa menjadi kebanggaan masyarakat NTB, sehingga kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik terus meningkat ke Lombok dan Sumbawa”¹⁶

Video promosi wisata Lombok-Sumbawa ini ditayangkan 15 menit sebelum pesawat mendarat di bandara tujuan. Pengenalan wisata melalui tayangan video pada setiap kursi duduk maskapai penerbangan Garuda Indonesia diharapkan bisa mewujudkan cita-cita Gubernur NTB, yaitu menjadikan NTB sebagai salah satu tujuan utama wisata

¹⁴Zainul Majdi pada acara Satu Indonesia di NetTV tanggal 13 Agustus 2016.

¹⁵<http://travel.detik.com/read/2016/09/21/181533/3303478/1382/ini-dia-15-destinasi-halal-terbaik-di-indonesia>. (diakses tanggal 23 September 2016)

¹⁶Taufan Rahmadi, wawancara 23 Juli 2016.



halal di Indonesia sekaligus mendorong angka kunjungan wisatawan.

Selain kerja sama dengan maskapai Garuda, kerja sama untuk mempromosikan pariwisata Lombok juga dilakukan dengan maskapai Lion Air dengan memasang logo pesona Lombok Sumbawa tepat di lambung pesawat. Lion Air Group yang menaungi maskapai Lion Air, Batik Air, dan Wings Air, meresmikan pemakaian stiker logo di armada mereka pada Rabu, 20 Juli 2016.

Sebagaimana yang disampaikan oleh M. Nursandi, “bahwa pemasangan logo Pesona Lombok Sumbawa di badan pesawat maskapai Lion Air salah satunya adalah untuk menyambut kegiatan Musabaqah Tilawatil Qur’an Nasional dan perkembangan pariwisata NTB ke depan khususnya terkait halal tourism.”¹⁷

Selama ini, maskapai Lion Air adalah salah satu maskapai yang memiliki flight terbanyak menuju Lombok. Tercatat ada 28 penerbangan perhari menuju Lombok dan Sumbawa. Dari ke 28 penerbangan itu ada tiga armada yang diberi label Pesona Lombok Sumbawa pada lambung pesawat, yakni 2 buah Boeing 737 dan satu buah ATR.¹⁸

c. Memasang iklan pada badan bus dan taxi di dalam dan luar negeri.

Tidak hanya di dalam negeri, perjuangan untuk memperkenalkan

pariwisata NTB juga dilakukan di luar negeri salah satunya adalah di negeri jiran Malaysia. Menurut Jasnawadi, salah satu media yang digunakan untuk promosi wisata adalah media ruang, dan salah satu media ruang itu adalah dengan memanfaatkan space pada badan kendaraan untuk membuat iklan seperti memasang iklan pariwisata NTB pada armada Taxi di Malaysia.¹⁹

Sekitar bulan Maret 2015 diluncurkan branding “Pesona Lombok Sumbawa” di luar negeri. Dimulai dengan branding di busway Transjakarta dan beberapa taksi di Singapura, dilanjutkan dengan meluncurkan branding “Pesona Lombok Sumbawa” di Kuala Lumpur, Malaysia. Tim promo wisata NTB bekerja sama dengan sebuah perusahaan taksi yang beroperasi di Kuala Lumpur. Gambar iklan Pesona Lombok Sumbawa membungkus taksi-taksi tersebut.

d. Table Top.

Salah satu strategi memasarkan pariwisata NTB adalah promosi langsung dengan *Table Top*. Strategi *Table Top* ini adalah pemasaran dengan melakukan pertemuan langsung antara para pelaku usaha pariwisata seperti antara pengelola hotel, pemilik restoran, agen travel, art shop dan lain sebagainya untuk melakukan promosi, saling tukar kartu nama serta memperkenalkan produknya.

Menurut M. Nursandi, “strategi *Table Top* ini dilakukan baik di dalam negeri maupun luar negeri. Dalam praktiknya, tim dari BPPD NTB berkunjung ke

¹⁷Nursandi, wawancara tanggal 2 Agustus 2016.

¹⁸<http://travel.detik.com/read/2016/07/20/075000/3256982/1382/disbudpar-ntb-luncurkan-logo-pesona-lombok-sumbawa-di-lion-air>.

¹⁹Jasnawadi, wawancara tanggal 27 Juli 2016.



sebuah daerah seperti ke Maluku. Di sana disiapkan sebuah tempat di hotel untuk melakukan pertemuan dengan para pelaku wisata setempat seperti para agen travel. Lewat merekalah kita mempromosikan wisata NTB dan selanjutnya mereka tawarkan kepada calon wisatawan yang akan berkunjung ke Lombok Sumbawa.”²⁰

Seperti yang dilakukan oleh Ketua ASITA NTB Dewantoro Umbu Djoka ketika bertemu dengan seller dan buyer pariwisata yang digelar di Sunway Putra Hotel Kuala Lumpur pada Kamis 10 Maret 2016, pada berlangsung *Top table*, banyak pertanyaan yang ditujukan kepadanya tentang halal tourism di Lombok Sumbawa. Para buyer dari Malaysia selalu menanyakan tentang makanan dan fasilitas ibadah. Ketika dijelaskan bahwa di Lombok dan Sumbawa mayoritas muslim, banyak masjid, dan makanan terjamin halal, para buyer itu merasa puas dan memutuskan untuk membawa wisatawan ke NTB.²¹

e. Iklan melalui media.

Iklan melalui media merupakan trend masa kini yang digunakan untuk memperkenalkan sebuah produk. Pemilihan media sebagai sarana untuk mempromosikan wisata Lombok Sumbawa disebabkan karena informasi tentang wisata lebih cepat sampai ke masyarakat. Sebagian besar masyarakat pada saat ini dapat mengakses informasi

dari berbagai belahan dunia melalui media.

Menurut Jasnawadi, “BPPD NTB dalam mempromosikan wisata halal Lombok Sumbawa secara garis besar menggunakan tiga macam media, yakni media elektronik, media online dan media cetak.”²²

f. Bidang Destinasi Wisata.

1. Memisahkan Pantai Bagi Pengunjung Pria dan Wanita.

Harapan NTB untuk bisa menjadikan sebuah kawasan wisata pantai yang memisahkan pengunjung pria dan wanita bukan hal yang mustahil dilakukan. Ini disebabkan karena mayoritas penduduk NTB adalah muslim dan dikenal dengan negeri seribu masjid. Dengan alasan itulah maka para pemangku kebijakan pariwisata NTB sedang mengkaji konsep teknis mengenai hal tersebut.

Terkait pemisahan pantai berdasarkan jenis kelamin ini, Nursandi menyampaikan “dalam waktu dekat ini kita akan mengusahakan agar ada pemisahan lokasi mandi di pantai antara laki-laki dan perempuan, ini adalah komitmen kita dalam merespon dan mempertanggung jawabkan penghargaan wisata halal yang kita terima pada kompetisi halal tourism di Dubai pada 2015. Jika ini kita tidak lakukan maka kita sebagai masyarakat NTB akan menanggung malu karena tidak sesuai antara label dengan yang ada di lapangan.”²³

²⁰Nursandi, wawancara tanggal 2 Agustus 2016.

²¹<http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/pesona-lombok-sumbawa-mejang-di-kuala-lumpur/>

²²Jasnawadi, Direktur Eksekutif BPPD NTB, wawancara tanggal 27 Juli 2016.

²³Nursandi, wawancara tanggal 2 Agustus 2016.



Pemisahan ini sangat penting karena Pulau Lombok dan Sumbawa memiliki wisata pantai yang lumayan banyak dan secara otomatis destinasi yang paling banyak dikunjungi adalah wisata pantai. Bisa dikatakan hampir semua garis pantai yang dimiliki oleh dua pulau ini sangat representatif untuk dijadikan obyek wisata karena keindahannya.

2. Membangun fasilitas tempat ibadah di area wisata.

Salah satu fasilitas yang sangat vital dalam mendukung wisata halal adalah tersedianya tempat ibadah di dalam area wisata. Fasilitas tempat ibadah adalah salah satu poin penting yang membedakannya dengan wisata konvensional. Dalam hal pemisahan pantai untuk pengunjung pria dan wanita dapat saja dilakukan oleh pelaku wisata non-muslim. Namun untuk fasilitas tempat ibadah hanya bisa dilakukan oleh para pelaku wisata muslim.

Menurut Hasanain Juaini, “yang paling membedakan antara wisata konvensional dengan wisata halal adalah adanya fasilitas ibadah di area wisata. Konsep wisata halal di beberapa negara seperti Malaysia sangatlah sederhana, yaitu dengan adanya fasilitas ibadah atau adanya penunjuk arah kiblat di dalam kamar hotel.”²⁴

2. `Peluang Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat

Nusa Tenggara Barat yang terdiri dari dua pulau dengan beragam destinasi wisata beserta keunikan budaya masing-

²⁴Hasanain Juaini, wawancara tanggal 27 Juli 2016.

masing-pulau tersebut menjadi surga bagi para wisatawan domestik dan asing. Di samping itu pemeluk agama Islam yang merupakan mayoritas membuat daerah ini memiliki berbagai peluang untuk mewujudkan pariwisata halal. Peluang tersebut adalah daya tarik pariwisata yang beragam dan sudah berkembang. Selain itu, *Muslim friendly amenities* seperti hotel, pusat-pusat kuliner dan lain-lain juga sudah mulai berkembang. Apalagi, saat ini kerjasama dengan organisasi multinasional untuk mengembangkan infrastruktur pariwisata halal relatif mudah dilaksanakan..

Jasnawadi menjelaskan bahwa “semua peluang untuk membangun branding wisata halal itu kita miliki, kita adalah daerah dengan jumlah penduduk mayoritas Muslim, kita juga memiliki banyak ragam budaya dari berbagai suku dan etnis, wisata alam yang tidak terhitung jumlahnya, akses jalan dan moda transportasi yang lumayan bagus, di samping itu menjamurnya hotel, pusat-pusat perbelanjaan dan kuliner yang semakin berkembang. Semua itu menjadikan NTB sebagai pasar produk-produk dan jasa wisata halal yang cukup menjanjikan.”²⁵

Sebagai daerah yang terdiri dari beragam etnis dan suku, Lombok Sumbawa memiliki berbagai ragam budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata. Secara garis besar, NTB didiami beberapa suku seperti Sasak, Bali, Jawa, Samawa, Mbojo dan Bugis. Selain itu, daerah ini juga telah lama didiami etnis

²⁵Jasnawadi, Direktur Eksekutif BPPD NTB, wawancara tanggal 27 Juli 2016.



pendatang dari luar rumpun melayu seperti etnis Arab dan Tiongkok. Dengan beragamnya suku dan etnis tersebut melahirkan berbagai ragam budaya yang terwujud dalam bingkai Pesona Lombok Sumbawa yang merupakan branding wisata Nusa Tenggara Barat. Beberapa atraksi dan kegiatan budaya yang menjadi daya tarik pariwisata NTB seperti acara Upacara U'a Pua, Upacara Perang Topat, Bau Nyale, Rebo Bontong, Parade Ogoh-Ogoh. Selain ragam kegiatan upacara keagamaan, Lombok-Sumbawa juga memiliki ragam kesenian yang bisa menjadi daya tarik pariwisata. Di antara ragam kesenian tersebut adalah Slober, Tari Jangger, Tari Wura Bongi Monca, Tari Lenggo, Rawa Mbojo, dan Hadrah Rebana. Lombok-Sumbawa juga memiliki tradisi budaya yang digelar pada prosesi adat tertentu, di antaranya yaitu, Budaya Nyongkolan dalam prosesi perkawinan di Lombok, Budaya Ruah Segare di Lombok Tengah, Tarung Peresean, Barempok di Sumbawa Barat, Pesta Ponan di Sumbawa, dan Pacoa Jara di Bima.

Untuk mendukung perkembangan pariwisata, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat terus berupaya membangun akses transportasi ke berbagai lokasi wisata andalan yang menyebar di Pulau Lombok dan Sumbawa, serta pulau-pulau kecil. Akses transportasi tersebut mencakup transportasi darat, laut dan udara.

Fasilitas transportasi darat adalah fasilitas yang paling banyak digunakan untuk menuju obyek wisata. Fasilitas ini ada yang disediakan oleh pemerintah

seperti bus Damri. Damri merupakan penyedia jasa transportasi yang melayani trayek paling banyak dari kota Mataram. Bus ini melayani perjalanan dari Mataram (Lombok) ke beberapa wilayah yang ada di Pulau Sumbawa. Selain Damri, yang paling banyak menyediakan fasilitas transportasi adalah moda angkutan umum yang dikelola oleh perusahaan-perusahaan travel, perusahaan Taxi, Engkel dan Bemo Kota. Moda transportasi yang terakhir ini umumnya digunakan untuk menuju destinasi wisata dengan jarak yang lebih dekat. Di samping itu ada pula transportasi tradisional seperti cidomo. Selain transportasi darat, Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki tiga buah Bandar Udara, delapan buah pelabuhan, tiga di antaranya adalah pelabuhan sebagai pintu masuk ke NTB.²⁶

Sebagai daerah kepulauan, Nusa Tenggara Barat sangat tergantung pada moda transportasi laut dan udara. Transportasi laut dibutuhkan untuk menghubungkan Pulau Lombok dengan Sumbawa dan dengan pulau-pulau sekitarnya seperti Bali dan Flores. Mobilisasi wisatawan dari luar NTB juga sangat membutuhkan moda ini, karena biasanya setelah mengunjungi Bali atau Flores, wisatawan melanjutkan kunjungannya ke NTB.

Untuk mendukung kemajuan pariwisata, di daerah ini telah tersedia segala fasilitas wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan. *Amenity* atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung

²⁶<http://apm-diahpl.blogspot.com/2012/04/terminal-wisata-ntb.html> (Diakses 5 Agustus 2016)



yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di area wisata. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap seperti hotel, restoran dan pusat perbelanjaan. Demikian juga beberapa kebutuhan lain yang juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah.

3. Tantangan Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat.

Mewujudkan branding wisata halal di Nusa Tenggara Barat tidak semudah membalik telapak tangan. Meskipun NTB memiliki penduduk muslim yang mayoritas, namun tidak serta merta menerima dan memahami konsep wisata halal. Begitu pula dengan para pelaku wisata yang telah terbiasa dengan konsep wisata konvensional, mereka khawatir akan kehilangan tamu yang mayoritas adalah non-muslim. Padahal, seperti yang dikatakan oleh Taufan Rahmadi, bahwa wisata halal bukanlah Islamisasi atau Arabisasi, tetapi upaya memperluas layanan wisata.²⁷

Menurut Taufan Rahmadi, beberapa tantangan dalam mewujudkan brand wisata halal di NTB adalah minimnya pemahaman masyarakat terhadap konsep wisata halal, rendahnya branding dan promosi halal tourism destination, kurangnya sertifikasi untuk halal tourism amenities serta aksesibilitas

dari dan menuju kota-kota besar di luar negeri yang masih perlu ditingkatkan.²⁸

Sebagian besar masyarakat memahami wisata halal sebagai wisata religi, padahal konsep wisata religi sangat jauh dengan wisata halal. Pemahaman seperti ini diakibatkan oleh minimnya pencerdasan wisata halal. Padahal, potensi pada segmen pariwisata ini semakin baik dengan tingkat pemahaman masyarakat yang lebih memilih wisata halal.

Kurangnya promosi dan sosialisasi wisata halal oleh pemerintah merupakan salah satu penyebab minimnya wisatawan muslim yang berkunjung ke Indonesia dibanding ke negara-negara lain di Asia Tenggara. Oleh karena itu, untuk mengatasinya, kementerian Pariwisata membentuk tim 10 percepatan wisata halal Indonesia yang salah satu anggotanya adalah ketua BPPD NTB. Dengan terbentuknya tim percepatan ini diharapkan mampu membentuk branding wisata halal dan dapat mendongkrak jumlah wisatawan muslim untuk berkunjung ke Indonesia khususnya ke Nusa Tenggara Barat.

Sertifikasi halal kelengkapan pariwisata bukan hanya sebagai instrumen untuk meyakinkan para wisatawan akan kehalalan produk-produk wisata NTB, karena selama ini penduduk NTB sudah jelas mayoritas muslim. Namun lebih dari itu tujuannya adalah sebagai komitmen bahwa para pemegang kebijakan pariwisata benar-

²⁷Taufan Rahmadi, wawancara tanggal 23 Juli 2016.

²⁸Taufan Rahmadi, wawancara tanggal 23 Juli 2016.



benar memperhatikan pengembangan wisata halal di NTB. Menurut Kabid Destinasi Disbudpar NTB, Agus Hidayatullah, salah satu lembaga yang terlibat dalam pengembangan wisata halal adalah Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia.²⁹

E. PENUTUP

1. Kesimpulan.

Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB dalam membangun brand wisata halal di Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa macam cara, di antaranya adalah; a) melakukan promosi wisata melalui kompetisi wisata halal, pemasangan video iklan bekerja sama dengan maskapai Garuda Indonesia dan Lion Air, bekerja sama dengan agen transportasi di luar negeri dalam pemasangan iklan pada badan kendaraan, memasang iklan di media cetak, elektronik dan media online; b) dalam bidang destinasi; memisahkan pantai untuk pengunjung pria dan wanita, membangun fasilitas ibadah pada semua tempat wisata.

Banyak sekali potensi yang dimiliki oleh Nusa Tenggara Barat sebagai peluang untuk mengembangkan wisata halal. Potensi yang paling utama adalah mayoritas penduduk Nusa Tenggara Barat adalah muslim sebagai pendukung utama wisata halal. Nusa Tenggara Barat memiliki beragam atraksi budaya yang berasal dari berbagai etnis, suku dan agama yang mendiami NTB. Nusa Tenggara Barat memiliki

wisata alam yang tidak kalah indah dari tempat-tempat lain di dunia. Sedangkan tantangan yang dihadapi dalam membangun wisata halal di NTB adalah minimnya pemahaman masyarakat tentang wisata halal. Rendahnya branding dan promosi wisata halal terutama ke luar negeri. Yang terakhir adalah kurangnya sertifikasi halal untuk fasilitas-fasilitas wisata di Nusa Tenggara Barat.

2. Saran

Kepada Badan Promosi Daerah NTB, agar selalu menemukan ide-ide baru yang brilian sebagai upaya memperkenalkan dan mewujudkan wisata halal NTB yang mendunia sehingga dapat menjadi tujuan utama wisata dunia dan dapat meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat di Nusa Tenggara Barat.

Kepada pihak kampus khususnya Jurusan Ekonomi Syariah, perlu melakukan inovasi-inovasi akademik tentang wisata halal dan membangun kerja sama dengan lembaga-lembaga pemangku wisata untuk membantu perkembangan wisata halal khususnya di Nusa Tenggara Barat.

²⁹Agus Hidayatullah, Kabid Destinasi Disbudpar NTB, wawancara tanggal 27 Juli 2016.



DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi.

- David.C.Korten dan Rudi Klaus. *People Centered Development: Contribution Toward Theory and Planning Frameworks*. (West Hartford : Kumarian Press, 1994).
- Fahad Salim Bahamman, *Panduan Wisatawan Muslim* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2012).
- Sucipto, Hery. dan Fitria Andayani. *Wisata Syariah :Karakter, Potensi, Prospek, dan Tantangan* (Jakarta Selatan : Grafindo, 2004).
- G. Suwanto. *Dasar-Dasar Pariwisata* (Yogyakarta : Andi, 2004).
- Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004).
- I Gde Pitana. Gayatri, P.G. *Sosiologi Pariwisata* (Yogyakarta: Andi, 2005).
- Inu Kencana, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Jakarta: Mandar Maju, 2009).
- Ismayanti. *Pengantar Pariwisata*. (Bandung : Grasindo, 2010).
- Jaih Mubarak. *Pengaturan Wisata Syari'ah di Indonesia*. (Bandung: BPH DSN-Majelis Ulama Indonesia, 2014).
- Kodhyat, *Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta:Grasindo, 1998).
- Muhammad Tahwin, *Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Sebuah Industri*, Jurnal Gema Wisata, 2003).
- Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996).
- Salah Wahab, *Manajemen Kepariwisata*, alih bahasa Frans Gromang (Jakarta: Pradnya Paramita, 1992).
- Sofyan Riyanto, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah* (Jakarta: Buku Republika, 2012).
- Soekadijo, *Anatomi Pariwisata* (Gramedia Pustaka Utama : Bandung 1996).
- Teoman Duman. *Values of Islamic Tourism Offering Perspectives From The Turkish Experience. International Burch University* : Sarajenova
- UnggulPriyadidkk, *Potensi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Syari'ah di Kabupaten Sleman*, DPM UII Yogyakarta 2014.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Karya, 1989).
- Wiendu Nuryanti. 1993. *Concept, Perspective and Challenges*, Makalah bagian dari laporan konferensi internasional mengenai pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University press.



Situs Online:

Republika Online.

<http://iais.org.my>.

<http://www.disbudpar.ntbprov.go.id>

<http://travel.detik.com>.

<http://destinasi-indonesia.com>.

<https://m.tempo.com>.

<http://www.disbudpar.ntbprov.go.id>.

<http://www.eramuslim.com>.

<http://lifestyle.okezone.com>.

<http://lomboknesia.blogspot.co.id>.

<http://www.antaraneews.com>.

<http://www.solatasky.com>.

<http://apm-diahpl.blogspot.com>.

<http://travel.detik.com>.

<http://travel.kompas.com>.

<http://apm-diahpl.blogspot.com>.

<http://lombokinsider.com>.

<http://www.tourismvaganza.com>.