

Dr. Winengan, M.Si.

INDUSTRI PARIWISATA HALAL

Konsep dan Formulasi Kebijakan Lokal



UIN MATARAM PRESS

GEDUNG RESEARCH CENTER LT.1 - KAMPUS II UIN MATARAM
Jl. Gajah Mada No. 100 Jempong Baru - Mataram

Dr. Winengan, M.Si.

INDUSTRI PARIWISATA HALAL
Konsep dan Formulasi Kebijakan Lokal



Alamat : Jl. Gajah Mada No. 100 Jempong Baru Kec. Sekarbela - Kota Mataram
Telp. (0370) 621298 Fax. (0370)625337 email : ip2m@uinmataram.ac.id

Industri Pariwisata Halal
Konsep dan Formulasi Kebijakan Lokal

Penulis :

Dr. Winengan, M.Si.

ISBN : 978-623-95282-7-0

Editor :

Drs. Mustain, M.Ag.

Penyunting :

Drs. Mustain, M.Ag.

Desain Sampul Dan Tata Letak :

Yuga Anggana Sosani, M.Sn.

Penerbit :

UIN Mataram Press

Redaksi :

Kampus II UIN Mataram (Gedung *Research Center* Lt. 1)

Jl. Gajah Mada No. 100 Jempong Baru

Kota Mataram – NTB 83116

Telp. (0370) 621298

Fax. (0370) 625337

Email : lp2muinmataram.ac.id

Distributor Tunggal :

UD. DAMAR SAKTI

Jl. Terusan Bung Hatta No. 38B

Majeluk – Kota Mataram

Cetakan Pertama, November 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

PENGANTAR PENULIS

Pada tahun 2016, penulis diundang sebagai pembicara dalam seminar nasional yang diselenggarakan mahasiswa penerima beasiswa LPDP yang berasal dari Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan tema “Nusa Tenggara Barat Sebagai Corong Pariwisata Nusantara” yang diselenggarakan di Auditorium Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sejak saat itu penulis mendengar sebuah jargon yang telah diviralkan mahasiswa yang berasal dari Provinsi Nusa Tenggara Barat, terutama yang dari Lombok melalui media sosial “Jangan datang ke Lombok nanti gak mau pulang”. Jargon ini dimaksudkan untuk melukiskan betapa indahnnya Lombok sebagai destinasi wisata sehingga akan membuat orang enggan cepat-cepat kembali ke daerah asalnya jika sudah berada di Lombok.

Menurut beberapa mahasiswa Lombok, ungkapan jargon di atas dimaksudkan untuk mensemiotikkan pesona keindahan daya tarik objek wisata di pulau dengan sebutan pulau seribu masjid yang menjadi salah satu destinasi wisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat, sehingga siapa pun yang datang berwisata, akan merasa betah untuk berlama-lama, bahkan akan enggan untuk segera meninggalkan Lombok.

Masyarakat Nusa Tenggara Barat tentu akan merasa bangga jika daerahnya dijadikan sebagai corong pariwisata Indonesia. Keindahan alam, kenyamanan daerah, dan keramahan masyarakat Nusa Tenggara Barat menjadi magnet tersendiri bagi daya tarik objek wisata daerah ini untuk membuat wisatawan tinggal berlama-lama, sehingga secara otomatis semakin besar perannya dalam pembangunan perekonomian daerah.

Keberadaan pariwisata telah ditetapkan sebagai sektor unggulan dan prioritas pembangunan di Nusa Tenggara Barat untuk meningkatkan daya saing perekonomian daerah. Saat ini, kondisi pariwisata daerah ini menunjukkan trend kemajuan, baik dari aspek infrastruktur, fasilitas, kunjungan wisatawan, maupun pengelolaannya. Berbagai upaya pun terus dilakukan pemerintah daerah untuk menjadikan pariwisata sebagai icon sektor potensial dan keunggulan daerah.

Saat ini, Nusa Tenggara Barat sedang gencar-gencarnya menata pengembangan pariwisatanya, terlebih lagi pasca terjadinya gempa bumi secara beruntun yang melanda kedua pulau besarnya, yaitu Lombok dan Sumbawa pada tahun 2018, yang berdampak pada penurunan angka kunjungan wisatawan. Jika mengharapkan pariwisata dapat memberikan peran besar terhadap perekonomian daerah, pemerintah daerah bersama

swasta dan masyarakat dituntut memiliki kreativitas untuk menaikkan citra dan popularitas daerahnya sebagai destinasi unggulan wisata, dengan cara menciptakan keunikan atau karakteristik tersendiri sebagai identitas pariwisata daerahnya.

Untuk menarik kunjungan wisatawan, Provinsi Nusa Tenggara Barat telah membranding pariwisata halal sebagai ciri khas suguhan pariwisata daerahnya. Sayangnya, kehadiran pariwisata halal yang mulai menjadi trend promosi wisata daerah maupun negara ini banyak menimbulkan tanda tanya, baik tentang konsep, orientasi, dan proses formulasi kebijakannya. Kehadiran buku ini akan mencoba menguraikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan seputar keberadaan pariwisata halal yang sedang digalakkan di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Buku yang ada di tangan para pembaca ini merupakan hasil penelitian empiris yang dilakukan penulis pada tahun 2017 dengan sumber pembiayaannya berasal dari anggaran DIPA UIN Mataram. Inisiasi penulisan buku ini, selain untuk mengaktualisasikan amanah tri dharma perguruan tinggi, juga menjadi media informasi untuk menambah wawasan masyarakat tentang pariwisata halal. Akhirnya, semoga kehadiran buku ini bermanfaat dan dengan terbuka penulis

akan menerima kritikan dan masukan konstruktif untuk kesempurnaan penulisannya. Wassalam.

Mataram, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| PENGANTAR PENULIS | iii |
| DAFTAR ISI | vii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Trend Kunjungan Wisatawan Muslim..... | 1 |
| B. Citra Pariwisata Halal di Aras Lokal | 9 |
| BAB II: SISTEM KEPARIWISATAAN | |
| A. Konsep Pariwisata..... | 15 |
| B. Unsur-Unsur Pariwisata..... | 18 |
| C. Pengembangan Pariwisata | 23 |
| D. Dimensi Pariwisata Kerakyatan | 29 |
| BAB III PERSPKTIF TENTANG PARIWISATA HALAL | |
| A. Ragam Pemaknaan Pariwisata Halal | 39 |
| B. Ruang Lingkup Pariwisata Halal | 48 |
| C. Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal | 53 |
| BAB IV POTRET PARIWISATA NUSA TENGGARA BARAT | |
| A. Sejarah Kebijakan Pariwisata | 60 |
| B. Perkembangan Wisatawan | 62 |
| C. Atraksi Wisata Nusa Tenggara Barat | 69 |

| | |
|-------------------------------|----|
| D. Fasilitas Pariwisata | 71 |
|-------------------------------|----|

**BAB V KEBIJAKAN PARIWISATA HALAL DI NUSA
TENGGERA BARAT**

| | |
|---|-----|
| A. Komponen Formulasi Kebijakan Pariwisata Halal..... | 74 |
| B. Latar Inisiasi Kebijakan Pariwisata Halal | 84 |
| C. Proses Formulasi Kebijakan Pariwisata Halal | 97 |
| D. Rasionalitas Kebijakan Pariwisata Halal..... | 119 |

BAB VI PENUTUP

| | |
|--|-----|
| A. Makna Inovasi Pengembangan Pariwisata Lokal | 134 |
| B. Upaya Meneguhkan Identitas Pariwisata Lokal..... | 137 |

| | |
|----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 141 |
|----------------------------|------------|

| | |
|------------------------------|------------|
| BIODATA PENULIS | 151 |
|------------------------------|------------|

INDUSTRI PARIWISATA HALAL

Konsep dan Formulasi Kebijakan Lokal



Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Islam Negeri Mataram
2020



BAB I

PENDAHULUAN

A. Trend Kunjungan Wisatawan Muslim

Dewasa ini, *trend* pariwisata semakin memainkan peranan penting dalam perekonomian dunia, karena mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, tarap hidup, dan mengaktifkan sektor produksi lain pada daerah penerima wisatawan. Besarnya peranan sektor pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi, *World Tourism Travel Council* (WTTC), telah menempatkan skala industri pariwisata dunia yang mencapai sekitar 11% dari PDB dunia pada tahun 2014.¹

Pertumbuhan pariwisata melaju dengan sangat cepat, karena selain adanya *trend* pariwisata yang semakin memainkan peranan penting dalam perekonomian dunia juga dianggap sebagai bidang usaha yang dapat menciptakan devisa

¹ F. M. M. Kreishan. "Tourism and Economic Growth: The Case of Jordan". *European Journal of Social Sciences*, 2010. Vol. 15 No. 2: 63-68.

secara langsung bagi negara destinasi. Menurut *World Tourism Organization* (WTO), pariwisata telah mampu menyumbangkan pendapatan lebih dari US \$ 3,5 triliun atau 6% pendapatan kotor dunia. Sejak tahun 2000 tercatat bahwa tingkat pertumbuhan pariwisata dunia sangat menggembarakan, yaitu rata-rata 6,09%, dan pada tahun 2020 diproyeksikan jumlah wisatawan dunia mencapai 1,6 milyar wisatawan.²

Optimisme yang sama juga dikemukakan oleh *World Travel and Tourism Council* (WTTC), bahwa industri pariwisata telah menjelma menjadi sebuah mega industri dan diperkirakan akan menjadi salah satu penggerak utama perekonomian abad 21. Berangkat dari optimisme ini banyak pihak yang percaya bahwa pariwisata akan dapat membantu memulihkan bahkan meningkatkan perekonomian negara maupun masyarakat, sehingga beberapa negara di dunia berusaha keras untuk mengembangkan sektor pariwisata ini sebagai sektor andalan yang diharapkan mampu menyumbangkan devisa bagi negara maupun masyarakat.³

² Violetta Simatupang. *Pengaturan Hukum Kepariwisataaan Indonesia*. Bandung. Alumni. 2009: 2.

³ Abdul Karim. *Kapitalisasi Pariwisata dan Marginalisasi Masyarakat Lokal di Senggigi*. Yogyakarta. Genta Press. 2008. 2.

Menurut *World Trade Organization* (WTO), salah satu kawasan yang mengalami peningkatan pertumbuhan terbesar di bidang pariwisata adalah negara-negara Asia.⁴ Sedangkan hasil penelitian situs resmi pariwisata dunia (Trip Advisor), mengungkapkan bahwa di antara negara-negara Asia yang memiliki keunggulan destinasi wisata dan menjadi tujuan favorit kunjungan wisatawan dunia yaitu: Thailand dengan Pulau Ko Tao, Phuket, Koh Samui, Ko Lanta, Ko Phangan; Filipina dengan Pulau Boracay dan Palawan; Malaysia dengan Pulau Langkawi; dan Indonesia dengan Pulau Bali dan Lombok.⁵

Pembahasan tentang pariwisata di Indonesia mulai ramai dibicarakan setelah Dewan Pariwisata Indonesia (DEPARI) dibentuk secara resmi pada tanggal 16 Agustus 1961, dan semakin ramai setelah Presiden Soeharto menyampaikan sambutan dalam seminar dan rapat kerja kepariwisataan tanggal 27 November 1982 di Istana Negara yang menegaskan bahwa pariwisata merupakan salah satu sektor penting untuk meraih devisa.⁶

⁴ *Ibid.*

⁵ Antara News. *Indonesia Kini*. Mataram. Edisi 27 Mei 2015.

⁶ Nyoman S. Pendit. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta. Pradnya Paramita. 2002: 3.

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

Tahap pertama (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.

Tahap kedua (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.

Tahap ketiga (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.⁷

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-50. Kondisi ini telah membangkitkan tekad kuat Indonesia untuk terus menggalakkan sektor pariwisatanya dengan memasang target berada pada posisi ke-40.⁸

Saat ini, segmen pariwisata yang sedang dikembangkan di berbagai negara adalah pariwisata halal. Meskipun terbilang baru, namun mengalami perkembangan yang cukup pesat.

⁷ I. B. W. Putra dkk. *Hukum Bisnis Pariwisata*. Bandung. Refika Aditama. 2003: 36.

⁸ Lombok Post. *NTB Kiblat Wisata Halal*. Mataram. Edisi 22 Desember 2016.

Beberapa alasan potensi wisata halal ini mengalami peningkatan yang cepat yaitu, populasi muslim di dunia yang terus mengalami peningkatan, semakin tingginya juga kalangan ekonomi menengah yang terdiri dari negara dengan mayoritas muslim, akses informasi terkait pariwisata yang terus mengalami peningkatan, meningkatnya peran agen-agen perjalanan wisata yang menawarkan pariwisata yang ramah terhadap wisatawan muslim.

Selanjutnya, sebagai sebuah negara yang dihuni mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia dan telah meraih 12 penghargaan dalam ajang *World Tourism Halal Award*, Indonesia termasuk negara yang menggalakkan pariwisata halal sebagai trend promosi sektor pariwisatanya.⁹ Pengembangan industri pariwisata Indonesia dengan *branding* pariwisata halal ini diharapkan mampu menjadikan Indonesia sebagai kiblat dunia dalam pengelolaan wisata halal,¹⁰ meningkatkan daya saing pariwisata dan jumlah kunjungan wisatawan muslim Indonesia, yang saat ini, menurut *Global Muslim Travel Indeks* berada di posisi kelima di tingkat

⁹ H. Awalia. "Komodifikasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia". *Jurnal Studi Komunikasi*. 2017, Vol. 1 No. 1: 19-30.

¹⁰ A. Jaelani. "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospect". *International Review of Management and Marketing*. 2017, Vol. 7 No. 3: 23-34.

negara-negara *Association of Southeast Asian Nation* (Lombok Post, 2016).¹¹

Menurut data kunjungan wisatawan muslim di beberapa negara ASEAN tahun 2015, Malaysia menerima 6,1 juta wisatawan, Thailand menerima 4,8 juta wisatawan, Singapura menerima 3,6 juta wisatawan, dan Indonesia hanya menerima 2,2 juta wisatawan (Lombok Post, 22 Desember 2016).¹²

Berdasarkan penilaian Global Muslim Travel Index (GMTI), pada tahun 2015, negara yang menjadi peringkat pertama dalam perkembangan industri pariwisatanya adalah Malaysia dengan nilai 83,8, dan pada tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 81,9, namun tetap menduduki peringkat pertama. Sedangkan Indonesia menduduki peringkat ke-5 dengan nilai 67,5 pada tahun 2015, dan naik peringkat menjadi yang ke-4 pada tahun 2016 dengan nilai 70,6. Perkembangan ini tentu sangat memungkinkan bagi Indonesia menduduki peringkat pertama pada tahun-tahun selanjutnya, apalagi didukung dengan capaian penghargaan dalam berbagai ajang *World Halal Travel Award*.

¹¹ Lombok Post. *Gelar Wisata Halal Saja Tidak Cukup*. Mataram. Edisi 26 November 2016.

¹² Lombok Post, 22 Desember 2016.

Meskipun *branding* pariwisata halal yang sedang digalakkan Indonesia dianggap memberikan kesan eksklusif di kalangan *stakeholder* kepariwisataan,¹³ namun tidak menyurutkan tekad dan komitmen pemerintah untuk terus mengembangkannya. Hal ini ditunjukkan pemerintah dengan menyediakan anggaran khusus untuk mengembangkan pariwisata halal di Indonesia.¹⁴

Ekspektasi pemerintah dari keberadaan pariwisata halal sebagai trend segmen wisata baru Indonesia, wisatawan muslim merasa lebih nyaman dan aman dalam menikmati perjalanan wisatanya, karena kebutuhan terhadap makanan, minuman, dan fasilitas yang berstandar nilai ajaran Islam tersedia di berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.¹⁵

B. Citra Pariwisata Halal di Aras Lokal

Dalam kancah dunia, pesona pariwisata Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Keindahan destinasi-destinasi wisata

¹³ A. N. Sugiarti. “Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim Domestik dan Mancanegara di Kota Bandung”. *Skripsi*. Bandung: UPI. 2015: 65.

¹⁴ I. Komalasari. “Upaya Indonesia Meningkatkan Daya Saing Muslim Friendly Tourism (MFT) di Antara Negara-Negara Organisasi Konferensi Islam”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2017, Vol. 4 No. 2: 1-12.

¹⁵ A. R. Subarkah. “Diplomasi pariwisata halal Nusa Tenggara Barat”. *Intermestic: Journal of International Studies*. 2018, Vol. 2 No. 2: 188-203.

telah mengantarkan Indonesia menjadi juara kategori video pariwisata terbaik kawasan Asia Timur dan Pasifik versi penghargaan United Nations World Tourism Organization.¹⁶

Di Indonesia, salah satu daerah yang telah dicanangkan sebagai gerbang pariwisata nasional adalah Nusa Tenggara Barat. Ragam daya tarik obyek wisata yang dimiliki daerah ini menjadikannya sebagai salah satu dari 10 daerah yang menjadi destinasi wisata unggulan dan juga sebagai destinasi wisata MICE di Indonesia. Peluang ini dimanfaatkan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan terus menggalakkan pengembangan pariwisata daerahnya, apalagi kebijakan pengelolaan sektor pariwisata telah didesentralisasikan menjadi urusan daerah.¹⁷

Saat ini, kondisi pariwisata daerah Nusa Tenggara Barat juga terus menunjukkan *trend* kemajuan. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2012 angka kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat mencapai 1.163 wisatawan, tahun 2013 naik menjadi 1.357.602 wisatawan,

¹⁶ Colour Magazine. *Pesona Pariwisata Indonesia*. Jakarta. PT. Garuda Indonesia. 2017: 187.

¹⁷ I Putu Gelgel. *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa (GATS-WTO): Implikasi Hukum dan Antisipasinya*. Bandung. Refika Aditama. 2009: 54.

dan tahun 2014 mencapai 1.629.122 wisatawan. Pada tahun 2015 naik lagi menjadi 1.705.400 wisatawan.¹⁸ Sedangkan pada tahun tahun 2016, jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke daerah Nusa Tenggara Barat mencapai 3 juta lebih.¹⁹

Kinerja pengelolaan pariwisata Nusa Tenggara Barat yang terus menunjukkan peningkatan ini mendapatkan penghargaan dari *Sindo Weekly Government Award* sebagai provinsi terbaik dalam pengelolaan pariwisata daerahnya. Pada tahun 2015, Lombok sebagai salah satu destinasi wisata Nusa Tenggara Barat mendapatkan predikat *Best Halal Tourism Destination* dan *World Best Halal Honeymoon Destination*.²⁰

Selanjutnya, pada tahun 2016, dari 12 penghargaan yang diraih Indonesia dalam ajang *World Tourism Halal Award* (WTHA), tiga di antaranya kembali disumbangkan Nusa Tenggara Barat, yaitu dalam kategori; *World Best Halal Beach Resort*, *World Best Halal Honeymoon Destination*, dan *World Best Halal Travel Website*.²¹

¹⁸ Antara News. *Indonesia Kini*. Mataram. Edisi 11 Januari 2017.

¹⁹ Lombok Post. *Pengelolaan Pariwisata NTB Terbaik*. Mataram. Edisi 22 Maret 2015.

²⁰

²¹ *Ibid*.

Kesekian kalinya pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat telah berhasil memperkuat jargon daerah “seribu mesjid” yang merupakan titik populer Pulau Lombok sebagai corong pariwisata Indonesia.²² Namun, yang menjadi pertanyaan adalah apa yang kemudian menjadi substansi gelar destinasi halal bagi Provinsi Nusa Tenggara Barat. Apakah benar pemerintah akan berkomitmen untuk menciptakan lingkungan wisata yang agamis dan halal atau hanya sebuah jargon atau sebuah istilah yang dikomodifikasi oleh kelompok-kelompok kepentingan di tengah pluralitas suku dan agama di Nusa Tenggara Barat?

Torehan prestasi sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia yang diraih Nusa Tenggara Barat, ternyata tidak berbanding lurus dengan keseragaman pemahaman dan tanggapan para *stakeholder* kepariwistaannya tentang pariwisata halal tersebut, karena masih banyak *stakeholder* kepariwisataan di Nusa Tenggara Barat yang bingung, sehingga mereka tidak satu suara dalam memberikan pemaknaan terhadap konsep pariwisata halal.

²² H. Awalia. “Komodifikasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat Dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia”, *Jurnal Studi Komunikasi*. 2017, Vol. 1 No. 1: 19-30.

Dalam tataran implementasinya, kebijakan pariwisata halal yang tertuang dalam bentuk Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal ini belum berjalan secara efektif. Menurut hasil penelitian Asean Studies Center UGM pada tahun 2016 mengungkapkan bahwa implementasi kebijakan pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat belum jelas.²³

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan pernyataan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), bahwa hingga saat ini Nusa Tenggara Barat belum menetapkan satu pun kawasan sebagai destinasi wisata halal untuk dijadikan acuan. Senada dengan HPI, Asosiasi Pelaku Pariwisata Islami (APPI) Nusa Tenggara Barat juga mengungkapkan bahwa destinasi dan usaha pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat masih simpang siur.²⁴

Ketidakjelasan implementasi kebijakan pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat ini juga berdampak terhadap tindakan beberapa pelaku wisata yang belum tertarik membuat

²³ Suharko. "Peluang Dan Tantangan Pariwisata Halal NTB". *Laporan Hasil Penelitian Dipresentasikan Dalam Simposium Nasional NTB Sebagai Corong Pariwisata Nasional*. Yogyakarta. 17 Desember 2016.

²⁴ Suara NTB. *APPI Minta Objek Wisata Halal Diinventarisir*. Mataram. Edisi 10 Februari 2017.

paket-paket wisata halal dengan alasan karena wisatawan yang selama ini datang berkunjung ke daerah Nusa Tenggara Barat lebih banyak berasal dari Eropa, yang secara anutan teologis, penduduknya bukan mayoritas muslim sehingga dianggap tidak terlalu penting membuat *branding* wisata halal.

Tanggapan yang berbeda dikemukakan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Mataram, menurutnya, meskipun di daerah Nusa Tenggara Barat belum ada destinasi khusus yang secara spesifik dinyatakan sebagai destinasi wisata halal, namun standar kualifikasi wisata halal sudah dimiliki objek-objek wisata yang ada, karena mayoritas masyarakat beragama Islam, sebagaimana terlihat dari tatanan dan pelayanan yang ramah terhadap wisatawan.²⁵

Adanya perbedaan tanggapan dan pemahaman di antara para *stakeholder* tentang keberadaan kebijakan pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat, di samping dapat disebabkan karena pengaruh faktor implementasi kebijakan, juga karena faktor perumusan kebijakannya. Menurut Hogwood dan Gunn, bahwa suatu kebijakan terkadang tidak dapat diimplementasikan secara efektif, bukan karena diimplementasikan secara asal-asalan, melainkan karena

²⁵ Suara NTB. *HPI Minta Pemda Tentukan Destinasi Wisata Halal*. Mataram. Edisi 12 Oktober 2016.

kebijakan itu sendiri memang kurang tepat akibat dari kinerja proses perumusan kebijakan yang rendah.²⁶

Memahami suatu kebijakan yang menghadapi hambatan dalam implementasinya, dapat dikaji melalui aspek perumusan kebijakan tersebut, karena perumusan kebijakan merupakan inti dari proses kebijakan, dan pada fase inilah dirumuskan dan ditetapkan batasan-batasan tentang suatu kebijakan yang diberlakukan.²⁷

Untuk itulah, analisis perumusan kebijakan terhadap berbagai kasus kebijakan yang kurang mendapatkan dukungan akibat perbedaan pemahaman tentang isi kebijakan dapat memberikan informasi dan rekomendasi bagi para pembuat kebijakan untuk meningkatkan kualitas kebijakannya sehingga keputusan kebijakannya dapat memberikan solusi bagi permasalahan dan kepentingan publik.

²⁶ Solichin Abdul Wahab. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Malang, Universitas Muhammadiyah Press. 2011: 17

²⁷ Riant Nugroho. *Public Policy: Dinamika Kebijakan, Analisis Kebijakan, dan Manajemen Kebijakan*. Jakarta. Alex Media. 2012: 566.



BAB II

SISTEM KEPARIWISATAAN

A. Konsep Pariwisata

Pariwisata merupakan konsep yang sangat multidimensional, sehingga tidak dapat dihindari terjadinya perbedaan pengertian yang dikemukakan para ahli, praktisi, dan akademisi tentang pariwisata karena perspektif yang digunakan berbeda sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.²⁸

Pariwisata adalah semua proses yang ditimbulkan oleh arus perjalanan lalu lintas orang-orang dari luar ke suatu negara atau suatu daerah dan segala sesuatu yang terkait dengan proses tersebut, seperti makanan, minuman, transportasi, akomodasi, objek daya tarik, dan hiburan.²⁹

Menurut E. Guyer Freuler, pariwisata dalam artian modern adalah fenomena dari zaman sekarang yang

²⁸ I Gde Pitana dan Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi. 2009: 44.

²⁹ Violetta Simatupang. *Pengaturan Hukum Pariwisata Indonesia*. Bandung. Alumni. 2009: 24.

didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar akan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil perkembangan perniagaan, industri, perdagangan, serta penyempurnaan alat-alat pengangkutan.³⁰

Menurut World Tourism Organization (WTO), *“Tourism comprises the activities of persons, travelling to and staying in place outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purposes”*.³¹

Sedangkan menurut Hunziker dan K. Krapf, kepariwisataan merupakan keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara dengan ketentuan bukan untuk mencari penghasilan.³²

Pariwisata sebagai sistem aktivitas perjalanan diartikan Murphy sebagai keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke

³⁰ Oka A. Yoety. *Komersialisasi Seni Budaya Dalam Pariwisata*. Jakarta: Angkasa. 1994: 2

³¹ John Richardson and Martin Fluker. *Understanding and Managing Tourism*. Sydney. Pearson Hospitality Press. 2004: 7.

³² Yoety. *Komersialisasi*. 2.

daerah tujuan wisata sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen.³³

Secara rasional-empiris, fenomena pergerakan wisatawan terjadi akibat adanya interaksi antara ketersediaan sumberdaya (waktu luang, uang, infrastruktur) dengan kebutuhan mereka menikmati perbedaan drngan lingkungan sehari-hari. Fenomena empiris pariwisata dapat dipahami dari pendekatan-pendekatan sebagai berikut:

1. Dalam pendekatan sistem, pariwisata merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan atau pengaruh-mempengaruhi. Setiap pergerakan wisatawan selalu diikuti dengan penyediaan fasilitas wisata. Interaksi keduanya akan menimbulkan konsekuensi-konsekuensi logis di bidang ekonomi, sosial, budaya, ekologi, bahkan politik.
2. Pendekatan kelembagaan melihat pariwisata sebagai suatu hasil kerjasama berbagai aktor (*stakeholder*) secara melembaga. Setiap perjalanan wisata melibatkan wisatawan, penyedia jasa transportasi, akomodasi, dan atraksi. Antara satu dengan yang lainnya memiliki

³³ I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Yogyakarta. Andi. 2005: 45.

hubungan yang bersifat fungsional dalam berlangsungnya aktivitas perjalanan wisata.

3. Pendekatan produk melihat pariwisata sebagai suatu komoditas yang sengaja diciptakan untuk merespon kebutuhan masyarakat. Konsep triple A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) yang digunakan untuk menjelaskan elemen produk wisata sesungguhnya menunjuk pada hasil kegiatan memproduksi atau mereproduksi komoditas yang dikonsumsi wisatawan.
4. Pendekatan multidisiplin melihat pariwisata sebagai suatu realitas kehidupan manusia yang kompleks, multidimensional, dan multifaset, sehingga hanya dapat dipahami lebih utuh dengan menggunakan berbagai sudut pandang yang berbeda, seperti ekonomi, sosiologi, antropologi, etnografi, sejarah, budaya, seni, teknologi, politik, dan sebagainya.³⁴

B. Unsur-Unsur Pariwisata

Dewasa ini pariwisata tidak lagi dipandang sebagai aktivitas hiburan, tetapi telah menjelma menjadi sebuah industri yang ditengarai sebagai penggerak perekonomian suatu negara sehingga keberadaan pariwisata tidak lagi hanya

³⁴ *Ibid.* 17.

menjadi kepentingan dan perhatian para wisatawan, tetapi juga swasta, masyarakat, dan negara.

Jika mengacu pada beberapa pengertian yang dikemukakan tentang pariwisata di atas, bahwa unsur-unsur pokok dalam sistem kepariwisataan meliputi:

1. Adanya unsur travel (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lainnya.
2. Adanya unsur ‘tinggal sementara’ di tempat yang bukan tempat tinggal yang biasanya.
3. Adanya batasan tujuan, dimana tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/nafkah/pekerjaan di tempat yang dituju.³⁵

Selanjutnya, meskipun terdapat variasi definisi tentang pariwisata, namun menurut WTO, beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata, yaitu sebagai berikut:

1. Traveler, yaitu orang yang melakukan perjalanan antara dua atau lebih lokasi destinasi wisata.
2. Visitor, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12

³⁵ John Richardson and Martin Fluker. *Understanding and Managing Tourism*. Sydney. Pearson Hospitality Press. 2004: 5.

bulan dengan tujuan bukan untuk terlibat dalam mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di daerah tujuan.

3. Tourist, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi.³⁶

Menurut Mathieson and Wall, pariwisata sebagai proses perjalanan merupakan sebuah sistem yang terdiri dari beberapa elemen utama, yaitu:

1. *A dynamic element*: Travel atau perjalanan ke suatu destinasi wisata
2. *A static element*: Singgah di daerah tujuan
3. *A consequential element*: Akibat dari dual hal di atas (khususnya pada masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial, dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan.³⁷

Pemahaman tentang pariwisata sebagai aktivitas kunjungan untuk hiburan, menuntut kesiapan daerah selaku penerima kunjungan wisatawan untuk menyediakan komponen-komponen pariwisata sebagai berikut:

³⁶ I Gde Pitana dan Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi. 2009: 35.

³⁷ *Ibid.* 46.

1. Atraksi wisata, yaitu berupa semua hal yang berhubungan dengan daya tarik wisatawan liburan. Atraksi ini dapat bersumber dari lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah, dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah obyek wisata. Atraksi wisata dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu :
 - a. *Natural attraction*: berdasarkan pada bentukan lingkungan alami. Yang termasuk dalam natural attraction diantaranya iklim, pemandangan, flora dan fauna serta keunikan alam lainnya.
 - b. *Cultural attraction*: berdasarkan pada aktivitas manusia. Sedangkan cultural attraction mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional
 - c. *Special types of attraction*: atraksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti theme park, circus, shopping.³⁸

³⁸ Edward Inskeep. *Tourism Palinning: Integrated and Sustainable development Approach*. New York. Van Nostrand Reinhold. 1991: 77.

2. Promosi wisata, yaitu suatu rancangan untuk memperkenalkan atraksi yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi tersebut dapat dikunjungi.
3. Fasilitas dan pelayanan wisata. Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata.
4. Fasilitas dan pelayanan transportasi. Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dengan atraksi lainnya, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.
5. Masyarakat pariwisata. Yang dimaksud dengan masyarakat pariwisata ini terdiri dari dua kategori, yaitu masyarakat pengirim wisatawan (pasar wisata) dan masyarakat penerima wisatawan (pramuwisata) yang menyediakan akomodasi dan pelayanan jasa pendukung wisata.³⁹

Selanjutnya, menurut Leiper dan Cooper, elemen-elemen dari sebuah sistem pariwisata yang sederhana menyangkut daerah atau negara asal wisatawan, daerah atau negara tujuan wisata, dan sebuah tempat transit. Sebenarnya elemen pokok

³⁹ Kusdianto Hadinoto. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta. UI Press. 1996: 32.

dari sistem pariwisata terdiri dari lima, yaitu *traveler generation region*, *departing traveler*, *transit route region*, *tourist destination region*, dan *returning traveler*. Namun, inti dari kelima elemen tersebut menyangkut tiga hal pokok, yaitu elemen wisatawan, elemen geografis (gabungan dari *travel generator*, *transit route*, dan *tourist destination*), dan elemen industri pariwisata.⁴⁰

C. Pengembangan Kawasan Pariwisata

Di Indonesia, kata “pariwisata” sesungguhnya baru populer setelah diselenggarakan Musyawarah Nasional Tourisme II yang diselenggarakan pada tanggal 12-14 Juni 1958. Sebelumnya, kata yang menunjuk pada istilah “pariwisata” menggunakan kata “tourisme” yang berasal dari bahasa Belanda. Setelah penyelenggaraan musyawarah itulah diresmikan penggantian kata “*tourisme*” menjadi kata “pariwisata” oleh Presiden Soekarno, dan atas dasar itulah pada tahun 1960 istilah Dewan Tourisme Indonesia dirubah menjadi Dewan Pariwisata Indonesia (DEPARI).⁴¹

⁴⁰ I Gde Pitana dan Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi. 2009: 58.

⁴¹ Oka A. Yoety. *Komersialisasi Seni Budaya Dalam Pariwisata*. Jakarta. Angkasa. 1994: 1.

Dalam perkembangannya di Indonesia, strategisnya peran sektor pariwisata ini mendapatkan perhatian dan intervensi pemerintah, sehingga ikut memberikan batasan tentang pariwisata. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dijelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala bentuk aspek yang terdapat di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung terhadap kelangsungan pengembangan pariwisata.

Menurut 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, yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
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.
10. Mempererat persahabatan antarbangsa.

Pariwisata sebagai aktivitas multidimensional menuntut berbagai strategi pengembangannya yang harus bertujuan untuk mengembangkan produk layanan wisata yang dibutuhkan para wisatawan dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, bertahap, dan berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan merupakan sistem yang kompleks, yang tidak hanya terlihat dalam keberlanjutan kebijakan pariwisata, tetapi juga pada isu-isu dan jaringan kebijakannya.

Dalam menjaga keberlanjutan pariwisata, maka berbagai formulasi kebijakannya harus mempertimbangkan jaringan potensial pariwisata, bukan kebijakan terfragmentasi, 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 strategis pariwisata dengan inisiatif yang muncul dari Pemerintah Pusat yang menekankan dimensi lingkungan telah menimbulkan kerugian bagi keseimbangan sosial dan dimensi ekonomi. Semestinya, setiap inisiatif yang bertujuan untuk membangun pariwisata dalam konteks sekarang harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan sebagai salah satu faktor penting dalam mewujudkan jenis pariwisata yang diinginkan.⁴²

Jadi, 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.

⁴² Anna Torres Delgado and Francesc Lopez. "The Growth and Spread of the Concept of Sustainable Tourism: The Contribution of Institutional Initiatives to Tourism Policy". *Journal Tourism Management Perspectives*. 2012. Vol. 4: 1-10.

Idealnya, berbagai kebijakan strategis 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 businesses; establishing possible co-ordination and implementation of agreed programmes to solve identified problems, with monitoring and evaluation of these program”*⁴³

Dalam pengembangan pariwisata, keberadaan kawasan pariwisata merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menunjang daya tarik bagi wisatawan datang berkunjung ke daerah-daerah tujuan wisata. Kawasan pariwisata merupakan kawasan geografis yang memiliki perbedaan 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. Pengembangan kawasan pariwisata merupakan suatu upaya untuk

⁴³ I Gde Pitana dan Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi. 2009: 107.

meningkatkan keberadaan komponen-komponen dari sistem pariwisata yang terdapat pada suatu kawasan geografis tertentu.⁴⁴

Berkembangnya suatu kawasan pariwisata sangat didukung oleh keberadaan dan kondisi dari komponen-komponen sistem pariwisata yang terdapat pada suatu kawasan pariwisata tersebut. Oleh karena itu, pengembangan kawasan pariwisata pada dasarnya tidak terlepas dari upaya untuk meningkatkan keberadaan dari komponen-komponen pariwisata yang meliputi:

1. Objek dan daya tarik (*attractions*) yang mencakup alam, budaya, buatan, dan sebagainya.
2. Aksesibilitas (*accessibility*) yang mencakup dukungan sistem transportasi meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan, dan moda transportasi.
3. Amenitas (*amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang wisata yang meliputi akomodasi, restoran, ritel, toko souvenir, fasilitas money changer, tour and travel, pusat informasi wisata, dan sebagainya.

⁴⁴ *Ibid.* 125.

4. Fasilitas pendukung (*ancillary services*) yang meliputi ketersediaan fasilitas bank, telekomunikasi, post, rumah sakit, dan sebagainya.
5. Kelembagaan (*institutions*) yaitu ketersediaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.⁴⁵

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.⁴⁶

D. Dimensi Pariwisata Kerakyatan

Dalam dimensi pembangunan kesejahteraan masyarakat, relasi antara perekonomian dan pariwisata pada hakikatnya memiliki hubungan erat satu sama lain. Di satu sisi, keberadaan pariwisata dapat menggerakkan perekonomian daerah tujuan wisata yang mampu survive terhadap krisis ekonomi dan mudah untuk dikembangkan, sementara di sisi

⁴⁵ Clare A. Gun, *Tourism Planning: Basics Concept Cases*. Third Edition. Washington DC. Taylor & Prancis. 1994: 14.

⁴⁶ I Gde Pitana dan Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi. 2009: 134.

lain, kondisi perekonomian menjadi unsur dalam membantu perkembangan pariwisata daerah maupun negara.⁴⁷

Implikasi relasi yang ditimbulkan pariwisata terhadap perekonomian, di antaranya adalah berubahnya jenis pekerjaan, pendapatan masyarakat, pembagian kerja, serta peluang kerja maupun wirausaha bagi masyarakat. Sedangkan relasi yang ditimbulkan perekonomian terhadap pariwisata diantaranya dapat meningkatkan intensitas dan arus kunjungan wisatawan ke berbagai daerah dan negara.

Secara empiris tidak dapat dipungkiri bahwa setidaknya ada empat hal dampak yang ditimbulkan pariwisata terhadap kondisi perekonomian daerah destinasi wisata, yakni:

1. Variasi pekerjaan, masyarakat menjadi memiliki berbagai jenis pekerjaan, seperti pedagang asongan, lalu menjadi pegawai di tempat wisata (penjual tiket masuk, pengawas keamanan, pengelola sampah dan lain-lain);
2. Pendapatan masyarakat, dengan variatifnya jenis pekerjaan yang dapat dilakukan masyarakat di kawasan wisata, tentunya akan berdampak terhadap pendapatan masyarakat;

⁴⁷ A. R. Subarkah. "Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus Di Nusa Tenggara Barat". *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

3. Tumbuhnya sektor lain, berkembangnya pariwisata di suatu destinasi secara otomatis akan menumbuhkan sektor lainnya, seperti jasa transportasi, akomodasi, konsumsi, telekomunikasi, dan lainnya yang dapat dikelola masyarakat setempat;
4. Harga barang, di tempat wisata harga berbagai barang, makanan, dan minuman yang menjadi kebutuhan wisatawan umumnya lebih tinggi dibandingkan di tempat lain, sehingga dapat menjadi keuntungan bagi pedagang di destinasi wisata tersebut.⁴⁸

Keberadaan sektor pariwisata memang memiliki peran penting dalam pembangunan sektor perekonomian masyarakat di daerah-daerah tujuan wisata. Kemajuan pariwisata daerah, jika dilihat dari aspek ekonomi, sebenarnya tidak hanya menguntungkan pemerintah, tetapi juga swasta dan masyarakat. Dengan demikian, sangat beralasan jika berbagai daerah dan negara sangat gencar untuk mengembangkan sektor pariwisatanya, terlebih lagi yang menjadikan sektor pariwisata sebagai tulang punggung penopang kemajuan ekonominya.

⁴⁸ D. D. Herlambang. "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 GeoEducasia*. 2016. Vol. 1 No. 1: 1-19.

Dalam Undang-Undang nomor 9 tahun 1990 peran serta masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan tersebut, *pertama*, masyarakat memiliki kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperan serta dalam penyelenggaraan kepariwisataan, *kedua*, dalam rangka proses pengambilan keputusan, pemerintah dapat mengikutsertakan masyarakat melalui penyampaian saran, pendapat, dan pertimbangan. Pengembangan pariwisata dengan model partisipasi masyarakat ini semakin terkukuhkan dengan kebijakan pariwisata Indonesia tahun 2001, yaitu pariwisata kerakyatan.

Dalam konsep pariwisata kerakyatan, keberadaan dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku utama kegiatan pariwisata karena merekalah yang paling tahu potensi wilayahnya sehingga berbagai rencana kebijakan pengembangan pariwisata daerahnya harus sesuai dengan keinginan masyarakat lokal. Dengan kata lain bahwa, pariwisata kerakyatan merupakan pariwisata alternatif yang model alternatif pengelolaan pariwisata dari, oleh, dan untuk masyarakat lokal.⁴⁹

⁴⁹ I. N. Jamin Ariana dan I. B. Ketut Astina. “Strategi Pemasaran Desa Wisata Bongan Sebagai Pariwisata Kerakyatan Berkelanjutan di Kabupaten Tabanan”. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*. 2019 Vol. 9 No. 2: 137-165.

Dalam sistem pariwisata kerakyatan, keberadaan masyarakat lokal dengan berbagai atribut kehidupannya menjadi bagian dari daya tarik pariwisata di kawasan tersebut. Oleh karena itu, berbagai kebijakan pengembangan daya tarik pariwisata harus berbasis potensi lokal sehingga dapat menjadi instrumen untuk mewujudkan dampak berganda (*multiplier effec*) pariwisata pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal, baik secara langsung maupun tidak langsung pada daerah-daerah tujuan wisata.⁵⁰

Adapun tujuan yang ingin dibangun oleh pariwisata kerakyatan, yaitu menyeimbangkan hubungan antara masyarakat, sumberdaya pariwisata, dan wisatawan dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Antusiasme masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang semakin meningkat yang diwujudkan melalui pembentukan suatu wadah organisasi sebagai sarana menyerap dan menyalurkan aspirasi dalam sistem kerjasama antara pemerintah dan masyarakat lokal.
2. Terciptanya kembali potensi daya tarik pariwisata, baik yang bersumber dari alam maupun budaya dengan prinsip

⁵⁰ I Putu Gelgel. *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa. Implikasi Hukum dan Antisipasinya*. Bandung. Refika Aditama. 2009: 2.

keseimbangan antara sumberdaya alam, budaya, dan manusia dalam rangka keberlanjutan lingkungan fisik yang terdapa dalam masyarakat.

3. Terciptanya pemerataan dan keadilan dalam menikmati hasil-hasil yang didapatkan dari pengembangan pariwisata untuk keberlanjutan ekonomi.
4. Terciptanya sistem yang menguntungkan bagi masyarakat, terutama terkait dengan sistem informasi yang dapat dimanfaatkan secara bersama-sama.
5. Terwujudnya pelayanan pariwisata yang lebih baik dan pengadaan informasi yang lebih efektif, efisien, tepat guna serta mengutamakan kenyamanan dan keselamatan bagi wisatawan dalam rangka memberikan kepuasan bagi wisatawan.

Sebagai model pariwisata yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat lokal, beberapa karakteristik pariwisata kerakyatan adalah sebagai berikut:

1. Skala usaha yang dikembangkan adalah skala kecil, sehingga lebih mudah dijangkau oleh masyarakat menengah ke bawah dalam pengusaannya.
2. Pelakunya adalah masyarakat menengah ke bawah atau biasanya didominasi oleh masyarakat lokal (*local owned and managed*).

3. Input yang digunakan, baik sewaktu konstruksi maupun operasional berasal dari daerah setempat atau komponen impornya kecil.
4. Aktivitas berantai (*spin of activity*) yang ditimbulkan sangat banyak, baik secara individu maupun kelembagaan akan semakin besar, yang konsekwensinya memberikan manfaat langsung bagi masyarakat lokal.
5. Berbasis kebudayaan lokal karena pelakunya adalah masyarakat lokal.
6. Ramah lingkungan, karena terkait dengan tidak adanya kontroversi lahan dan pengubahan bentang alam secara besar-besaran.
7. Daya tarik wisatanya tidak seragam, karena bercirikan keunikan masing-masing daerah.
8. Biasanya pariwisata kerakyatan ini terdapat atau menyebar di berbagai daerah dengan keunikan daya tarik masing-masing daerah.⁵¹

Berdasarkan tujuan, indikator, dan karakteristik di atas, bahwa pariwisata kerakyatan merupakan konsep pariwisata alternatif untuk mengantisipasi pariwisata konvensional. Kebijakan pengembangan pariwisata dengan tipologi pariwisata kerakyatan ini menerapkan sistem *bottom-up*,

⁵¹ *Ibid.*

sehingga berbeda dengan pariwisata konvensional yang *top-down*.

Dalam kebijakan pariwisata konvensional, pengembangan pariwisata bukan semakin meningkatkan kualitas hidup masyarakat, tetapi justru malah merugikan atau memarginalkan masyarakat lokal dari lingkungannya.⁵² Sedangkan dalam konsep pariwisata kerakyatan ini, kebijakan pengembangan pariwisata daerah diarahkan untuk memberdayakan masyarakat, baik terkait dengan pemberdayaan aspek manusianya maupun sumberdaya alam atau budayanya.

Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata daerah memang tidak bisa diabaikan, karena bagaimanapun juga keberadaan masyarakat lokal menjadi penentu perkembangan pariwisata daerah, terutama dalam menciptakan dan memelihara kondusivitas maupun daya tarik wisata daerah. Bahkan keberadaan masyarakat lokal dengan berbagai kehidupan sosial-budayanya merupakan bagian dari daya tarik pariwisata daerah.

⁵² Abdul Karim. *Kapitalisasi Pariwisata dan Marginalisasi Masyarakat Lokal di Senggigi*. Yogyakarta. Genta Press. 2008: 54.

Dalam konteks pariwisata, masyarakat lokal merupakan penduduk asli yang mendiami suatu wilayah atau kawasan wisata dengan kriteria sebagai berikut:

1. Adanya kesadaran bersama atau kolektif yang dimiliki masyarakat di suatu wilayah tempat tinggalnya.
2. Adanya kepentingan bersama yang ingin diwujudkan masyarakat yang mendiami suatu wilayah.
3. Mempunyai sumberdaya yang memadai, baik sumberdaya secara fisik, ekonomi, maupun sosial
4. Merupakan satu kesatuan perkembangan sosial ekonomi (Soetomo, 2012: 179).⁵³

Jadi, inti dari kebijakan pengembangan pariwisata kerakyatan tersebut adalah semua proses pengembangan pariwisata daerah harus mampu menghasilkan model keterlibatan masyarakat lokal sejas mungkin. Keterlibatan masyarakat lokal sejak perumusan kebijakan sampai pembagian hasilnya merupakan hal yang mutlak sehingga harus ditegaskan dalam kebijakannya.

Kebijakan pemerintah yang memposisikan masyarakat lokal sebagai salah satu pemain kunci dalam pariwisata sangat logis karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk

wisata. Di samping itu, masyarakat lokal merupakan “pemilik” langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan dan pelaku wisata lainnya.⁵⁴

⁵⁴ Janianton Damanik dan Helmut F. Weber. *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta. Andi. 2006: 23.



BAB III

PERSPKTIF TENTANG PARIWISATA HALAL

A. Ragam Pemaknaan Pariwisata Halal

Dalam alur historisnya, awal mula term wisata halal diperbincangkan ketika penyelenggaraan OKI tahun 2000.⁵⁵ Kehadiran term wisata halal yang sedang digalakkan berbagai daerah dan negara akhir-akhir ini masih menimbulkan sedikit kebingungan bagi setiap orang yang mendengarnya. Hal ini merupakan akibat dari banyaknya persamaan yang disandingkan dengan kata wisata halal tersebut, seperti wisata syariah, wisata religi, dan serta dalam bahasa asing biasa disebut *halal tourism*, *halal travel*, dan *islamic tourism*.

Selain terdapat penamaan yang berbeda, pemahaman tentang makna wisata halal juga masih banyak membingungkan masyarakat. Makna dari frase "wisata halal" ini sebenarnya sangat ambigu, tidak baku, bahkan sangat

⁵⁵ I. Komalasari. "Upaya Indonesia Meningkatkan Daya Saing Muslim Friendly Tourism (MFT) Di Antara Negara-Negara Organisasi Konferensi Islam". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2017. Vol. 4 No. 2: 1-12.

membingungkan karena tidak ada interpretasi makna yang bisa dijadikan pegangan utama. Untuk itu, semua orang dapat mengartikannya secara berbeda-beda sesuai dengan landasan pemahaman masing-masing.⁵⁶

Di kalangan masyarakat Indonesia makna pariwisata halal disamaartikan dengan dua kata yang melekat dengan aspek aktivitas bernuansa keagamaan, yaitu pariwisata religi dan pariwisata syariah. Padahal ketiga kata yang disandingkan dengan branding pariwisata ini memiliki indikator yang berbeda-beda di samping memang terdapat persamaannya.

Pariwisata religi merupakan aktivitas kunjungan ke tempat ibadah untuk berziarah atau ibadah lainnya. Sedangkan pariwisata syari'ah tidak hanya terfokus pada objek, tetapi adab perjalanan, dan fasilitas lainnya⁵⁷ sehingga pariwisata syariah diartikan sebagai aktivitas wisata yang dilakukan muslim yang memang karena adanya dorongan untuk melakukan aktivitas islami sesuai prinsip syariah Islam.⁵⁸

⁵⁶ H. Awalia. "Komodifikasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat Dalam Promosi Destinasi Wisata Islami Di Indonesia". *Jurnal Studi Komunikasi*. 2017. Vol. 1 No. 1: 19-30.

⁵⁷ S. Chookaew. "Increasing Halal Tourism Potential At Andaman Gulf in Thailand For Muslim Country". *Journal of Economics, Business, and Management*. 2015. Vol. 3 No. 8: 739-741.

⁵⁸ A. E. Pratiwi. "Analisis Pasar Wisata Syari'ah di Kota Yogyakarta". *Jurnal Media Wisata*. 2016. Vol. 14 No. 1: 345-364.

Ketentuan komponen-komponen pariwisata religi meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Objek wisatanya, yaitu tempat ibadah, peninggalan sejarah;
2. Tujuannya, yaitu untuk meningkatkan spiritualitas;
3. Target wisatawannya, yaitu terkait dengan aspek spiritual yang dapat menyenangkan dan menenangkan jiwa;
4. Guidenya, yaitu orang yang menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata;
5. Fasilitas ibadah sudah termasuk dalam komponen perjalanan;
6. Kuliner yang diperbolehkan untuk disediakan dan dinikmati bersifat umum;
7. Relasi dengan masyarakat bersifat komplementer dan semata-mata untuk mengejar keuntungan.⁵⁹

Ketentuan komponen-komponen pariwisata religi di atas memiliki perbedaan dengan yang terdapat dalam pariwisata syari'ah, yaitu sebagai berikut:

1. Destinasi wisata

⁵⁹ A. R. Subarkah. "Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus Di Nusa Tenggara Barat". *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

- a. Meliputi wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan, sehingga termasuk di dalamnya objek wisata religi.
 - b. Tersedia fasilitas ibadah yang layak dan suci.
 - c. Pertunjukan seni dan budaya sebagai atraksi wisata yang tidak bertentangan dengan nilai syariah.
2. Akomodasi wisata
- a. Tersedia fasilitas yang layak untuk bersuci serta terjaga kebersihannya.
 - b. Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah serta lingkungannya aman, nyaman, dan kondusif.
 - c. Tersedia layanan makanan dan minuman yang halal untuk dikonsumsi.
3. Biro Perjalanan
- a. Menyelenggarakan paket perjalanan sesuai kriteria umum pariwisata syariah.
 - b. Memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum syariah.
 - c. Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan ketentuan syariah.
4. Pramuwisata
- a. Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas.

- b. Berakhlak baik, komunikatif, ramah, jujur, dan bertanggung jawab.
 - c. Berpenampilan sopan dan menarik sesuai nilai dan etika Islam.
 - d. Memiliki kompetensi kerja sesuai standar profesi yang berlaku.
5. Maskapai penerbangan
- a. Menyediakan penerbangan ke sejumlah negara Islam.
 - b. Memberikan makanan dan minuman halal selama penerbangan.
 - c. Pramugari berpakaian sopan dan memberikan pelayanan yang ramah sesuai prinsip Islam.
6. Pusat perbelanjaan
- a. Menyediakan tempat ibadah yang layak, suci, dan bersih.
 - b. Lokasi tempat ibadah tidak berada di lokasi yang tersembunyi, tetapi harus mudah untuk diketahui dan dijangkau.⁶⁰

Branding pariwisata halal yang sedang menjadi trend promosi wisata akhir-akhir ini dijadikan sebagai *soft power*

⁶⁰ A. E. Pratiwi. "Analisis Pasar Wisata Syari'ah Di Kota Yogyakarta". *Jurnal Media Wisata*. 2016. Vol. 14 No. 1: 345-364.

untuk menarik kunjungan wisatawan muslim.⁶¹ Prase pariwisata halal secara etimologi terdiri dari kata pariwisata dan halal. Pariwisata dengan kata dasarnya “wisata” merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok untuk tujuan rekreasi atau bersenang-senang, pengembangan pribadi, atau mempelajari suatu daya tarik objek wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu yang relatif singkat atau sementara, sebagaimana yang tercantum dalam UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

Kata halal yang berasal dari bahas Arab, yaitu *halla*, *yahillu*, *hillan*, *wahalalan* memiliki makna dibenarkan atau dibolehkan oleh hukum syara’, atau sebagai sesuatu yang dibolehkan oleh Allah SWT. Kata halal sebenarnya tidak hanya terkait dengan makanan atau produk makanan dan minuman, tetapi juga memasuki semua aspek kehidupan, seperti perbankan dan keuangan, kosmetik, pekerjaan, pariwisata, dan lainnya.⁶²

⁶¹ D. N. Kusumaningrum dkk. “Trend Pariwisata Halal Korea Selatan”. *Makalah Dalam Seminar Nasional Gelar Produk*. Malang. UMM. 2017.

⁶² E. D. Satriana dan H. D. Faridah. “Halal Tourism: Development, Chance And Challenge”. *Journal of Halal Product and Research*. 2018. Vol. 1 No. 2: 32-43.

Kata halal yang disematkan dalam pariwisata merupakan salah satu varian nilai yang terdapat dalam hukum Islam (syari'ah). Halal merupakan suatu hal yang diperbolehkan dalam Islam. Lingkup hal-hal yang diperbolehkan dalam Islam memang sangat luas, berbagai banyak hal tersebut mulai dari makanan, mu'amalah, pelayanan, dan lain-lain. Dengan demikian, pariwisata halal merupakan segmen pariwisata berdasarkan ajaran-ajaran Islam.⁶³

Secara terminologi makna pariwisata halal yaitu dorongan dalam berwisata yang sesuai dengan syari'ah Islam sehingga tidak ada hambatan bagi wisatawan muslim untuk menjalankan kebiasaan ajaran agamanya.⁶⁴ Pariwisata halal merupakan aturan tentang sistem kepariwisataan yang berlandaskan syari'ah Islam, baik dalam hal tujuan maupun tata cara berwisata. Priyadi memberikan pemaknaan tentang wisata halal sebagai suatu dimensi etika di dalam industri

⁶³ I. Komalasari. "Upaya Indonesia Meningkatkan Daya Saing Muslim Friendly Tourism (MFT) Di Antara Negara-Negara Organisasi Konferensi Islam". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2017. Vol. 4 No. 2: 1-12.

⁶⁴ M. Battour & M. N. Ismail. "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges And Future". *Tourism Management Perspective*. 2016. Vol. 19: 150-154.

pariwisata, yang mengedepankan nilai-nilai moral dan estetika sebagai suatu standar tertinggi yang harus dipatuhi.⁶⁵

Makna pariwisata halal lainnya adalah setiap objek dan perilaku wisata yang melibatkan orang muslim dengan menggunakan ajaran-ajaran Islam sebagai pedoman dalam industri pariwisata.⁶⁶ 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.⁶⁷

Jika mengacu pada landasan normative yang tercantum dalam Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat, pariwisata halal merupakan segmen pariwisata yang ingin memberikan layanan dan fasilitas wisata berbasis kebutuhan wisatawan muslim yang juga dapat dinikmati oleh wisatawan non-muslim.

Dalam konsep pariwisata halal, kebutuhan dasar wisatawan muslim yang harus dipenuhi meliputi penyediaan

⁶⁵ A. R. Subarkah. "Potensi dan prospek wisata halal dalam meningkatkan ekonomi daerah: studi kasus di Nusa Tenggara Barat". *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

⁶⁶ M. Battour & M. N. Ismail. "Halal Tourism...", 150-154.

⁶⁷ A. R. Subarkah. "Potensi...", 49-72.

fasilitas dan layanan ibadah yang memadai, akomodasi yang ramah terhadap wisatawan muslim (hotel syari'ah), makanan dan minuman dengan jaminan halal yang telah mendapatkan sertifikasi dari lembaga yang berwenang, serta penyediaan fasilitas atau sarana ibadah bagi wisatawan muslim di suatu destinasi wisata.

Terdapat perbedaan penggunaan antara terminologi wisata halal dan wisata islami. Wisata islami menjelaskan aktivitas atau produk tertentu yang “islami” yakni memberikan indikasi bahwa aktivitas atau produk tersebut sepenuhnya memenuhi syari'ah Islam sehingga mungkin tidak berlaku pada setiap produk dan atau kegiatan pariwisata halal.⁶⁸

Istilah islami hanya diterapkan pada hal yang berhubungan langsung dengan iman dan ajaran Islam, seperti hukum Islam, nilai-nilai Islam, prinsip dan keyakinan, serta ibadah Islam. Penggunaan kata wisata islami juga memberikan kesan bahwa suatu kegiatan atau produk hanya digunakan untuk muslim. Sedangkan produk dan kegiatan pariwisata

⁶⁸ M. Battour & M. N Ismail. “Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future”. *Tourism Management Perspective*. 2016. Vol. 19: 150-154.

halal lebih inklusif dan dapat dikonsumsi wisatawan non-muslim.⁶⁹

Jika memperhatikan beberapa definisi di atas, terlihat bahwa pariwisata halal merupakan karakteristik sistem pariwisata yang dalam praktiknya berlandaskan nilai-nilai syariah Islam, yang dihayati untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi umat Islam, sehingga meskipun sedang melakukan perjalanan wisata, tidak ada hambatan untuk menunaikan apa yang menjadi tuntunan dan tuntutan pengamalan ajaran agama Islam yang dianutnya. Konsep wisata halal akhirnya dapat dipahami sebagai segmen pariwisata yang menginternalisasikan nilai-nilai ajaran Islam dalam sistem kepariwisataan tanpa mendiskriminasi keberadaan wisatawan non-muslim.

B. Ruang lingkup Pariwisata Halal

Ruang lingkup pariwisata pada umumnya memang cukup luas, tidak hanya berfokus pada lokasi destinasi dari suatu wisata tertentu, tetapi juga termasuk di dalamnya fasilitas yang disediakan untuk para wisatawan sejak datang

⁶⁹ H. El-Gohary. "Halal Tourism, is It Really Halal? *Tourism Management Perspectives*. 2016. Vol. 19 No. 2: 124-130.

hingga meninggalkan suatu destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan tersebut.

Dari sisi objek, ruang lingkup pariwisata halal sebenarnya tidak jauh berbeda dengan ruang lingkup wisata secara umum. Menurut Suhaimi dkk, *“The fundamental of halal tourism includes the components such as halal hotel, halal transportation, halal food premises, halal logistics, islamic finance, islamic travel packages, and halal SPA”*.⁷⁰

Menurut Kementerian Kepariwisataan dan Kreatif, objek pengembangan pariwisata halal meliputi empat komponen usaha pariwisata, yaitu perhotelan, restoran, biro jasa perjalanan wisata dan SPA.⁷¹ Adapun ketentuan-ketentuan pengelolaannya sebagai berikut:

1. Hotel Halal

Ketersediaan hotel merupakan aspek akomodasi yang sangat penting di suatu destinasi wisata. Pada dasarnya dalam Islam tidak terdapat pengaturan secara rinci tentang konsep halal hotel. Konsep halal hotel merupakan penyediaan fasilitas yang dibutuhkan wisatawan muslim seperti toilet dengan

⁷⁰ K. G. Widagdyo. “Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia”. *The Journal of Tauhidinomics*. 2015. Vol. 1 No. 1: 73-80.

⁷¹ Kementerian Pariwisata. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Jakarta. Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataan Kementerian Pariwisata RI. 2015.

tersedianya air suci, pelayanan-pelayanan dalam penyediaan makanan halal, serta manajemen yang sesuai dengan syariat Islam.

Jenis hotel ini tidak hanya berfokus dalam penyajian makanan dan minuman, tetapi operasional perusahaan harus diatur agar sesuai dengan syari'ah Islam. Operasionalisasi konsep hotel halal ini bisa berupa penyediaan tempat ibadah untuk wisatawan muslim agar mudah dalam menjalankan ibadah sholat serta ibadah lainnya, pengingat waktu sholat, penyiaran program-program religi, pembedaan fasilitas kolam renang bagi wanita dan pria.⁷²

2. Restoran Halal

Dalam konsep restoran halal, tidak hanya berfokus pada jenis makanan yang disajikan bersifat halal dan higienis, namun semua aspek terkait berjalannya perusahaan restaurant harus sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam, di antaranya; untuk makanan dan minuman, seperti daging yang dikonsumsi harus termasuk ke dalam hewan yang diperbolehkan dalam Islam, yang disembelih, dimasak, dan disajikan sesuai syariat Islam, dan

⁷² S. Chookaew. "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country". *Journal of Economics, Business and Management*. 2015: 739-741.

penggunaan peralatan dan bahan-bahan yang tidak termasuk dalam kategori barang-barang haram.

3. Maskapai Penerbangan Halal.

Untuk mempermudah pergerakan wisatawan dari suatu daerah atau negara, keberadaan maskapai penerbangan sangat dibutuhkan. Penerbangan halal merupakan konsep yang dalam pemenuhan kebutuhan dan fasilitas yang akan diberikan kepada setiap penumpang yang menggunakan jasanya.

Beberapa ketentuan tentang maskapai penerbangan halal ini meliputi, sikap dan penampilan pelayan dan tata cara pemberian pelayanan sesuai syari'ah Islam, makanan dan minuman halal, fasilitas untuk beribadah termasuk solusi pengganti wudhu bagi penumpang muslim.⁷³

4. SPA Halal

Dalam sistem pariwisata, SPA termasuk fasilitas yang dibutuhkan para wisatawan. Dalam konteks SPA halal, ada pemisahan pelayanan antara laki-laki dan perempuan. Komponen-komponen dalam sistem pelayanan SPA yang terdiri dari location, bahan SPA, keamanan, pelayanan,

⁷³ A. R. Subarkah, "Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus di Nusa Tenggara Barat". *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

tanggung sosial, manajemen lingkungan, pengolahan limbah juga harus memperhatikan nilai-nilai syariat Islam.⁷⁴

Global Muslim Travel Index (GMTI) membagi segmentasi hal-hal yang ada dalam suatu wisata halal menjadi tiga bagian yaitu, *need to have (primer)*, *good to have (sekunder)*, dan *nice to have (tersier)*.

1. *Need to have (primer)*. Beberapa hal yang diharuskan kesediaannya dalam penerapan wisata halal. Hal tersebut yaitu; adanya pelayanan makanan dan minuman halal, dan kedua fasilitas ibadah baik tempat ibadah, penunjuk kiblat dan pengingat waktu shalat.
2. *Good to have (sekunder)*. Fasilitas yang termasuk kedalam aspek ini meliputi ketersediaannya air suci dan kemudahan dalam menggunakan, dan ketersediaan fasilitas puasa baik menu berbuka yang halal, menu sahur dan pengingat waktu-waktu tersebut.
3. *Nice to have (tersier)*. Hal yang dapat ditambahkan dalam penerapan konsep wisata halal ini yaitu ketersediaan fasilitas dan pelayanan paket wisata untuk rekreasi yang tidak melanggar ajaran syariah Islam dan ketidakadaan

⁷⁴ S. Chookaew. "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country". *Journal of Economics, Business and Management*. 2015: 739-741.

kegiatan-kegiatan yang tidak sesuai dengan syariah seperti judi, mabuk, *free sex*.

Berdasarkan beberapa kriteria yang dijelaskan pada masing-masing aspek wisata di atas, menjelaskan bahwa gambaran umum wisata halal yaitu setiap lini dalam wisata yang diharuskan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Ruang lingkup wisata halal memang memiliki cakupan yang cukup banyak, meliputi seluruh komponen wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

C. Peluang Pengembangan Pariwisata Halal

Pariwisata merupakan sektor untuk menumbuhkan perekonomian dunia yang sangat menjanjikan karena sektor pariwisata juga menjadi sektor yang tahan terhadap krisis global. Hal ini terlihat dari perkembangan perjalanan wisata dunia yang mengalami perkembangan positif sejak tahun 1950.

Pariwisata Indonesia ditengarai mengalami pertumbuhan tercepat dan menjadi sektor ekonomi terbesar karena kontribusi terhadap devisa negara terbesar kedua setelah industri kelapa sawit. Kontribusi pariwisata tahun 2016 mencapai USD 13.568 Miliar, sementara kelapa sawit mencapai USD 15.965 Miliar. Kontribusi pariwisata ini meningkat dari tahun 2015, yang berada di posisi keempat

dengan kontribusi mencapai USD 12.225 Miliar di bawah Minyak dan Gas mencapai USD 18.574 Miliar, Kelapa Sawit mencapai USD 16.427 Miliar, dan Batu Bara mencapai USD 14.717 Miliar.⁷⁵

Beberapa faktor pendukung keberadaan sektor pariwisata sebagai unggulan di Indonesia, di antaranya, jumlah destinasi dan investasi pariwisata yang meningkat menjadikannya sebagai faktor kunci dalam menciptakan lapangan kerja, infrastruktur, pengembangan usaha, hingga pendapatan ekspor.

Indonesia memproyeksikan pada tahun 2019 sektor ini dapat meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 15 persen, dengan kunjungan 20 juta wisatawan mancanegara, 275 juta perjalanan yang dilakukan wisatawan nusantara, dan diharapkan mampu menyerap tenaga kerja hingga 13 juta.⁷⁶

Besarnya peran sektor pariwisata terhadap devisa negara, berbagai upaya pengembangannya terus dilakukan pemerintah. Saat ini, segmen pariwisata yang cukup pesat

⁷⁵ G. R. Chandra. "Halal Tourism: A New Goldmine For Tourism". *International Journal of Business Management & Research*. 2014. Vol. 4 No. 6: 45-62.

⁷⁶ I. Susanti. "Kontribusi pertumbuhan pariwisata di sektor ekonomi terbesar dan tercepat". Dikases dari <https://ekbis.sindonews.com>. 17 Agustus 2017.

perkembangannya dan menjadi trend di dunia internasional adalah pengembangan wisata halal.

Pengembangan segmen wisata halal ini dimaksudkan untuk memberikan pelayanan terhadap wisatawan muslim yang ingin melakukan perjalanan wisata sesuai dengan prinsip-prinsip Islam sehingga wisatawan muslim menjadi merasa lebih nyaman dan aman dalam menikmati perjalanan wisata, serta dapat melaksanakan kewajibannya sebagai seorang muslim sesuai dengan ajaran Islam, seperti sholat *fardu* di tempat yang representatif, tempat tinggal yang terhindar dari maksiat dengan adanya hotel syari'ah, dan tersedianya makanan dan minuman yang halal.⁷⁷

Keberadaan pariwisata halal yang menjadi trend baru dalam segmen pariwisata dunia, perkembangannya terus mengalami peningkatan. Terlihat sejak tahun 2014 ada 108 juta wisatawan muslim yang melakukan perjalanan wisata, meningkat di tahun 2015 yang mencapai 117 juta wisatawan muslim.

Tahun 2016 jumlah wisatawan muslim meningkat menjadi 121 juta wisatawan, dan tahun 2017 mengalami

⁷⁷ A. R. Subarkah. "Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus di Nusa Tenggara Barat". *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

peningkatan menjadi 131 juta wisatawan. Menurut Global Muslim Travel Index (GMTI), nilai perjalanan wisatawan Muslim secara global diproyeksikan mengalami peningkatan dari tahun 2014 mencapai nilai USD 145 Miliar, dan di tahun 2026 akan mencapai USD 300 Miliar.

Menurut kajian Global Muslim Travel Index, ada beberapa hal yang membuat segmen pariwisata halal ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, yaitu: pertumbuhan populasi Muslim yang paling cepat mengalami peningkatan, pertumbuhan *middle class income* dari populasi Muslim yang cukup besar.

Populasi Muslim dengan usia rata-rata 24 tahun pada tahun 2015 menjadi peluang karena usia muda ini yang sering melakukan perjalanan wisata, meningkatnya akses informasi dengan berbagai media yang menjadikannya cepat diketahui oleh masyarakat luas, fasilitas dan pelayanan yang ramah terhadap wisatawan muslim juga meningkat, *Ramadan Travel* yakni adanya layanan pada bulan Ramadan membuat wisatawan muslim tertarik untuk berkunjung, dan bisnis travel yang semakin beragam dengan cepat menangkap peluang untuk melayani wisatawan muslim.⁷⁸

⁷⁸ *Ibid.*

Internalisasi nilai-nilai syari'ah Islam dalam pengelolaan industri pariwisata halal tak ubahnya seperti bank-bank Islam yang memiliki pangsa pasar yang cukup besar di pasar perbankan internasional. Meskipun akan memakan waktu lama, kehadiran pariwisata halal sebagai peluang bisnis akan menjadi salah satu jenis pariwisata yang paling fleksibel untuk menarik minat wisatawan muslim dan non-muslim ke suatu destinasi wisata.

Kehadiran pariwisata halal diprediksi akan berdampak pada permintaan hotel yang sesuai syari'ah Islam sekitar 10% dalam pasar pariwisata dunia sehingga keberadaan pasar hotel halal akan tumbuh sebesar 20% setiap tahun.⁷⁹

Memperhatikan trend pertumbuhan pariwisata halal dunia yang cenderung menunjukkan kemajuan, kehadiran pariwisata halal yang dikembangkan di berbagai negara diharapkan memberikan kontribusi terhadap beberapa, yaitu;

1. Mendorong organisasi pariwisata untuk berinvestasi dalam pariwisata halal.
2. Bertambahnya hotel islami yang secara khusus menyediakan kebutuhan wisatawan muslim di semua negara.

⁷⁹ M. Battour. "Toward a Halal Tourism Market". *Tourisme Anylisis Journal*. 2010. Vol. 15: 1-10.

3. Berkembangnya sistem keuangan Islam yang akan mendukung investasi yang sesuai dengan syariah dalam industri pariwisata.
4. Berkembangnya sistem pariwisata halal yang berstandar internasional, seperti penyediaan minuman bebas alkohol, bebas judi, dan menawarkan makanan dan layanan halal.
5. Dapat menjadi strategi untuk menarik wisatawan non-muslim, terutama dari negara-negara Eropa untuk mencari pengalaman budaya yang berbeda.
6. Tumbuhnya hotel internasional yang mengikuti contoh hotel yang sesuai syariah kepentingan daya tarik bagi segmen wisatawan muslim.
7. Tersedianya layanan sesuai syariat Islam dalam maskapai penerbangan, seperti menu halal, panggilan penerbangan untuk sholat, penyediaan Al-Quran selain hiburan dalam penerbangan halal dan pengaturan tempat duduk terpisah antara laki-laki dan perempuan.
8. Secara tidak langsung muncul peraturan dan regulasi yang harus diikuti oleh wisatawan non-muslim agar mematuhi Syari'ah.⁸⁰

⁸⁰ *Ibid.*

Bagi Indonesia hal ini menjadi peluang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan jumlah wisatawan muslim dengan target pasar wisatawan yang berasal dari kawasan Timur Tengah, seperti Arab Saudi dan Mesir pada tahun 2017 yang datang berjumlah 222.362 wisatawan dengan rata-rata lama tinggal di Indonesia bagi wisatawan asal Arab Saudi 10,83 hari menghabiskan USD 2.226 untuk satu orang, sedangkan Mesir 10,47 hari yang menghabiskan USD 1.293 untuk satu orang.

Karakteristik wisatawan asal Timur Tengah yang menjadi salah satu pangsa pasar wisatawan muslim Indonesia ini yaitu wisatawan yang lebih menyukai jenis wisata *leisure*, yaitu kunjungan wisata untuk kepentingan liburan dengan pilihan destinasi wisatanya Nusa Tenggara Barat dan Sumatera Barat.⁸¹

⁸¹ F.C. Rosana. “Berwisata Halal Di Indonesia, Ini Uang Belanja Turis Timur Tengah”. Diakses dari <https://travel.tempo.com>. 8 Juni 2018.



BAB IV

POTRET PARIWISATA DAERAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT

A. Kebijakan Pembangunan Pariwisata

Penetapan Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata (DTW) di Indonesia oleh Pemerintah Pusat merupakan tindak lanjut dari rekomendasi UNDP sebagai alternatif untuk membangun perekonomian masyarakat yang terpuruk karena hanya mengandalkan sector pertanian model *Gogo Rancah* (sistem menanam padi pada lahan tadah hujan).

Sebagai langkah awal untuk mengembangkan sektor pariwisata, pihak Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat menunjuk dan menetapkan beberapa kawasan yang dianggap strategis sebagai kawasan unggulan pariwisata Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan SK Gubernur Nusa Tenggara Barat No.133 Tahun 1984 tentang penunjukkan lokasi dan pengaturan

penggunaan tanah untuk pengembangan pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Sejak dicanangkan sebagai daerah pariwisata, karakteristik kebijakan pengembangan pariwisata di Nusa Tenggara Barat dapat dibagi menjadi tiga tipologi, yaitu:

Pertama, pengembangan industri pariwisata yang berbentuk sistem persaingan pasar (*competition market*). Tipologi ini didasarkan pada persaingan antarinvestor untuk menanamkan modal pada suatu kawasan pariwisata. Demikian juga dengan jual-beli tanah, investor langsung berhubungan dengan pemilik tanah.

Kedua, pengembangan industri pariwisata diserahkan kepada badan otorita atau perseroan terbatas (PT). Pemerintah Daerah memberi konsensi lahan dengan luas tertentu kepada sebuah badan otorita (*corporation*). Dalam tipologi ini, campur tangan pemerintah cukup besar, terutama dalam penyediaan lahan kawasan pariwisata. Badan otorita tersebut memiliki hak menguasai sebuah kawasan untuk mengundang investor atau mendirikan usaha pariwisata sendiri di kawasan yang dikuasainya.

Ketiga, pariwisata kerakyatan, yaitu pengembangan industri pariwisata daerah yang dilakukan dengan melibatkan masyarakat lokal. Dalam tipologi kebijakan ini, pemerintah

daerah memberikan ruang bagi partisipasi masyarakat lokal untuk menuangkan inisiatif dan kreativitasnya, terutama dalam menciptakan daya tarik obyek wisata daerah.⁸²

B. Perkembangan Jumlah Wisatawan

Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang dan sudah lama menjadikan pariwisata sebagai sektor andalan dan prioritas program pembangunan daerahnya. Ragam keindahan alam dan aneka budaya yang dimiliki masyarakat Nusa Tenggara Barat, menjadikan pengembangan sektor pariwisata ini semakin menjadi prioritas kebijakan pembangunan daerah, terlebih lagi di era otonomi daerah yang yang telah memberikan banyak kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus potensi-potensi daerah yang diharapkan dapat mendukung kemajuan daerah.

Seiring dengan semakin membaiknya kondisi pariwisata daerah Nusa Tenggara Barat yang sempat terpuruk akibat kerusuhan bernuansa SARA di Lombok pada 17 Januari Tahun 2000, pengembangan sektor pariwisata ini menjadi perhatian pemerintah daerah dalam beberapa program pembangunan

⁸² Abdul Karim. *Kapitalisasi Pariwisata dan Marginalisasi Masyarakat Lokal di Senggigi*. Yogyakarta. Genta Press. 2008. 2.

daerah. Kondisi pariwisata di Nusa Tenggara Barat menunjukkan *trend* yang semakin membaik dari tahun ke tahun. Salah satu indikatornya terlihat dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat.

Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat, prosentase perkembangan jumlah wisatawan Nusa Tenggara Barat dalam lima tahun terakhir menunjukkan kemajuan dari tahun ke tahun, dengan rinciannya yaitu, tahun 2009 kunjungan wisatawan naik 17,02 % (wisnu) dan 8,57 (wisman), tahun 2010 naik 14,57 % (wisnu) dan 21,49 % (wisman) , dan tahun 2011 naik 17,93% (wisnu) dan 29,07 % (wisman).

Selanjutnya, pada tahun 2012 angka kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat mencapai 1.163 wisatawan, tahun 2013 naik menjadi 1.357.602 wisatawan, dan tahun 2014 mencapai 1.629.122 wisatawan. Sedangkan sesuai RPJMD Nusa Tenggara Barat tahun 2014-2018, target kunjungan tahun 2015 sebanyak 1.705.400 wisatawan.

Menurut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, kunjungan wisatawan di Nusa Tenggara Barat telah mencapai target yang telah ditetapkan, yaitu sebanyak 3 juta wisatawan. Tahun tahun 2016 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke

Nusa Tenggara Barat mencapai 3.094.437 wisatawan, dengan perincian jumlah Wisatawan Nusantara (Wisnus) ada di angka 1.690.109 orang dan Wisatawan Mancanegara (Wisman) pada angka 1.404.328 orang.

Barometer yang digunakan untuk mengidentifikasi kunjungan wisatawan adalah, jumlah kamar hotel di Nusa Tenggara Barat adalah sebanyak 12 ribu kamar, dikalikan lama tinggal atau lama menginap wisatawan. Angka itu juga didapat dari hasil pendataan di Lima pintu masuk ke Nusa Tenggara Barat, BIL, Sape, pelabuhan Lembar, Pelabuhan Bima, Bangsal.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan tahun 2016,⁸³ untuk wisatawan mancanegara, 9 negara asal wisatawan terbanyak yang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat yaitu Australia (256.744 orang), Jerman (110.154 orang), Belanda (104.714 orang), British (100.522 orang), Malaysia (95.103 orang), Italia (79.525 orang), Francis (79.521 orang), USA (54.788 orang), Swiss (37.955 orang), Kanada (34.231).

Sedangkan dari segi usia, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat didominasi remaja dan dewasa, dengan tingkat pendidikannya Diploma/Sarjana dan

⁸³ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB. *Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB 2016*. Mataram: Disbudpar NTB. 2017.

pekerajaannya didominasi swasta. Destinasi yang dikunjungi meliputi kawasan Gili Trawangan, Gili Air, Gili Meno, Pantai Senggigi, Pantai Kuta, Tete Batu, Gunung Rinjani, Bima/Sape, Gili Nanggu, Pantai Hu'u, Taman Suranadi, Taman Narmada, Pura Lingsar, Air Terjun Sendang Gile, Tanjung Aan, dan Taman Mayura.

Ketertarikan para wisatawan untuk mengunjungi Nusa Tenggara Barat karena terpengaruh dengan informasi yang mereka dapatkan terkait dengan keindahan objek wisata yang dimiliki Nusa Tenggara Barat. Adapun sumber informasi wisatawan mancanegara tersebut meliputi; teman (33.07 %), promosi wisata (31.20 %), biro perjalanan (10.03 %) kedutaan besar (5.61 %), dan lainnya (20.09 %).

Sedangkan untuk wisatawan nusantara, daerah asal wisatawan Nusa Tenggara Barat meliputi DKI Jakarta (29.04 %), Jawa Timur (23.15 %), Jawa Tengah (15.53 %), Jawa Barat (11.65 %), Bali (11.46 %), dan lainnya (9.17 %). Status pekerjaan wisatawan nusantara ini meliputi pegawai pemerintah (33.80 %), pegawai swasta (31.20 %), pengusaha (29.50 %), dan lainnya (5.50 %).

Tujuan kunjungan wisatawan nusantara ke Nusa Tenggara Barat meliputi bersenang-senang (51.21 %), mengunjungi keluarga (19.08 %), pendidikan atau petualang

(9.04 %), dan rapat atau pertemuan (20.67). Sebagian besar pola masuk wisatawan nusantara ke Nusa Tenggara Barat secara berkelompok (47.43 %) dengan pintu masuknya melalui Pelabuhan Lembar (49.29 %), Bandar Udara (29.19 %), Pelabuhan Fast Boad (15.7 %), Pelabuhan Sape (4.00 %), dan lainnya (1.82 %).

Peningkatan jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat tidak terlepas dari upaya promosi yang dilakukan berbagai stakeholder, baik pemerintah, pelaku bisnis, maupun media. Berikut rangkaian kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat hingga tahun 2016: Promosi dalam negeri: Pameran Islamic Expo di Jakarta, MTQ Nasional di Mataram, Pameran Majapahit Travel Fair di Surabaya, Pameran Gebyar Wisata Nusantara di Jakarta, Pameran Direct Promotion di Surabaya dan Batam, Pameran Pekan Produk Kreasi Indonesia di Jakarta, Pameran Nusa Tenggara Barat Expo di Mataram, Pameran Kemilau Nusantara di Bandung, Pesona Lombok Sumbawa di Jakarta dan tempat lainnya.⁸⁴

Di samping terus menggalakkan promosi di dalam negeri melalui berbagai event, upaya promosi keluar negeri pun tidak ketinggalan, di antaranya melalui Matta Fair Kuala Lumpur

⁸⁴ *Ibid.*

Malaysia, Direct Promotion Kanibalu, ITB Asia 2016 di Singapura, Cina Internation Travel Mart, Bussines Gathering di Austrlia, World Trade Mart London, Sales Mission Arab Saudi, ITB Berlin di Jerman.⁸⁵

Trend pariwisata Nusa Tenggara Barat yang menunjukkan kemajuan dari tahun ke tahun, tidak terlepas dari potensi dan beberapa keunggulan yang dimiliki daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai daerah pariwisata, antara lain:

- 1) Secara geografis, Nusa Tenggara Barat berada pada posisi strategis, yaitu diapit oleh dua pulau tujuan wisata, yaitu Pulau Dewata (Bali) di sebelah barat dan Pulau Komodo (NTT) di sebelah timur. Berdasarkan kondisi ini pemerintah daerah telah mencanangkan Nusa Tenggara Barat sebagai daerah tujuan wisata kedua setelah Bali, apalagi daerah Nusa Tenggara Barat ini sudah diakui, baik secara lokal, nasional, maupun internasional memang memiliki daya tarik pariwisata yang sangat potensial, baik dari kondisi alam maupun keanekaragaman budaya masyarakat lokalnya.
- 2) Pulau Lombok sebagai salah satu wilayah geografis Nusa Tenggara Barat mendapatkan penghargaan *World Halal*

⁸⁵ *Ibid.*

Travel Award 2015 untuk kategori “*World’s Best Halal Tourism Destination*” dan “*World Best Halal Honeymoon Destination*”. Di samping itu, Pulau Lombok berada pada urutan kelima setelah Bali, Komodo, Jogjakarta, dan Jakarta sebagai destinasi wisata yang paling diminati wisatawan mancanegara ke Indonesia menurut versi *Veneu Magazine* No.9 Maret 2012.

- 3) Adanya kebijakan peningkatan status bandara udara yang ada di Lombok, dari bandara domestik menjadi Bandara Internasional Lombok (BIL), sehingga wisatawan asing sebagai bagian penting penyumbang devisa pemerintah daerah yang ingin datang berwisata ke Nusa Tenggara Barat tidak perlu lagi harus transit melalui Bali. Karena sebelum beroperasinya Bandara Internasional Lombok tersebut, 80% wisatawan manca negara yang datang ke Nusa Tenggara Barat masuk melalui Bali, sehingga wisatawan manca negara yang datang berlibur ke Nusa Tenggara Barat merupakan limpahan dari wisatawan manca negara yang telah menghabiskan uangnya di Bali.
- 4) Adanya kebijakan pemerintah pusat yang menetapkan Nusa Tenggara Barat sebagai salah satu daerah yang termasuk dalam koridor V Program MP3EI (Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi

Indonesia) bersama Bali dan NTT, karena salah satu point penting dalam program ini adalah Nusa Tenggara Barat dijadikan sebagai gerbang pariwisata tanah air. Sejak di *ground breaking* oleh Presiden SBY pada bulan Oktober tahun 2011, program MP3EI ini membawa dampak positif bagi daerah Nusa Tenggara Barat. Hal ini antara lain terlihat dari peningkatan jumlah investasi sebanyak 33%, jumlah proyek meningkat dari 28 menjadi 58 perusahaan, Penanaman Modal Asing meningkat dari 25 menjadi 51 perusahaan, dan Penanaman Modal Dalam Negeri meningkat dari 3 menjadi 7 perusahaan. Sementara sektor salah satu sektor yang paling diminati adalah perhotelan. Sedangkan sampai tahun 2013, kawasan MP3EI ini mendapatkan investasi sedikitnya Rp. 44 Triliun.

C. Atraksi Wisata Nusa Tenggara Barat

Atraksi wisata merupakan potensi yang mendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dengan kata lain bahwa keberadaan atraksi wisata merupakan magnet bagi daerah tujuan wisata untuk menarik minat kunjungan para wisatawan ke daerahnya. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan itu, maka atraksi wisata harus dirancang dan dibangun secara profesional sehingga dapat menarik

wisatawan untuk datang. Membangun atraksi wisata harus dirancang sedemikian rupa berdasarkan kriteria tertentu dan memperhatikan kecenderungan minat wisatawan yang datang berkunjung.

Nusa Tenggara Barat merupakan daerah yang terkenal memiliki beragam daya tarik wisata. Keindahan obyek wisata atau daya tarik wisata ini tentu menjadi potensi strategis bagi pengembangan pariwisata daerah yang terus menargetkan diri menjadi corong pariwisata nasional. Adapun beberapa jenis obyek dan daya tarik pariwisata yang menjadi andalan Nusa Tenggara Barat yang terus dipelihara atau dilestarikan dan dikembangkan oleh pihak pemerintah daerah meliputi wisata alam, budaya, dan buatan.

1. Wisata Bahari: Pantai Senggigi, Kuta, Gili Indah, Sekotong, Maluk, Pink, Tanjung Aan, dan lainnya.
2. Wisata Alam: Air Terjun Sendang Gile, Benang Setokel, Tiwu Kelep, Aik Nyet, Otak Kokok, Hutan Suranadi, Hutan Sesaot, Taman Gunung Rinjani, dan lainnya.
3. Wisata Religi: Makam Batulayar, Masjid Kuno Bayan, Masjid Kuno Rambitan, Makam Ketak, Makam Nyantok,
4. Wisata Tirta: Bendung Batujai, Bendungan Pandan Duri, Bendungan Batu Bulan, Kolam Taman Narmada, dan lainnya.

5. Wisata Seni Kerajinan: Tenun Tradisional, Gerabah, Anyaman Bambu, Ukiran Kayu dan Tulang, Anyaman Ketak, Kerajinan Perak, Anyaman Pandan, dan lainnya.
6. Wisata Seni Budaya: Dusun Tradisional Sade, Dusun Tradisional Nde, Dusun Tangsang-Angsang, Budaya Bau Nyale, Musik Tradisional Gendang Belek, Kecimol Cilokak, Pagelaran yang Kulit, Rudat; Jaran Kamput, Nyongkolan, Peresaian, Wayang, dan lainnya.

Keberadaan potensi atraksi atau daya tarik wisata yang banyak dan bervariasi tentu menjadi modal berharga bagi Nusa Tenggara Barat untuk menampilkan diri sebagai daerah tujuan wisata unggulan. Kondisi ini tentu menjadi peluang untuk mendongkrak pendapatan dan perekonomian daerah yang selama ini dihajatkan dari keberadaan industri pariwisata. Sedangkan sebagaimana diketahui, bahwa perusahaan atraksi wisata daerah dapat diklasifikasikan menjadi tiga sumber, yaitu atraksi yang bersumber dari wisata alam, budaya, dan buatan (minat khusus) dengan memperhatikan kecenderungan minat wisatawan.

D. Fasilitas Pariwisata

Dalam rangka menarik kunjungan wisatawan, fokus pengembangan pariwisata daerah tidak cukup hanya dengan

memperhatikan aspek atraksi wisata yang dimiliki daerah, melain harus memperhatikan keberadaan fasilitas pendukung pariwisata lainnya dalam rangka menciptakan kenyamanan, ketenangan, dan keamanan para wisatawan selama menikmati atraksi obyek wisata yang disediakan daerah tujuan wisata.

Hal ini disadari stakeholder pariwisata di Nusa Tenggara Barat. Sebagai upaya untuk mempromosikan berbagai atraksi wisata daerah dan menjamin rasa aman, nyaman, dan tenang para wisatawan yang datang, sehingga betah tinggal dalam menikmati keindahan atraksi wisatanya, beberapa fasilitas pendukung pariwisata yang telah disediakan mencakup hotel bintang sebanyak 50, hotel melati sebanyak 885, dan restoran sebanyak 1.145, biro perjalanan wisata sebanyak 370, dan agen perjalanan sebanyak 6 buah.⁸⁶

Terjadinya gempa bumi yang melanda Lombok pada tahun 2018, sektor pariwisata Nusa Tenggara Barat mengalami penurunan. Hal ini terlihat dari tingkat kunjungan wisatawan dan hunian hotel yang mengalami penurunan. Namun, seiring perjalanan waktu dan didukung dengan berbagai upaya pemerintah, masyarakat, dan swasta yang melakukan pemulihan, kondisi pariwisata Nusa Tenggara

⁸⁶ Badan Pusat Statistik. *NTB Dalam Angka 2016*. Mataram. BPS NTB. 2017.

Barat berangsur-angsur membaik. Kondisi ini berdampak pada tingkat hunian kamar hotel yang terus mengalami peningkatan.

Data jumlah tamu yang menginap pada bulan Mei 2019, untuk hotel bintang tercatat sebanyak 42.100 orang, dengan rincian sebanyak 31.032 orang wisatawan nusantara (73,71%) dan sebanyak 11.068 orang wisatawan dari luar negeri (26,29%). Rata-rata lama menginap tamu di hotel bintang ini untuk bulan Mei tercatat 2,42 hari. Kondisi ini mengalami kenaikan dari bulan sebelumnya, dimana untuk bulan April tercatat rata-rata 2,40 hari.⁸⁷

⁸⁷ *Ibid.*



BAB V

KEBIJAKAN PARIWISATA HALAL PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT

A. Komponen Formulasi Kebijakan Pariwisata Halal

Branding pariwisata halal dapat dijadikan sebagai alternatif dalam meningkatkan perekonomian daerah karena potensi pasar yang terus mengalami peningkatan, serta wisatawan millennial dengan karakteristik tersebut daerah seperti Nusa Tenggara Barat dapat melakukan memenuhi indikator dalam memenuhi kebutuhan fasilitas dan layanan bagi wisatawan Muslim, dengan target pasar utama wisatawan Timur Tengah yang menghabiskan uang untuk berwisata cukup tinggi. Namun perlu diingatkan bahwa wisata halal ini tidak hanya diperuntukkan bagi wisatawan muslim, wisatawan

non-Muslim pun dapat menikmati produk, fasilitas dan layanan wisata halal tersebut.⁸⁸

Berdasarkan naskah akademis atau draf formulasi kebijakan ini, ruang lingkup pariwisata halal yang menjadi perhatian Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam perumusan kebijakannya meliputi enam komponen, yaitu;

Pertama, destinasi. Aspek destinasi pariwisata halal ini meliputi atraksi wisata alam dan budaya, dengan ketentuan pengelolaannya meliputi (1) Fasilitas, dimana, pengelolaan destinasi pariwisata halal harus membangun fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan halal, yang meliputi penyediaan tempat dan perlengkapan ibadah wisatawan muslim, dan fasilitas bersuci yang memenuhi standar syari'ah; (2) Pemberdayaan dan peran serta masyarakat, dimana dalam pengelolaan destinasi pariwisata halal, harus ada upaya penguatan kesadaran masyarakat, peningkatan kapasitas dan peran serta masyarakat dalam pengelolaan usaha, dan peningkatan pendapatan masyarakat; dan (3) Pengembangan investasi, di mana dalam pengelolaan destinasi pariwisata halal, kebijakannya harus memberikan

⁸⁸ A. R. Subarkah. "Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

insentif investasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan, peningkatan kemudahan investasi, dan peningkatan promosi.

Kedua, pemasaran dan promosi. Aspek ini mengatur tentang strategi pelaksanaan pemasaran dan promosi penyelenggaraan pariwisata halal, yang bentuk kegiatannya meliputi; identifikasi peluang pasar dan rancangan pemasaran, pengembangan, pemantapan, dan promosi citra daerah sebagai destinasi pariwisata halal yang aman, nyaman, dan berdaya saing, peningkatan peran media komunikasi dalam pemasaran dan promosi pariwisata halal, dan pengembangan kemitraan. Sedangkan dalam pelaksanaan pemasaran dan promosi pariwisata halal ini harus melibatkan para *stakeholder* pariwisata halal tersebut.

Ketiga, industri pariwisata. Aspek yang diatur dalam industri pariwisata halal meliputi akomodasi, biro perjalanan, restoran, dan SPA. Ketentuan dalam pengelolaan industri pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat mengacu pada standar syari'ah yang ditentukan Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), baik dalam hal produk, pelayanan, dan pengelolaan, yang dibuktikan dengan pemberian sertifikat halal yang dikeluarkan DSN-MUI. Sedangkan untuk industri pariwisata konvensional, wajib

menyediakan arah kiblat di kamar hotel, informasi masjid terdekat, tempat ibadah bagi wisatawan dan karyawan muslim, keterangan tentang produk halal/tidak halal, tempat berwudlu yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, sarana pendukung untuk melaksanakan sholat, dan tempat urinoir yang terpisah antara laki-laki dan perempuan dan memudahkan untuk bersuci.

Keempat, kelembagaan pariwisata. Dalam hal penyelenggaraan pariwisata halal, kelembagaannya terdiri dari Pemerintah Daerah dan Non-pemerintah. Untuk kelembagaan dari Pemerintah Daerah dikoordinasikan oleh Dinas terkait. Sedangkan kelembagaan Non-pemerintah meliputi organisasi yang terkait dengan kegiatan kepariwisataan yang terdiri dari DSN-MUI, BPPD, ASITA, PHRI, FKD, dan HPI. Untuk pengembangan kelembagaan pariwisata halal, harus dilakukan melalui koordinasi antarsatuan organisasi pemerintah terkait, optimalisasi peran organisasi non-pemerintah, dan optimalisasi kemitraan usaha pariwisata halal antara satuan organisasi pemerintah, swasta, dan masyarakat.

Kelima, pembinaan dan pengawasan. Dalam pengelolaan pariwisata halal, pembinaan dan pengawasan dilakukan Pemerintah Daerah melalui Dinas terkait dengan melibatkan DSN-MUI. Akan tetapi, Pemerintah Daerah juga dapat

melibatkan BPPD, PHRI, ASITA, FKD, dan HPI. Bentuk-bentuk kegiatan pembinaan dalam penyelenggaraan pariwisata halal ini dapat dilakukan melalui sosialisasi, stimulasi, bimbingan, dan pelatihan. Sedangkan untuk kegiatan pengawasan dapat dilakukan melalui monitoring dan evaluasi.

Keenam, pembiayaan. Untuk pengelolaan pariwisata halal yang dilakukan Pemerintah Daerah, sumber pembiayaannya berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat.

Adapun aspek-aspek produk dan fasilitas kepariwisataan yang menjadi perhatian kebijakan pariwisata halal ini meliputi:

Pertama, destinasi pariwisata, yang meliputi atraksi wisata alam dan budaya. Dalam ketentuan pengelolaan destinasi pariwisata halal, penyedia layanan atraksi wisata harus membangun fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan halal di lokasi atraksi wisata tersebut, yang meliputi penyediaan tempat dan perlengkapan ibadah wisatawan muslim dan fasilitas bersuci yang memenuhi standar syari'ah.

Kedua, industri pariwisata, yang meliputi akomodasi, biro perjalanan, restoran, dan *Solus Per Aqua* (SPA). Ketentuan dalam pengelolaan industri pariwisata halal, harus

mengacu pada standar syari'ah yang ditentukan Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), baik dalam hal produk, pelayanan, dan pengelolaan, yang dibuktikan dengan pemberian sertifikat halal yang dikeluarkan DSN-MUI.

Sedangkan untuk industri pariwisata konvensional, wajib menyediakan arah kiblat di kamar hotel, informasi masjid terdekat, tempat ibadah bagi wisatawan dan karyawan muslim, keterangan tentang produk halal/tidak halal, tempat berwudlu yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, sarana pendukung untuk melaksanakan sholat, dan tempat urinoir yang terpisah antara laki-laki dan perempuan dan memudahkan untuk bersuci.

Gambaran nilai-nilai Islam yang menjadi kemasam kebijakan pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat juga selaras dengan kriteria umum pariwisata halal yang dikembangkan Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

**Kriteria Umum Wisata Halal
Berdasarkan Konsep Kementerian Pariwisata RI**

| Kategori Unsur Pariwisata | Indikator |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| Destinasi | 1. Tersedia pilihan aktivitas wisata, |

| | |
|-----------------|--|
| Pariwisata | <p>seni, dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi, dan kemusyrikan</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Bila memungkinkan menyelenggarakan minimal satu festival <i>halal life style</i> 3. Pramuwisata berpakaian dan berpenampilan sopan 4. Tersedia pilihan daya tarik wisata pantai dan pemandian yang terpisah untuk pria dan wanita dan/atau mempunyai aturan pengunjung tidak berpakaian minim |
| Akomodasi Hotel | <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya ketersediaan makanan yang halal 2. Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah, seperti Masjid, Mushola dan fasilitas bersuci 3. Tersedia playanan saat bulan Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur dan buka puasa 4. Tidak adanya aktivitas non-halal seperti perjudian, minuman beralkohol, dan kegiatan diskotik 5. Tersedia fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugaran/<i>gym</i> yang terpisah antara pria dan wanita 6. 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 |
|-----------------|--|
| Biro Perjalanan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum Pariwisata Halal 2. Tidak menawarkan aktivitas non-halal 3. Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman halal 4. Pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas 5. Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan etika Islam |

Memperhatikan isi kebijakan pariwisata halal yang dikembangkan di Provinsi Nusa Tenggara Barat, terlihat bahwa penekanan kemasan halal dalam formulasi kebijakan pariwisata halal, dapat menjadi upaya untuk menciptakan kenyamanan yang ditunjukkan dengan cara menambahkan fasilitas layanan yang dibutuhkan untuk wisatawan muslim dalam menikmati destinasi wisata, tanpa melakukan deskriminasi terhadap wisatawan non-muslim.

Isi kebijakan pariwisata halal ini dapat menjadi upaya memoderasi nilai-nilai ajaran Islam dalam industri pariwisata sehingga dapat menjadi instrumen untuk melakukan diplomasi

publik untuk meningkatkan daya tarik kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat.⁸⁹

Selanjutnya, jika memperhatikan penjelasan tentang indikator pariwisata halal yang disusun Kementerian Pariwisata Republik Indonesia maupun Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang tertuang dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal, beberapa aspek belum diuraikan secara spesifik dan konkrit, seperti pernyataan “berstandar syari’ah” sehingga sangat beralasan jika menimbulkan perbedaan pemahaman di antara pelaku wisatanya dan menuntut adanya penunjukkan satu destinasi sebagai percontohnya. Konteks ini menjelaskan bahwa suatu kebijakan terkadang tidak dapat diimplementasikan secara efektif, bukan karena diimplementasikan secara asal-asalan, melainkan karena isi kebijakan itu sendiri yang kurang jelas.⁹⁰

Sejak mendeklarasikan diri sebagai daerah yang mengembangkan pariwisata halal, Provinsi Nusa Tenggara Barat telah melakukan pemenuhan terhadap komponen

⁸⁹ A. R. Subarkah. “Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat”. *Intermestic: Journal of International Studies*. 2018. Vol. 2 No. 2: 188-203.

⁹⁰ Solichin Abdul Wahab. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Malang, Universitas Muhammadiyah Press. 2011

layanan dan fasilitas halal yang dapat memudahkan wisatawan muslim dalam melakukan kegiatan wisatanya. Pemenuhan tersebut di antaranya tempat ibadah, produk dengan jaminan halal, hotel syariah, dan paket perjalanan wisata halal.

Penetapan Elemen Pariwisata Halal NUSA TENGGARA BARAT

| No | Unsur Pariwisata | Atraksi dan Industri |
|----|------------------|---|
| 1 | Tempat Ibadah | 4.500 Masjid yang terdapat di 598 Desa |
| 2 | Produk Halal | UMKM: 269; Rumah Makan: 200; Restoran Hotel: 75; Restoran Non-Hotel: 100; Total: 644 |
| 3 | Hotel Syariah | Hotel Sheraton, Villa Senggigi, Grand Legi Hotel, Holiday Resort, Hotel Santosa, Hotel Santika, Grand Madani Hotel, Lombok Plaza Hotel, Hotel Savargra, Hotel Lombok Raya |
| 4 | Destinasi Wisata | <i>Islamic Center</i> NUSA TENGGARA BARAT, |

| | | |
|--|--|--|
| | | Desa Sade, Masjid Karang Bayan, Gili Sudak, Gili Nanggu, Gili Kedis, Jurang Malang, Sesaot, Benang Kelambu |
|--|--|--|

Standarisasi produk pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, Kosmetik, dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) terhadap restoran hotel, restoran non-hotel, rumah makan, produk Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM). Sedangkan hotel syariah dan paket perjalanan wisata halal dikelola oleh Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Nusa Tenggara Barat, Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA).⁹¹

B. Latar Inisiasi Kebijakan Pariwisata Halal

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk membangun perekonomian masyarakat maupun pemerintah daerah. Ragam keindahan

⁹¹ A. R. Subarkah. "Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

alam dan aneka budaya yang dimiliki masyarakat Nusa Tenggara Barat menjadikan pengembangan sektor pariwisata ini semakin menjadi prioritas kebijakan pembangunan daerah, terlebih lagi di era otonomi daerah yang telah memberikan banyak kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus potensi-potensi daerah yang diharapkan dapat mendukung kemajuan daerah.

Nusa Tenggara Barat sendiri memiliki payung hukum dalam menjalankan mengembangkan wisata halal, yaitu Peraturan Daerah Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal. Tempat ibadah seperti masjid atau musholla di Nusa Tenggara Barat dapat dikatakan mudah untuk ditemukan, baik di pusat perbelanjaan maupun tempat wisata sehingga dapat menjadi salah satu nilai tawar yang baik untuk pengembangan pariwisata halal.

Nusa Tenggara Barat merupakan daerah yang sangat potensial untuk pengembangan pariwisata karena memiliki daya tarik pariwisata yang sangat potensial. Bahkan tahun 2015, daerah Nusa Tenggara Barat, tepatnya Lombok, dinobatkan sebagai salah satu destinasi halal terbaik dunia menurut penilaian *The World Halal Travel Summit/Exhibition* (WHTS15) yang berpusat di Abu Dhabi Uni Emirate Arab. Kategori penghargaan yang diraih Lombok

meliputi *World's Best Halal Tourism Destination* dan *World's Best Halal Honeymoon Destination*.

Berdasarkan Perda Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 3 Tahun 2010 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2009-2020, terdapat 12 kawasan strategis untuk mendukung perkembangan pariwisata Nusa Tenggara Barat, yaitu kawasan Mataram Metro, Senggigi-Tiga Gili (Trawangan, Meno, Air), Agropolitan Rasimas, Kuta, Agroindustri Pototano, Agropolitan Alasutan, Lingkar Tambang Batu Hijau Dodorinti, Teluk Saleh, Agropolitan Manggalawe, Hu'u, Teluk Bima, dan Waworada Sape.⁹²

Menurut Sekretaris Daerah Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, daerah Nusa Tenggara Barat sangat identik dengan sebutan wisata halal. Predikat ini semakin melekat setelah Pulau Lombok berhasil mendapatkan beberapa penghargaan sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia. Dampak dari penghargaan ini, perhatian wisatawan dunia, khususnya para wisatawan muslim mulai melirik Indonesia, khususnya Lombok sebagai daerah tujuan kunjungan wisatanya.

⁹² Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB 2016*. Mataram: Disbudpar Provinsi NTB. 2017.

Di sisi lain, Pemerintah Pusat juga telah mencanangkan pariwisata sebagai salah satu sektor prioritas dalam pembangunan nasional pada 2017. Bahkan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memprediksi, bahwa pada tahun 2019, industri pariwisata akan mampu melampaui sektor migas sebagai sumber devisa terbesar dengan nilai US\$24 miliar. Sedangkan menurut Kepala Perwakilan Bank Indonesia Nusa Tenggara Barat, Prijono, kebijakan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang dilakukan pemerintah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang diikuti dengan penyerapan tenaga kerja.⁹³

Pada tahun 2017, kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat ditargetkan pada angka 3,5 juta, dan tahun 2018 dipatok sebanyak 4 juta orang wisatawan. Sedangkan untuk memberikan rasa nyaman kepada wisatawan, pada tahun 2017, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat menyediakan dana sebesar Rp 9 miliar untuk pembangunan toilet dan sarana pendukung lainnya di lokasi obyek wisata.⁹⁴

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan *Standing Committee of Economic and Commercial*

⁹³ Ilham. Pariwisata Halal Disebut Identik Dengan NTB. Diakses dari <http://Nasional.Republika.co.id> 6 September 2017.

⁹⁴ *Ibid.*

Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), bahwa kekuatan dalam pelaksanaan wisata halal di Indonesia lebih besar daripada kelemahannya. Identifikasi kekuatan Indonesia dalam melakukan program wisata halal antara lain karena berpengalaman dalam penyediaan tempat ibadah sholat di area publik.⁹⁵

Selain itu, atraksi untuk menarik minat kunjungan wisatawan muslim berkembang baik dan banyak tersedia di Indonesia. Perkembangan hotel syariah dan tempat wisata yang memiliki "*value for money*" juga dimiliki oleh Indonesia. Peta kekuatan dan kebutuhan untuk pengembangan pariwisata halal di Indonesia cukup tersedia di Nusa Tenggara Barat, terutama di Lombok yang terkenal dengan pulau seribu masjidnya.

Memperhatikan berbagai peluang dan kekuatan pariwisata daerahnya, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat pun tak tinggal diam. Melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat terus berbenah, mulai dari kesiapan SDM pariwisata, hingga infrastruktur untuk mendukung pariwisata halal. Target dari

⁹⁵ E. D Satriana dan H. D. Faridah. "Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan". *Journal of Halal Product and Research*. 2018. Vol. 1 No. 2: 32-43.

upaya pembenahan tersebut menurut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat, karena ingin meningkatkan segmen wisatawan muslim yang datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat. Keberadaan pariwisata halal ini diproyeksikan menjadi daya tarik pariwisata daerah Nusa Tenggara Barat dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan muslimnya, sehingga dapat mewujudkan target peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya.

Menurutnya Sekretaris Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat, dari sisi *branding*, Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan daerah yang paling giat melakukan promosi dan mengembangkan wisata halal. Pernyataan senada juga datang dari Asisten Deputi Pengembangan Segmen Pasar Bisnis dan Pemerintah Kementerian Pariwisata RI, bahwa Nusa Tenggara Barat merupakan provinsi yang sejak beberapa tahun ini dilihat sangat gencar mengembangkan wisata halal sehingga secara otomatis pemerintah pusat juga membantu banyak pengembangannya.⁹⁶

Bahkan banyak daerah lain yang kemudian merasa cemburu melihat berbagai program pengembangan pariwisata dari Kementerian Pariwisata RI yang lebih banyak porsinya

⁹⁶ Ilham. "Pariwisata Halal disebut Identik Dengan NTB". Diakses dari <http://nasional.republika.co.id> 6 September 2017.

untuk pengembangan pariwisata daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Berikut pernyataan Asisten Deputi Pengembangan Segmen Pasar Bisnis dan Pemerintah Kementerian Pariwisata RI.

“Banyaknya program untuk pengembangan pariwisata dari Pemerintah Pusat yang digelontorkan ke Nusa Tenggara Barat, karena memang para pemangku kebijakan Nusa Tenggara Barat cerdas dan pintar menggali peluang yang ada di pusat. Dan wisata halal sendiri, saat ini memang sedang menjadi fokus pengembangan Kemenpar RI, karena potensinya yang besar untuk menggaet para wisatawan muslim. Dukungan pemerintah pusat itu akan mengalir ke suatu daerah jika didorong kemauan daerah itu sendiri”.⁹⁷

Pemerintah Pusat memproyeksikan bahwa keberadaan pariwisata halal yang sedang gencar digarap oleh Pemerintah Nusa Tenggara Barat berpotensi untuk memberikan kontribusi dalam pencapaian target 20 juta wisatawan Indonesia pada 2019. Hal yang sama juga dikemukakan Wakil Gubernur Nusa Tenggara Barat, Muhammad Amin, bahwa dampak penetapan Pulau Lombok sebagai lokasi wisata halal kelas dunia mulai dirasakan masyarakat Nusa Tenggara Barat. Adanya potensi pariwisata yang luar biasa yang dimiliki Nusa Tenggara Barat, mampu menarik minat kedatangan wisatawan, dan berdampak pada perkembangan ekonomi kreatif, peluang kerja,

⁹⁷ Ibid.

peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan juga penuntasan kemiskinan di daerah.⁹⁸

Keinginan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk mengembangkan pariwisata halal sebagai *branding* atau icon pariwisatanya juga didorong oleh keberhasilan beberapa negara, yang secara anutan teologis, bukan dihuni penduduk mayoritas muslim, yang menjadikan pariwisata halal sebagai salah satu obyek yang dipasarkan untuk menarik wisatawan berkunjung ke negaranya, seperti Selandia Baru, Malaysia, Singapura, dan Korea.

Potensialnya pengembangan pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat, di samping karena menjadi salah satu daerah kunjungan wisata di Indonesia, juga merupakan daerah yang dihuni mayoritas penduduknya muslim yang anutan nilai-nilai agamanya selaras dengan konsep pariwisata halal tersebut sehingga akan lebih mudah untuk mendapatkan dukungan masyarakat lokal dalam pengembangannya.

Selain itu, daerah Nusa Tenggara Barat juga didukung dengan faktor keindahan alamnya, keunikan seni budaya, kelezatan aneka kuliner tradisional, serta keramah tamahan

⁹⁸ I. M. Asdhiana. “Wisatawan di Toko Oleh-oleh Lombok Exotic di Kawasan Senggigi, Lombok, NTB. Diakses dari <http://kompas.com>. 6 September 2017.

masyarakatnya, sebagaimana ciri umum bangsa Indonesia. Kondisi ini tentu menjadi peluang untuk menarik minat kunjungan wisatawan yang ingin mencari ketenangan dan kenyamanan dalam perjalanan wisatanya.

Strategisnya branding pariwisata halal untuk meningkatkan kunjungan wisatawan muslim karena latar belakang perumusan bertolak dari isu peningkatan segmen wisatawan muslim ke Nusa Tenggara Barat. Kehadiran pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat lahir dari hasil analisis kombinasi terhadap peluang tentang adanya keinginan Pemerintah Pusat untuk meningkatkan daya saing sektor pariwisata Indonesia dalam kancah pariwisata dunia dan penancangan pariwisata sebagai prioritas pembangunan nasional.

Citra Nusa Tenggara Barat sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia, trend peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat setiap tahunnya menjadi kekuatan yang dipertimbangkan, meskipun juga telah mengidentifikasi kelemahannya dalam hal pengembangan infrastruktur dan fasilitas pariwisata halal serta dihadapkan dengan tantangan kemajuan pariwisata halal yang telah dikembangkan negara-negara lain.

Nusa Tenggara Barat sebagai salah satu corong pariwisata Indonesia, bahkan kini telah menarik dan menjadi magnet tersendiri bagi ikon pariwisata dunia.⁹⁹ Menurut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, pembangunan pariwisata di daerah Nusa Tenggara Barat diproyeksikan sebagai salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi yang dapat menumbuhkembangkan pembangunan daerah dalam rangka mempercepat pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan pariwisata di Nusa Tenggara Barat berlandaskan pada empat pilar, yaitu destinasi, pemasaran/promosi, industri pariwisata, dan kelembagaan.¹⁰⁰

Kebijakan pariwisata halal yang dikembangkan di Nusa Tenggara Barat sejak tahun 2016 merupakan model sistem pengelolaan aktivitas kepariwisataan yang diatur berlandaskan prinsip-prinsip Islam tanpa mendiskriminasi kebutuhan wisatawan non-muslim. Tipologi kebijakan pengembangan industri pariwisata dengan kemas nilai-nilai anutan teologis keislaman ini diciptakan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara

⁹⁹ H. Awalia. "Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia". *Jurnal Studi Komunikasi*. 2017. Vol. 1 No. 1: 19-30.

¹⁰⁰ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB 2016*. Mataram: Disbudpar Provinsi NTB. 2017.

Barat untuk memberikan rasa aman, nyaman, dan kemudahan pelayanan bagi wisatawan muslim, sehingga diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan muslim datang ke Nusa Tenggara Barat.

Menurut Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, hadirnya pariwisata halal menjadi keunikan atau identitas pariwisata di Nusa Tenggara Barat, yang membedakannya dengan daerah-daerah lainnya, sehingga diharapkan dapat menjadi daya tarik sendiri untuk para wisatawan datang berkunjung.¹⁰¹

Jika mengacu pada fenomena pariwisata halal yang mulai banyak diminati para wisatawan muslim dan memiliki dampak positif bagi perekonomian daerah yang menyediakan layanan pariwisata halal tersebut, responsivitas sikap Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang diperlihatkan dengan menginisiasi formulasi kebijakan pariwisata halal untuk meningkatkan layanan pariwisata bagi wisatawan muslim yang trendnya mengalami peningkatan ke Indonesia, sebagaimana postulat “Teori Pilihan Rasional” merupakan pilihan tindakan yang sangat rasional, karena

¹⁰¹ Alfiah (Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB). *Wawancara*. Mataram. 12 Mei 2017.

mempertimbangkan dampak keuntungan ekonomi di dalamnya.¹⁰²

Rasionalitas tindakan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang merespon peningkatan segmen wisatawan muslim ke Indonesia ini menegaskan bahwa isu pengembangan pariwisata di balik trend kontribusi pariwisata ke sektor perekonomian negara menjadi isu strategis yang harus direspon Pemerintah Daerah untuk mempercepat realisasi pariwisata sebagai alternatif pembangunan kesejahteraan ekonomi masyarakat.¹⁰³

Peran sektor pariwisata diyakini telah ‘menjelma’ menjadi salah satu sektor strategis untuk mendukung peningkatan perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat.¹⁰⁴ Akibatnya, pengembangan pariwisata menjadi prioritas kebijakan pembangunan di berbagai daerah maupun negara.¹⁰⁵

¹⁰² Bryan S. Turner (Ed.). *Citizenship and Social Theory*. London. Sage. 2012.

¹⁰³ L. M. Wever dkk. “Decentralization and Participation in Integrated Coastal Management: Policy Lessons From Brazil and Indonesia”. *Journal of Ocean and Coastal Management*. 2012. Vol. 66: 63-72.

¹⁰⁴ F. M. M. Kreishan. “Tourism and Economic Growth: The Case of Jordan”. *European Journal of Social Sciences*. 2010. Vol. 15 No. 2: 63-68.

¹⁰⁵ A. T. Delgado & F. Lofez. “The Growth and Spread of the Concept of Sustainable Tourism: The Contribution of Institutional

Sebagai institusi pemerintah yang bertanggung jawab terhadap kepentingan banyak pihak, yaitu masyarakat, swasta, dan pemerintah yang membutuhkan intervensi pemerintah selaku pemegang kekuasaan, responsivitas terhadap peningkatan segmen wisatawan muslim ke Indonesia sebagai dasar inisiasi proses formulasi kebijakan pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat menunjukkan rasionalitas kesadaran pemerintah akan pentingnya mempertimbangkan dan mengakomodir nilai anutan teologis wisatawan, karena meningkatnya kepedulian wisatawan muslim terhadap produk dan layanan sesuai syariat ketika berkunjung ke suatu destinasi wisata.¹⁰⁶

Latar inisiatif kebijakan pariwisata halal Provinsi Nusa Tenggara Barat ini sangat strategis karena dilakukan melalui kajian terhadap berbagai peluang dan potensi pariwisata daerah secara komprehensif. Adanya keinginan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan muslim karena memperhatikan trend kunjungan wisatawan muslim yang semakin meningkat ke Indonesia, serta *trend* peningkatan populasi muslim dunia dengan kecenderungan minat

Initiatives to Tourism Policy”. *Journal Tourism Management Perspectives*. 2012. Vol. 4 No. 1: 1-10.

¹⁰⁶ J. Jafari & N. Scott. “Muslim World and its Tourism”.. *Annals of Tourism Researc*. 2014. Vol. 44: 1-19.

melakukan perjalanan wisata yang semakin meningkat merupakan alasan-alasan rasional strategis tentang inisiatif formulasi kebijakan pariwisata halal di aras lokal.

Strategis dan rasionalnya dasar inisiasi formulasi kebijakan pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat ini juga didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh *Pew Research Center Forum on Religion and Public Life* yang mengungkapkan bahwa pada tahun 2010 ada 1,6 Miliar penduduk muslim di dunia dari 6 miliar orang dan pada tahun 2030 akan mencapai 2,2 miliar penduduk Muslim dari 8,3 miliar di dunia.

Untuk itu, bagi negara yang sedang menggalakkan pariwisata halal, keinginan untuk meningkatkan kunjungan wisatan muslim sebagai target inisiasi formulasi kebijakan pariwisata halal memiliki peluang cukup prospektif, terutama yang memiliki penduduk dengan populasi muslim mayoritas karena akan lebih mudah mengembangkannya, terutama dalam hal penyediaan pelayanan berstandar halal.

C. Proses Formulasi Kebijakan Pariwisata Halal

Penobatan Lombok sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia oleh *World Halal Summit Exhibition* pada tahun 2015, semakin memperkuat tekad Pemerintah Provinsi Nusa

Tenggara Barat untuk menjadikan pariwisata halal sebagai icon pariwisata Nusa Tenggara Barat. Beberapa wilayah di Lombok yang akan dijadikan wisata syariah, seperti Masjid Islamic Center di Mataram, Pantai Pink yang ada di pedalaman Lombok Timur bagian selatan. Kawasan Ekonomi Kreatif Mandalika, dan Tanjung Bloam di Lombok Tengah, dan Masjid Kuno di Bayan Lombok Utara.¹⁰⁷

Adanya isu peningkatan segmen wisatawan muslim yang datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat menjadi alasan kuat Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat melegalisasi keberadaan pariwisata halalnya melalui Perda No. 2 Tahun 2016. Lahirnya kebijakan pariwisata halal Nusa Tenggara Barat menjadi bukti keseriusan tekad Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk melakukan branding pariwisata halal sebagai icon pariwisata daerah Nusa Tenggara Barat, dalam rangka mendukung pencapaian target Pemerintah Pusat dalam meningkatkan indeks daya saing Indonesia dari tingkat 50 menjadi 40 dalam percaturan pariwisata dunia.

Untuk mempercepat terwujudnya isu peningkatan segmen wisatawan muslim ke Nusa Tenggara Barat melalui

¹⁰⁷ A. Rahim. “Pariwisata Syariah Sebagai Wacana Identitas”. *Makalah* disampaikan dalam Seminar Nasional NTB sebagai Corong Pariwisata Nasional. Yogyakarta: Kerjasama LPDP dengan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 16 Desember 2016.

magnit pariwisata halal tersebut, Gubernur Nusa Tenggara Barat mengeluarkan kebijakan yang tertuang dalam Keputusan Gubernur Nusa Tenggara Barat Nomor 556-483 Tahun 2017 Tentang Pembentukan Tim Percepatan Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang terdiri dari 19 orang dan berasal dari berbagai perwakilan instansi, baik pemerintah daerah, perguruan tinggi, kelompok pelaku wisata, MUI, dan tokoh agama.¹⁰⁸

Menurut Kadis Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat, sebelum diterbitkannya Perda No. 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal ini, sebenarnya sudah ada Pergub No. 51 Tahun 2015 tentang Wisata Halal. Namun untuk memperkuat landasan hukum pengembangan pariwisata halal, Gubernur Nusa Tenggara Barat menginstruksikan untuk ditindaklanjuti sebagai Peraturan Daerah dan mendapatkan dukungan DPRD Nusa Tenggara Barat. Selanjutnya, dengan berlakunya Perda ini, maka Pergub tersebut dinyatakan tidak berlaku lagi sebagai acuan pengelolaan pariwisata halal Nusa Tenggara Barat.

Proses lahirnya kebijakan pariwisata halal Nusa Tenggara Barat yang telah tertuang dalam Perda No. 2 Tahun

¹⁰⁸ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Kajian Analisa Pasar Potensial NTB Tahun 2017*. Mataram. Disbudpar Provinsi NTB. 2017.

2016, berawal dari adanya penghargaan Lombok sebagai destinasi halal terbaik dunia. Penghargaan ini mendorong Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk menjadikan pariwisata halal ini sebagai icon pariwisata Nusa Tenggara Barat, yang diproyeksikan dapat menjadi keunggulan daya tarik wisatawan muslim untuk berkunjung ke Nusa Tenggara Barat. Namun, meskipun pariwisata Nusa Tenggara Barat mendapatkan beberapa penghargaan pariwisata halal terbaik dunia, ternyata jaminan halal dalam pelayanan pariwisata Nusa Tenggara Barat tidak sepenuhnya disediakan para pelaku wisata.

Menurut Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, Alfiah, meskipun Lombok telah dinobatkan sebagai destinasi halal terbaik dunia, dalam pelayanan pariwisatanya, masih banyak pelaku wisata yang belum menyediakan pelayanan pariwisata halal. Berikut pernyataan informan di atas kepada peneliti:

“Munculnya keinginan untuk menjadikan pariwisata halal ini menjadi icon pariwisata Nusa Tenggara Barat, karena adanya dorongan dari penghargaan yang diberikan oleh *The World Halal Travel Summit/Exhibition* (WHTS15) yang berpusat di Abu Dhabi Uni Emirate Arab yang menetapkan Lombok sebagai *World’s Best Halal Tourism Destination* dan *World’s Best Halal Honeymoon Destination*. Namun, di lapangan kita mengamati di beberapa fasilitas wisata,

seperti hotel dan restoran, ternyata banyak pelaku wisata kita yang masih belum menyediakan layanan wisata halal, sehingga menginisiasi Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk merumuskan suatu ketentuan bagi para pelaku wisata, agar menyediakan pelayanan pariwisata halal bagi para wisatawan yang muslim, sehingga mereka merasa nyaman dan aman dalam berwisata ke Nusa Tenggara Barat”.¹⁰⁹

Pernyataan Kepala Seksi Produk Halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat di atas diperkuat dengan pernyataan Wakil Gubernur Nusa Tenggara Barat, bahwa pariwisata halal Nusa Tenggara Barat masih menghadapi tantangan, dimana destinasi halal cukup banyak namun masih kurang dalam sertifikasi *muslim friendly amenities*. Selain itu, diperlukan penguatan *branding* dan promosi sebagai muslim *friendly destination*.

Pengembangan produk halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan juga di Indonesia masih pada tahap sertifikasi dan pemberian produk halal, sehingga perlu diarahkan untuk sertifikasi logistik halal dalam sistem rantai pasok secara menyeluruh guna mendukung *halal tourism*. Pada aspek aksesibilitas dari dan ke kota-kota besar mancanegara (*direct flight*) menuju destinasi halal juga perlu diperluas.

¹⁰⁹ Alfiah (Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB). *Wawancara*. Mataram. 12 Mei 2017.

Adanya permasalahan pada tataran pelayanan pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat ini, juga diperkuat dengan data dari Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik MUI Nusa Tenggara Barat, yang mengungkapkan tentang kurangnya respon, kesadaran, dan dukungan pelaku wisata dalam pelaksanaan pariwisata halal. Hal ini ditunjukkan dengan data sertifikasi halal tahun 2015 untuk penyediaan layanan makanan dan minuman pada beberapa jenis usaha di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang masih minim, karena hanya terdiri dari 175 jenis usaha, dengan perincian; 75 untuk produksi rumah tangga, 20 untuk rumah makan, 5 untuk restoran hotel, dan 75 untuk restoran non-hotel.¹¹⁰

Bagi Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, kurangnya kesadaran para pelaku wisata di Nusa Tenggara Barat dalam memberikan jaminan halal terhadap pelayanan pariwisata yang disediakan kepada para wisatawan tersebut, dianggap sebagai masalah dalam menindaklanjuti isu peningkatan segmen wisatawan muslim yang datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat, sehingga perlu dicarikan solusinya. Berikut pernyataan Kepala Seksi Produk Wisata

¹¹⁰ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Kajian Analisa Pasar Potensial NTB Tahun 2017*, Mataram: Disbudpar Provinsi NTB. 2017.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat dalam wawancara dengan peneliti:

“Ya, kita ingin mengembangkan pariwisata halal, tetapi bagaimana mau berjalan kalau para pelaku wisata di Nusa Tenggara Barat, seperti pengelola hotel dan restoran tidak memiliki kesadaran untuk menjamin keamanan dan kenyamanan para wisatawan dalam menikmati fasilitas wisata halal yang mereka sediakan. Hal ini tentu diperlukan ada penekanan dari Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, supaya para pelaku pariwisata kita segera memperhatikan dan meningkatkan fasilitas pelayanannya terhadap para wisatawan yang datang berkunjung, terutama bagi kebutuhan fasilitas pelayanan bagi wisatawan muslim”.¹¹¹

Selanjutnya, adanya agenda kebijakan untuk menjadikan Nusa Tenggara Barat sebagai kiblat pariwisata halal duni, menurut Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, perlu penekanan bagi para pelaku pariwisata untuk memperhatikan kepuasan dan kenyamanan bagi wisatawan, terutama bagi wisatawan muslim, dalam rangka memperkuat branding pariwisata halal yang kini melekat pada provinsi Nusa Tenggara Barat, sehingga diproyeksikan dapat menjadi magnet atau sensasi daya tarik dalam meningkatkan kunjungan wisatawan muslim yang menjadi target

¹¹¹ Suaidi (Kepala Seksi Produk Wisata Disbudpar Provinsi NTB). *Wawancara*. Mataram. 3 Agustus 2017.

peningkatan segmen wisatawan yang datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat.

Hal yang sama juga dikemukakan Alfiah, bahwa selama ini kebutuhan terhadap pelayanan wisatawan muslim tidak terlalu diperhatikan para pelaku wisata Nusa Tenggara Barat, karena beralasan bahwa pangsa pasar wisatawan Nusa Tenggara Barat masih didominasi oleh wisatawan mancanegara yang berasal dari negara-negara Eropa, sehingga Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat perlu memberikan penekanan bagi para pelaku wisata untuk menyediakan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan muslim. Berikut pernyataannya dalam wawancara dengan peneliti:

“Inisiasi branding pariwisata halal ini datang dari Gubernur Nusa Tenggara Barat yang menginginkan untuk mengembangkan pangsa pasar wisatawan asingnya, supaya tidak hanya dari negara Erofa. Nusa Tenggara Barat kan gak mungkin mengikuti pariwisata Bali yang sudah maju dengan pariwisata budayanya, sehingga perlu berinovasi dan mencari keunikan dan keunggulan pariwisata yang akan dijual dan dipromosikan, yang diharapkan dapat mengundang dan menarik wisatawan, baik untuk wisatawan nusantara maupun mancanegara, yang tidak hanya dari negara-negara Erofa, tetapi juga negara-negara Timur Tengah”¹¹².

¹¹² Alfiah (Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB). *Wawancara*. Mataram. 12 Mei 2017.

Meskipun branding pariwisata halal ini menuai kontroversi dari pihak Pemerintah Daerah Kabupaten karena dianggap hanya pemborosan anggaran untuk kebutuhan promosi, tidak menyurutkan tekad Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk menjadikan pariwisata halal sebagai icon pariwisata daerahnya dan menjadikan Nusa Tenggara Barat sebagai kiblat pariwisata halal dunia.

Bertolak dari keinginan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk memberikan penekanan terhadap kesadaran para pelaku pariwisata dalam menjamin pelayanan pariwisata halal, maka muncullah gagasan untuk membuat regulasi tentang pariwisata halal sebagai bentuk formulasi kebijakannya. Pembentukan regulasi tersebut diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi para pelaku atau pengelola pariwisata di Nusa Tenggara Barat dalam menyediakan dan memberikan pelayanan pariwisata yang dibutuhkan para wistawan muslim sebagai pangsa pasar wistawan untuk mendukung pencapaian target kunjungan wistawan ke Nusa Tenggara Barat, yang berazaskan transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan partisipatif.¹¹³

¹¹³ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Kajian Analisa Pasar Potensial NTB Tahun 2017*. Mataram. Disbudpar Provinsi NTB. 2017.

Untuk menindaklanjuti gagasan pembuatan regulasi pariwisata halal tersebut, menurut Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat, Alfiah, pada tahun 2015, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, akhirnya mulai merumuskan naskah akademis (Draf Regulasi) tentang pariwisata halal tersebut. Namun, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat menyadari bahwa proses pengembangan pariwisata daerah membutuhkan dukungan semua *stakeholder* kepariwisataan, terutama dalam penyediaan destinasi dan pengelolaan industri pariwisata. Hal ini dikemukakan Kepala Bidang Promosi Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat:

“Semua pihak kan punya kepentingan terhadap pengembangan pariwisata. Jika pariwisata daerah berkembang, maka yang diuntungkan kan tidak hanya Pemerintah Daerah, tetapi juga masyarakat maupun para pelaku wisata yang ada. Selain itu, dalam mengembangkan pariwisata banyak hal yang perlu diperhatikan, seperti penyediaan fasilitas dan atraksinya. Hal ini tentu tidak bisa dilakukan hanya oleh Pemerintah Daerah sendirian, sehingga harus dilakukan secara bersama dengan melibatkan masyarakat, swasta, dan media”.¹¹⁴

Meskipun Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki kewenangan dalam menentukan kebijakan daerah,

¹¹⁴ Suaidi (Kabid Promosi Wisata Disbudpar NTB). *Wawancara*. Mataram. 10 September 2017.

namun karena menyadari akan pentingnya keterlibatan semua *stakeholder* dalam proses pengembangan pariwisata daerah, proses perumusan kebijakan pariwisata halal ini melibatkan berbagai pihak, terdiri dari unsur Pemerintah Daerah, MUI, Akademisi, Perhimpunan Pelaku Wisata daerah Nusa Tenggara Barat, dan tokoh agama Nusa Tenggara Barat, dengan peran masing-masing sebagai berikut:

1. Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (Biro Hukum dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata): Menginisiasi, mengkoordinir, dan menetapkan semua tahapan proses perumusan kebijakan.
2. DPRD Nusa Tenggara Barat: Menyediakan tempat dan kegiatan untuk pelaksanaan proses publik terhadap naskah akademis atau draf formulasi kebijakan pariwisata halal.
3. Akademisi (Universitas Mataram): Menyusun naskah akademis atau draf formulasi kebijakan yang menjadi acuan pengelolaan pariwisata halal.
4. MUI Nusa Tenggara Barat, memberikan fatwa tentang unsur dan batasan nilai-nilai halal terhadap naskah akademis atau draf formulasi kebijakan pariwisata halal.
5. Perhimpunan pelaku wisata (PHRI, HPI, FKD): Memberikan tanggapan dan saran tentang batas-batas halal yang diatur dalam kebijakan pariwisata halal.

6. Tokoh Agama (Tuan Guru): Memberikan pertimbangan tentang batasan penerapan nilai-nilai halal dalam pengelolaan pariwisata halal.

Setelah melalui proses publik yang diadakan DPRD Provinsi Nusa Tenggara Barat, akhirnya naskah akademis regulasi pariwisata halal ini ditetapkan dan disahkan sebagai kebijakan daerah dalam bentuk Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal. Sedangkan untuk menindaklanjuti penerapan Perda ini, dikeluarkan Pergub sebagai peraturan pelaksanaan Perda Pariwisata Halal tersebut.

Keberadaan Perda Pariwisata Halal tersebut sekaligus menjadi bukti tentang keseriusan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk menjadikan Nusa Tenggara Barat sebagai kiblat pariwisata halal dunia. Bahkan, Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan daerah yang pertama sekaligus satu-satunya di Indonesia yang memiliki Perda mengenai pariwisata halal.

Menurut Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat, keberadaan Perda Pariwisata Halal ini menjadi bukti kesiapan Nusa Tenggara Barat untuk ‘berkompetisi’ dalam memajukan industri pariwisata tanah air dengan mengembangkan destinasi wisata halal sebagai

karakteristik pariwisata Nusa Tenggara Barat, terutama untuk daerah Lombok.

Pernyataan Kepala Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat di atas juga sejalan dengan pernyataan Sekda Provinsi Nusa Tenggara Barat, bahwa Nusa Tenggara Barat merupakan daerah yang paling responsif terhadap pengembangan pariwisata halal. Hal ini ditandai dengan keberadaan Peraturan Daerah tentang Pariwisata Halal, yang di Indonesia, baru daerah Nusa Tenggara Barat yang sudah merumuskan dan menetapkannya untuk menjadi acuan bagi pelaksanaannya.

Branding pariwisata halal Nusa Tenggara Barat yang gencar dipromosikan melalui berbagai program untuk menarik minat wisatawan muslim, seperti, Visit Lombok-Sumbawa, merupakan bentuk keseriusan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam membangun sektor pariwisata daerah, dengan harapan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat.¹¹⁵

Keseriusan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk mengembangkan pariwisata halal sebagai icon pariwisata Nusa Tenggara Barat dan menjadi kiblat pariwisata halal dunia, juga dikemukakan Wakil Gubernur Nusa Tenggara

¹¹⁵ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Kajian Analisa Pasar Potensial NTB Tahun 2017*. Mataram. Disbudpar Provinsi NTB. 2017.

Barat, Muhammad Amin, yang mengatakan bahwa “di tengah terus berkembangnya wisata halal, Nusa Tenggara Barat terus melakukan berbagai upaya pembenahan. Bahkan, keseriusan dari pengembangan industri wisata halal itu dibuktikan dengan terbitnya Pergub Nomor 51 tahun 2015 tentang Wisata Halal dan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal. Peraturan ini dikeluarkan, agar siapa pun bisa lebih memahami tentang wisata halal”.¹¹⁶

Pengembangan industri pariwisata halal untuk merespon peningkatan segmen wisatawan muslim ke Indonesia, sebenarnya tidak hanya terjadi di Nusa Tenggara Barat, tetapi juga beberapa daerah di Indonesia. Menurut laporan Kementerian Pariwisata tahun 2015, terdapat 13 provinsi yang siap untuk menjadi destinasi wisata halal (*halal tourism*). Daerah-daerah tersebut meliputi Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Bali, dan Nusa Tenggara Barat.

Namun Provinsi Aceh dan Nusa Tenggara Barat dianggap sebagai provinsi yang telah mengembangkan wisata

¹¹⁶ I. M. Asdhiana. “Wisatawan di Toko Oleh-oleh Lombok Exotic di Kawasan Senggigi, Lombok, NTB. Diakses dari <http://kompas.com>. 6 September 2017.

halal untuk wisatawan muslim manca negara dengan cukup baik. Sebagai daerah dengan populasi muslim yang mencapai 90%, yang memiliki 4.500 masjid yang tersebar pada 598 desa dan kelurahan, dan dijuluki sebagai pulau seribu masjid, tidak sulit untuk menerapkan konsep wisata halal. Apalagi ketersediaan berbagai produk halal dan fasilitas ibadah di Nusa Tenggara Barat sangat mudah ditemukan.¹¹⁷

Geliat pariwisata Nusa Tenggara Barat semakin menunjukkan pesonanya setelah meraih berbagai penghargaan sebagai destinasi halal terbaik dunia. Selanjutnya, memperhatikan trend kunjungan wisatawan muslim yang mengalami peningkatan ke Indonesia, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat menegaskan diri untuk mengembangkan pariwisata halal sebagai identitas pariwisata daerahnya.

Sejak tahun 2016 Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat bekerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia, Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, dan Dinas Usaha Mikro Kecil Menengah mulai melakukan sertifikasi halal pada restoran

¹¹⁷ E. D Satriana,& H. D. Faridah. “Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan, *Journal of Halal Product and Research*. 2018. Vol. 1 No. 2: 32-43.

hotel, restoran non hotel, rumah makan, unit usaha mikro, kecil, dan menengah yang mencapai 644 sertifikat halal.¹¹⁸

Responsivitas Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat terhadap peningkatan segmen wisatawan muslim ke Indonesia yang melandasi formulasi kebijakan pariwisata halal merupakan langkah strategis dan rasional untuk mewujudkan keinginannya menjadikan sektor pariwisata sebagai andalan pembangunan daerahnya, karena sektor pariwisata dianggap sebagai bidang usaha yang dapat menciptakan devisa secara langsung bagi negara destinasi wisata.¹¹⁹

Proses formulasi kebijakan diawali dari identifikasi masalah yang mengungkapkan tentang sikap para pelaku wisata yang masih banyak belum menyediakan pelayanan pariwisata yang mengakomodir kebutuhan pelayanan wisatawan muslim. Kondisi ini dipermasalahkan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat, karena dianggap dapat mengganggu kenyamanan dan keamanan wisatawan muslim,

¹¹⁸ Alfiah (Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB). *Wawancara*. Mataram. 12 Mei 2017.

¹¹⁹ S. Wahab. *Manajemen Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. Pradnya Paramita. 1996.

sehingga dikhawatirkan mengurangi minatnya datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat.¹²⁰

Adanya pelayanan di destinasi wisata yang dikeluhkan wisatawan muslim merupakan masalah dalam kebijakan pengembangan industri pariwisata di Nusa Tenggara Barat. Sedangkan pemahaman yang baik terhadap masalah kebijakan merupakan hal yang sangat penting karena memungkinkan pilihan kebijakan yang ditetapkan merupakan yang paling relevan untuk mencapai hasil yang diinginkan, sehingga akan memaksimalkan tingkat kepuasan nilai-nilai pembuatan kebijakan.¹²¹

Bertolak dari identifikasi masalah ini, Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan melibatkan Majelis Ulama Indonesia, Akademisi dari Universitas Mataram dan Sekolah Tinggi Pariwisata, Perhimpunan Pariwisata Daerah, dan Tokoh Agama merancang dan memutuskan untuk mengembangkan pariwisata halal sebagai inovasi kebijakan pengembangan pariwisatanya.

Penyematan kemasan halal sebagai identitas kebijakan pengembangan industri pariwisata di Nusa Tenggara Barat,

¹²⁰ Alfiah (Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB). *Wawancara*. Mataram. 12 Mei 2017.

¹²¹ M. Irfan Islamy. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta. Bumi Aksara. 2009.

yang proses formulasi kebijakannya dilakukan secara demokratis dengan melibatkan berbagai unsur *stakeholder* kepariwisataan, memperlihatkan bahwa keberadaan kebijakan pariwisata halal menjadi pilihan yang rasional karena lahir dari proses artikulasi kepentingan secara dialogis di antara *stakeholder* kepariwisataan daerah.

Rasionalitas ini juga terlihat dari pertimbangan rasio antara nilai kepentingan yang ingin dicapai dengan yang dikorbankan lebih tinggi dibandingkan dengan alternatif formulasi kebijakan yang lainnya.¹²² Rasionalitas formulasi kebijakan pariwisata halal ini karena tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga secara sosial keagamaan, yaitu dapat menjadi upaya diplomasi prinsip-prinsip Islam dalam politisasi industri pariwisata yang dikembangkan Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai daerah yang religius.¹²³

Langkah Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang mengawasi proses perumusan kebijakan pariwisata dengan menganalisis permasalahan secara komprehensif, merupakan

¹²² H. G. Frederickson et al. *The Public Administration Theory Primer*. USA. Westvie Press. 2003.

¹²³ A. R. Subarkah. "Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat. *Intermestic: Journal of International Studies*. 2018. Vol. 2 No. 2: 188-203.

modal untuk menjamin lahirnya keputusan kebijakan yang tepat.¹²⁴ Kesalahan dalam menganalisis masalah kebijakan akan berpotensi menimbulkan kesalahan dalam penentuan kebijakannya.¹²⁵

Dalam proses formulasi kebijakan pariwisata halal yang dikembangkan di Provinsi Nusa Tenggara Barat terlihat bahwa pemahaman masalahnya dianalisis secara komprehensif, karena prosesnya yang berjalan secara demokratis dengan melibatkan berbagai unsur *stakeholder* pariwisata daerah, baik dari unsur pemerintah, swasta, maupun masyarakat sipil.¹²⁶

Keputusan kebijakan pariwisata halal sebagai branding pengembangan industry pariwisata yang telah ditetapkan dan sahkan sebagai produk politik lokal dalam bentuk Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016 merupakan formulasi kebijakan yang rasional karena proses formulasinya yang tidak berangkat dari ruang yang kosong

¹²⁴ A. Jordan & J. R. Turnpenny. *Tools of Public Formulation: Actors, Capacities, Venues, and Effects*. New York: Edward Elgar Publisher. 2015.

¹²⁵ E. B. Sulistio dan D. Kagungan. *Studi Formulasi Kebijakan Penataan Sistem Transportasi Perkotaan Di Kota Bandar Lampung, Laporan Hasil-Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Lampung: Fisip Unila. 2012.

¹²⁶ Pemerintah Provinsi NTB. *Perda Provinsi NTB No. 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal*. Mataram. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB. 2017.

atau tidak terjadi pada kondisi yang *vacum*, melainkan ada hasil kajian masalah secara komprehensif yang melatarbelakanginya, yaitu terkait dengan sikap para pelaku wisata yang kurang responsive terhadap kebutuhan layanan wisatawan muslim.

Pemahaman terhadap masalah secara komprehensif yang menjadi dasar proses formulasi kebijakan sangat penting, karena dapat membantu menemukan asumsi-asumsi yang tersembunyi, mendiagnosis penyebab-penyebabnya, memetakan tujuan-tujuan yang memungkinkan, memadukan pandangan yang bertentangan dan rancangan peluang kebijakan baru. Pengenalan masalah kebijakan merupakan proses awal perumusan kebijakan dan merupakan genesis kebijakan yang dapat membantu para aktor-aktor kebijakan dalam proses identifikasi alternatif kebijakannya.¹²⁷

Dalam proses perumusan suatu formulasi kebijakan pengembangan pariwisata daerah memang harus mempertimbangkan jaringan potensial secara utuh, bukan kebijakan yang terfragmentasi pada satu permasalahan,¹²⁸

¹²⁷ V. V. Patton & D. Savicky. *Basic Method of Policy Analysis and Planning*. London: Prentice Hall. 1993.

¹²⁸ I. Farsari. "Complexity in Tourism Policies: A Cognitive Mapping Approach". *Annals of Tourism Research*. 2011. Vol. 38 No. 3: 1110–1134.

karena isu pengembangan pariwisata tidak berdiri sendiri, tetapi selalu bergandengan dengan isu lainnya.¹²⁹

Keterlibatan seluruh kelompok kepentingan (*stakeholder*) dalam proses formulasi kebijakan pariwisata halal yang dikembangkan di Provinsi Nusa Tenggara Barat menjadi hal penting, mengingat pariwisata tidak hanya mempengaruhi kehidupan ekonomi, tetapi juga sosial, budaya, alam, lingkungan, bahkan perilaku agama yang dianut masyarakat.¹³⁰

Interaksi aktif antarstakeholder dalam proses perumusan kebijakan pengembangan pariwisata daerah yang diperlihatkan dalam proses perumusan kebijakan pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat dapat mempengaruhi pergeseran kepentingan publik dari *individualistic* mengarah ke *unitaristic*.¹³¹ Dengan demikian, terbangunnya intensitas interaksi antarstakeholder

¹²⁹ R. Dodds. "Malta's Tourism Policy: Standing Still or Advancing towards Sustainability?". *Island Studies Journal*. 2007. Vol. 2 No. 1: 47-66.

¹³⁰ P. Tsartas. "Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues". *Journal Of Sustainable Tourism*. 2003. Vol. 11 No. 2: 116-132.

¹³¹ B. Prasetyo. "Orientasi Aktor Dalam Perumusan Kebijakan Publik". *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik*. 2011. Vol. 21 No. 2: 115-130.

untuk saling memahami orientasi dan kepentingan masing-masing dapat mempengaruhi kualitas kebijakan.¹³²

Dalam proses kebijakan, tahapan formulasi kebijakan memiliki peran penting dalam mempengaruhi kinerja kebijakan karena aktivitas dalam proses formulasi kebijakan tidak hanya mengkaji tentang apa yang mau dilakukan, tetapi juga bagaimana melakukan suatu tindakan untuk menyelesaikan masalah atau memenuhi kepentingan publik.¹³³

Proses formulasi kebijakan merupakan fase strategis dalam proses kebijakan sehingga jika fase ini tidak dilakukan dengan baik berdasarkan pertimbangan rasional komprehensif, maka akan melahirkan kebijakan yang kurang tepat, bahkan kehadiran kebijakan bukan untuk memoderasi masalah, tetapi justru dapat menjadi pemicu munculnya permasalahan lain.¹³⁴

Keputusan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk memberikan kemasam halal dalam formulasi kebijakan pariwisata daerahnya dapat menjadi pilihan yang menguntungkan untuk menciptakan kenyamanan dan

¹³² L. Ricci, B. Sannou, & H. Baguian. Climate Risks In West Africa: Bobo-Dioulasso Local Actors' Participatory Risks Management Framework". *Current Opinion in Environmental Sustainability Journal*. 2015. Vol. 13 N. 1: 42-48.

¹³³ M. I. Islamy. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijaksanaan Negara*. Jakarta. Bumi Aksara. 2009.

¹³⁴ A. Subarsono. *Kebijakan Publik dan Pemerintahan Kolaboratif: Isu-Isu Kontemporer*. Jakarta. Gava Media. 2016.

kepuasan pelayanan pariwisata untuk wisatawan muslim yang trendnya mengalami peningkatan ke Indonesia. Di samping itu, pilihan kebijakan ini juga rasional untuk memoderasi citra negatif dunia pariwisata yang identik dengan perilaku kemaksiatan dengan citra Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai daerah religius karena tujuan wisatawan melakukan perjalanan wisata tidak selamanya untuk mencari hiburan, tetapi juga bisnis, pendidikan, sosial, dan kenegaraan.

Kebijakan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk mengembangkan pariwisata halal merupakan keputusan strategis karena pilihan model kebijakan yang mengkombinasikan antara peluang dan kekuatan daerah pariwisata dianggap positif di sejumlah daerah untuk kemajuan pembangunan pariwisata.¹³⁵

D. Rasionalitas Kebijakan Pariwisata Halal

Responsivitas yang diperlihatkan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat terhadap perkembangan wisatawan muslim ke Indonesia, sehingga memutuskan untuk memberlakukan kebijakan pariwisata halal sebagai *branding* pariwisata yang dikembangkan untuk menarik minat

¹³⁵ P. Tsartas. "Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues". *Journal Of Sustainable Tourism*. 2003. Vol. 11 No. 2: 116-132

wisatawan muslim datang berkunjung ke daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat menjadi sikap yang rasional dan strategis karena lahir dari proses perumusan kebijakan yang mempertimbangkan hasil kajian lingkungan strategis.

Di samping itu, kebijakan pariwisata halal sebagai branding pengembangan industri pariwisata sangat prospektif untuk mendukung masa depan perkembangan dan kemajuan industri pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan beberapa pertimbangan, di antaranya:

Pertama, keyakinan agama. Kemasan kata “halal” pada formulasi kebijakan pengembangan industri pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan terminologi yang berasal dari nilai-nilai ajaran Islam yang merupakan anutan keyakinan wisatawan muslim.

Kata halal memiliki arti sebagai sesuatu yang dibolehkan menurut syariat Islam. Kata halal merupakan sumber utama yang tidak hanya terkait dengan makanan atau produk makanan, tetapi juga memasuki semua aspek kehidupan.¹³⁶ Dengan demikian, pariwisata halal merupakan kemasan halal yang disematkan pada unsur-unsur

¹³⁶ E. D. Satriana dan H. D. Faridah. “Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan”. *Journal of Halal Product and Research*. 2018. Vol. 1 No. 2: 32-43.

kepariwisataan, baik yang terkait dengan produk, layanan, aktivitas, dan pemasaran pariwisata.

Dewasa ini, pariwisata halal menjadi fenomena baru, yang menunjukkan pengetahuan dan kesadaran wisatawan muslim akan pentingnya produk halal sehingga ketika akan melakukan perjalanan wisata mulai memperhitungkan layanan produk dan fasilitas halal di destinasi tujuan wisatanya.¹³⁷

Kedua, potensi daerah. Perkembangan pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki peluang yang sangat besar karena adanya kebijakan pariwisata Pemerintah Pusat Indonesia telah memasang target menjadikan Indonesia sebagai kiblat destinasi wisata halal dunia. Target ini mengacu pada keberadaan Indonesia sebagai negara yang dihuni mayoritas penduduknya muslim dan telah berhasil meraih 12 penghargaan dalam ajang *World Tourism Halal Award* sebagai wisata halal terbaik dunia.¹³⁸

Peta kekuatan dan kebutuhan untuk pengembangan pariwisata halal di Indonesia cukup tersedia di Provinsi Nusa Tenggara Barat, terutama di Lombok yang terkenal dengan

¹³⁷ M. Battour & M. N. Ismail (2010). "Toward a Halal Tourism Market". *Tourisme Anylisis Journal*, 2010. Vol. 15: 1-10.

¹³⁸ A. E. Pratiwi. "Analisis Pasar Wisata Syari'ah di Kota Yogyakarta". *Jurnal Media Wisata*. 2016. Vol. 14 No. 1: 345-364.

pulau seribu masjid dan mendapatkan berbagai penghargaan dunia sebagai destinasi halal terbaik.

Pada tahun 2015, Lombok sebagai salah satu destinasi wisata di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat mendapatkan predikat *Best Halal Tourism Destination* dan *World Best Halal Honeymoon Destination*. Tahun 2016, dalam ajang *World Tourism Halal Award* (WTHA) mendapatkan penghargaan sebagai *World Best Halal Beach Resort*, *World Best Halal Honeymoon Destination*, dan *World Best Halal Travel Website* (Lombok Post, 2016).

Di samping itu, secara sosial keagamaan, daerah Nusa Tenggara Barat dihuni oleh masyarakat yang mayoritas beragama Islam. Karakteristik penduduk yang beragama Islam di Provinsi Nusa Tenggara Barat umumnya terbuka, mau menerima perubahan dan menganggap pariwisata sebagai sektor yang dapat mengubah kondisi perekonomiannya, namun mereka tetap memegang teguh dan melakukan kewajiban anutan teologisnya, seperti sholat lima waktu, puasa, menunaikan haji, mengikuti pengajian, zikir bersama, dan merayakan hari-hari besar Islam.

Nilai-nilai ajaran Islam yang mengajarkan untuk taat menjalankan kewajiban ibadah dalam setiap harinya dan menegakkan syiar Islam dalam seluruh aspek kehidupannya

telah mewarnai pola perilaku masyarakat. Pada waktu-waktu tertentu (awal waktu shalat lima waktu) suara azan akan berkumandang pada seluruh masjid.

Dalam kehidupan sosial, salah satu cerminan utuhnya kombinasi antara adat dan nilai agama yang tetap terjaga dengan baik dalam kehidupan masyarakat lokal di Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah rasa *ukhuwah islamiyah*. Hal ini terlihat dari adanya kebersamaan, kekeluargaan, serta budaya gotong royong yang selalu diterapkan masyarakat. Beberapa kegiatan sosial yang seringkali dijadikan sebagai lokus masyarakat untuk memperlihatkan rasa kekeluargaan dan kebersamaannya yang tinggi ini, seperti pada acara kekeluargaan, kegiatan pembangunan sarana kegiatan sosial, peribadatan, dan lainnya.

Cerminan kehidupan sosial keagamaan masyarakat Nusa Tenggara Barat tersebut dapat menjadi potensi daya tarik pariwisata halal. Keberadaan masyarakat lokal dengan berbagai varian kehidupan sosial keagamaannya harus diberdayakan untuk mendukung tujuan branding pariwisata halal. Bentuk keterlibatan masyarakat lokal ini dapat ditunjukkan dengan cara menampilkan perilaku kehidupan sosial keagamaannya yang sesuai dengan ajaran Islam.

Ketiga, pertumbuhan populasi muslim. Trend pertumbuhan populasi muslim paling cepat mengalami peningkatan di dunia dengan *middle class income* yang cukup besar. Pada tahun 2015, populasi muslim dengan usia rata-rata 24 tahun menjadi yang paling sering melakukan perjalanan wisata.¹³⁹

Pada tahun 2017, trend pasar wisatawan muslim Indonesia berasal dari negara-negara yang dihuni penduduk muslim mayoritas, yaitu kawasan Timur Tengah, seperti Arab Saudi dan Mesir berjumlah 222.362 wisatawan dengan rata-rata lama tinggal antara 10, 65 hari dengan pengeluaran sekitar USD 1.800 setiap orang dan daerah yang menjadi tujuan wisatanya Nusa Tenggara Barat dan Sumatera Barat.¹⁴⁰

Kehadiran wisatawan asal Timur Tengah yang 90% penduduknya beragama Islam sebagai salah satu pangsa pasar wisatawan halal yang menjadi target Indonesia, merasa nyaman bila berkunjung ke Indonesia dikarenakan hampir di setiap wilayah memiliki tempat ibadah serta banyak terdapat hotel yang memiliki fasilitas tempat sholat serta makanan

¹³⁹ A. R. Subarkah. "Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Sosial Politik*. 2018. Vol. 4 No. 2: 49-72.

¹⁴⁰ F.C. Rosana. "Berwisata Halal di Indonesia, Ini Uang Belanja Turis Timur Tengah". *Diakses dari* <https://travel.tempo.co>. 8 Juni 2018.

yang terjamin higienitas dan kehalalannya.¹⁴¹ Menurut *Crescent Rating* dan *Dinar Standard*, setiap tahun diperkirakan uang yang dihabiskan oleh para turis muslim untuk wisata Rp. 1.222 triliun sehingga hampir setara dengan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Indonesia.¹⁴²

Hasil penelitian *Pew Research Center Forum on Religion and Public Life* mengungkapkan bahwa pada tahun 2010 ada 1,6 Miliar penduduk Muslim di dunia dari 6 miliar orang dan pada tahun 2030 akan mencapai 2,2 Miliar penduduk Muslim dari 8,3 miliar di dunia.¹⁴³

Meskipun pariwisata halal ini tergolong baru, tetapi dianggap memiliki potensi dan peluang berkembang cukup baik. Menurut kajian *Pew Research Center Forum on Religion and Public Life*, dengan melihat laju peningkatan pertumbuhan penduduk muslim di dunia, dari 1,6 miliar tahun 2010 dan diproyeksikan 2,2 miliar tahun 2030, peluang pengembangan pariwisata halal di suatu negara sangat prospektif.¹⁴⁴

¹⁴¹ K. G. Widagdyo. “Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia”. *The Journal of Tauhidinomics*. 2015. Vol. 1 No. 1: 73-80.

¹⁴² Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.

¹⁴³ Arie Dwi Budiawati Antique. “Potensi Raksasa Pariwisata Syariah”. Diakses dari <http://fokus.news.viva.co.id> 4 April 2016.

¹⁴⁴ *Ibid*.

Hal yang sama juga diungkapkan hasil survey Thomson Reuters, dari 55 negara sebagai sampel survey, bahwa pada tahun 2013 pengeluaran wisatawan muslim dalam hal makanan dan minuman halal mencapai USD 1,292 miliar atau setara dengan 10,8 persen pengeluaran wisatawan dunia pada sektor yang sama yakni untuk kebutuhan makan dan minum, dan diproyeksikan mencapai USD 2,537 atau 21,2 persen di tahun 2019.¹⁴⁵

Keempat, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Rasionalitas dan strategisnya kebijakan pariwisata halal yang dikembangkan Provinsi Nusa Tenggara Barat juga dibuktikan dengan dampaknya terhadap kunjungan wisatawan muslim yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Di samping itu, trend kunjungan wisatawan yang datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Pada tahun 2016, kunjungan wisatawan Nusa Tenggara Barat mampu mencapai target 3 juta wisatawan. Sedangkan pada tahun 2017, kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat ditargetkan mencapai angka 3,5 juta, dan pada tahun 2018 dipatok sebanyak 4 juta orang wisatawan.¹⁴⁶ Menurut

¹⁴⁵ Kementerian Pariwisata. *Laporan Awal Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah*. Jakarta. Kementerian Pariwisata RI. 2015.

¹⁴⁶ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi NTB 2016*. Mataram. Disbudpar Provinsi NTB. 2017.

Wakil Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat, Muhammad Amin, dampak penetapan Pulau Lombok sebagai lokasi wisata halal kelas dunia mulai dirasakan masyarakat Nusa Tenggara Barat, dimana arus kunjungan wisatawan semakin meningkat.¹⁴⁷

Prospektifnya pilihan kemasan halal dalam formulasi kebijakan pengembangan industry pariwisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat juga mengacu pada pengalaman keberhasilan beberapa negara lain, yang secara anutan teologis, bukan dihuni penduduk mayoritas muslim, yang terlebih dahulu menjadikan pariwisata halal sebagai salah satu identitas kebijakan industri pariwisata yang dipasarkan untuk menarik minat kunjungan wisatawannya, ternyata berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan muslim ke negara tersebut.

Pada tahun 2015, Malaysia menerima 6,1 juta, Thailand menerima 4,8 juta, Singapura menerima 3,6 juta, dan Indonesia hanya menerima 2,2 juta. Berdasarkan perbandingan data jumlah kunjungan wisatawan muslim ini, Global Muslim

¹⁴⁷ I. M. Asdhiana. “Wisatawan di Toko Oleh-oleh Lombok Exotic di Kawasan Senggigi, Lombok, NTB. Diakses dari <http://kompas.com>. 6 September 2017.

Travel Index (GMTI) menempatkan Indonesia sebagai peringkat ke lima.¹⁴⁸

Meskipun kebijakan pariwisata halal ini dianggap sebagai sebuah bentuk komodifikasi bahasa untuk memberikan identitas, namun dapat menjadi tindakan yang rasional karena mampu mengantarkan ketercapaian tujuan pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang ingin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah.

Terdapat berbagai asumsi tentang kehadiran pariwisata halal sebagai *branding* pengembangan industri pariwisata di Nusa Tenggara Barat. Keluarnya wacana pariwisata halal dianggap tidak lepas dari kepentingan politik, dimana diskursus “wisata halal” merupakan sebuah bentuk komodifikasi terhadap bahasa, bukan substansi yang terkait dengan sistem kepariwisataan. Jargon wisata halal yang dikeluarkan pemerintah dianggap sebagai strategi pencitraan dalam kerangka promosi wisatanya, agar wisatawan domestik dan mancanegara tertarik untuk berwisata dan menghabiskan modalnya di Nusa Tenggara Barat.¹⁴⁹

¹⁴⁸ Lombok Post. *NTB Kiblat Wisata Halal*. Mataram. Edisi 22 Desember 2016.

¹⁴⁹ A. R. Subarkah. “Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat”. *Intermestic: Journal of International Studies*. 2018. Vol. 2 No. 2: 188-203.

Pasca pencanangan kebijakan pariwisata halal, aura dan pesona pariwisata daerah Nusa Tenggara Barat semakin menawan wisatawan. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat rata-rata sebesar 28,5 persen setiap tahun.

Pada tahun 2016, jumlah wisatawan mencapai 3.094.437 orang, terdiri dari 1.690.109 orang wisatawan nusantara dan 1.404.328 orang wisatawan mancanegara dengan keperluan wisatanya meliputi *leisure* sebanyak 71.00 %, bisnis sebanyak 11.87 %, mengunjungi keluarga/teman sebanyak 5.43 %, dan lainnya sebanyak 11.07 %. Pola perjalanannya meliputi perorangan sebanyak 62.32 %, berkelompok sebanyak 33.77 %, dan berpasangan sebanyak 3.91 % wisatawan.¹⁵⁰

Di samping itu, untuk mendukung fasilitas pelayanan halal bagi wisatawan muslim, sejak tahun 2016 Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat mulai melakukan sertifikasi halal pada restoran hotel, restoran non hotel, rumah makan, unit usaha mikro, kecil, dan menengah yang mencapai 644 sertifikat halal.¹⁵¹

¹⁵⁰ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. *Kajian Analisa Pasar Potensial NTB Tahun 2017*. Mataram. Disbudpar Provinsi NTB. 2017

¹⁵¹ Alfiah (Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NTB). *Wawancara*. Mataram. 12 Mei 2017.

Memperhatikan dampak kebijakan pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat, bahwa pengembangan industri pariwisata halal dapat menjadi media untuk mengharmoniskan dan mengkombinasikan dampak keberadaan industri pariwisata yang telah menyebabkan perubahan dalam dua bidang utama, yaitu perubahan sosial di daerah wisata dan perubahan prioritas dan pilihan kebijakan pariwisata.¹⁵²

Pariwisata halal adalah produk baru di pasar industri pariwisata. Pariwisata halal secara perlahan dan pasti telah mendapatkan popularitas dan menjadi fenomena baru dalam dunia industri pariwisata. Seiring dengan perkembangan populasi muslim yang semakin pesat di seluruh dunia, yang memandang perjalanan wisata sebagai kebutuhan dasar, peluang perkembangan pariwisata halal dengan berbagai kebutuhan produk dan pelayanan halal akan semakin terbuka luas.

Dengan demikian, kebijakan pariwisata halal tidak hanya mendatangkan keuntungan ekonomi bagi *stakeholder* kepariwisataan di Provinsi Nusa Tenggara Barat, tetapi juga

¹⁵² P. Tsartas. "Tourism development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues". *Journal of Sustainable Tourism*. 2003. Vol. 11 No. 2: 116-132.

sosial, politik, budaya, bahkan agama yang menjadi sumber nilai kehidupan masyarakat lokal.¹⁵³

Dari perspektif agama, pariwisata halal memiliki dampak strategis terhadap moderasi nilai keislaman dalam kehidupan masyarakat global yang ditransformasikan melalui industri pariwisata. Kehadiran branding pariwisata halal dapat menjadi strategi diplomasi nilai-nilai tidak hanya bagi wisatawan tetapi juga stakeholder pariwisata lainnya.

Pilihan keputusan Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara yang mengakomodir prinsip-prinsip keislaman untuk mewarnai kebijakan pengembangan industri pariwisata semakin memperteguh pentingnya mempertimbangkan nilai-nilai keyakinan agama dalam proses formulasi kebijakan pengembangan industri pariwisata daerah. Formulasi kebijakan pariwisata halal ini juga memperkuat bahwa terminologi halal yang merupakan varian nilai dalam syariat Islam bukan sekadar menjadi label ekspresi esoteris produksi, perdagangan, dan konsumsi, namun telah menjadi bagian besar dalam perluasan pasar global di era modern.¹⁵⁴

¹⁵³ H. Awalia. “Komodifikasi Pariwisata Halal NTB Dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia”. *Jurnal Studi Komunikasi*. 2017. Vol. 1 No. 1: 19-30.

¹⁵⁴ J. Fischer. *The Halal Frontier: Muslim Consumer in Globalized Market*. New York. Palgrave Macmillan. 2011.

Rasionalitas kemasan halal dalam formulasi kebijakan industri pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat juga dapat memfilter proses reduksi tatanan nilai kearifan lokal akibat banjir budaya (*flooding culture*) yang dibawa para wisatawan dan moderasi citra negatif pariwisata yang identik dengan *Sun, Sand, dan Sex* dengan kondisi masyarakat Nusa Tenggara Barat sebagai entitas dengan mayoritas Islam yang menjunjung tinggi nilai-nilai budaya dan agama.¹⁵⁵

Memperhatikan tujuan dan dampak kebijakan pariwisata halal yang mampu meningkatkan arus kunjungan wisatawan muslim di berbagai daerah dan dunia menunjukkan bahwa Islam memiliki pengaruh yang sangat besar pada perjalanan dan mendorong pariwisata sehingga memiliki peran strategis untuk mendukung kemajuan pembangunan ekonomi daerah dan negara.

Potensi pengembangan pariwisata halal pada akhirnya sangat strategis untuk dijadikan *branding* pengembangan pariwisata daerah, apalagi konsepsi pariwisata halal ini bersifat inklusif bagi seluruh wisatawan, baik muslim maupun

¹⁵⁵ I. Dinata. "Kolaborasi Aktor Dalam Pengembangan Pariwisata di NTB. *Makalah*, disampaikan dalam Simposium dan Seminar Nasional "NTB Sebagai Corong Pariwisata Nasional", Yogyakarta: Kerjasama Awerdee LPDP NTB dengan Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaja, 17 Desember 2016.

non-muslim karena mengutamakan pelayanan yang santun dan ramah bagi wistawan dan lingkungan sekitarnya.¹⁵⁶

Konteks kebijakan pariwisata halal ini menjelaskan bahwa relasi fungsional antara agama dan negara yang saling menguatkan dan saling melengkapi dalam mengelola dan menciptakan kondisi kehidupan masyarakat yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Ibnu Khaldun bahwa pemerintah akan berwibawa jika pelaksanaan kekuasaan yang diperlihatkan dalam bentuk kebijakannya berlandaskan nilai-nilai agama dan agama akan menjadi kekal dan tegak jika aktualisasi nilai-nilai ajarannya dalam kehidupan masyarakat didukung para pemegang kekuasaan negara.¹⁵⁷

Kehadiran *branding* pariwisata halal ini dapat memperluas tujuan pariwisata, yaitu tidak hanya memupuk rasa cinta tanah air, tetapi juga rasa cinta terhadap nilai-nilai ajaran agama Islam, baik di kalangan wisatawan yang datang berkunjung ke suatu daerah, para pelaku wisata daerah, masyarakat lokal, dan pemerintah daerah.

¹⁵⁶ L.A. Saputra. “Konsep Pariwisata Halal di Nusa Tenggara Barat: Studi Komparatif Antara Perda No. 6 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal dan Hukum Islam. *Skripsi*. Yogyakarta. UIN Suka. 2017.

¹⁵⁷ Winengan. *Seni Mengelola Dakwah*. Mataram. Sanabil. 2018: 139.



BAB VI

PENUTUP

A. Makna Inovasi Pengembangan Pariwisata Lokal

Potensi pengembangan segmen pariwisata halal tergolong cukup tinggi karena beberapa hasil kajian penelitian mengungkapkan bahwa meskipun pariwisata halal tergolong baru namun memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena populasi muslim yang juga tinggi dengan kebutuhan wisatanya yang terbilang tinggi.

Pariwisata halal yang sedang digalakkan Nusa Tenggara Barat melalui sarana peningkatan kunjungan wisata dan investasi, terutama yang berasal dari negara-negara Timur Tengah sebagai target pasar utamanya, diharapkan mampu mendongkrak perekonomian daerah. Ekspektasi ini cukup rasional mengingat sector pariwisata selama ini sebagai penyumbang devisa bagi daerah tujuan wisata.

Kehadiran pariwisata halal sebagai *branding* pengembangan pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dapat

menjadi identitas strategis bagi pemerintah maupun masyarakatnya, apalagi potensi identitas tersebut telah mendapatkan pengakuan dunia, seperti Pulau Lombok yang selalu menjadi primadona destinasi wisata akhir-akhir ini dan dinobatkan sebagai destinasi halal terbaik dunia, terlebih target-target capaian kunjungan wisatawan selalu terpenuhi setiap tahunnya.

Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan akibat promosi branding pariwisata halal, maka semakin banyak keuntungan sosial, politik, bahkan ekonomi yang didapatkan pemerintah dan masyarakat Nusa Tenggara Barat, terlebih lagi, potensi pariwisata halal dunia yang terus mengalami peningkatan sebagai alternatif penggerak perekonomian.

Bertolak dari uraian yang telah dijelaskan pada bab pembahasan tersebut, bahwa terjadinya kesimpangsiuran pemahaman para pelaku wisata terhadap konsep pariwisata halal yang menjadi branding pariwisata Nusa Tenggara Barat, yang tertuang dalam Perda Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016, sehingga mengakibatkan implementasinya tidak berjalan efektif, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, latar belakang perumusan kebijakan pariwisata halal tersebut sebenarnya sangat logis, karena bertolak dari isu peningkatan segmen wisatawan muslim yang

datang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat. Isu ini juga rasional, karena lahir dari hasil analisis yang mengkombinasikan antara peluang, kekuatan, tantangan, dan kelemahan yang dihadapi sektor pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Perumusan kebijakan sebagai aktivitas untuk melahirkan kebijakan terbaik dalam mengatasi masalah atau memenuhi kebutuhan kepentingan stakeholder, memang tidak boleh berangkat dari ruang yang kosong atau bersifat statis. Artinya bahwa proses perumusan kebijakan harus bertolak dari identifikasi terhadap isu kebijakan, sebagai dasar untuk melakukan proses perumusan kebijakan. Dalam melahirkan isu-isu kebijakan yang rasional dan layak untuk ditindaklanjuti melalui proses perumusan kebijakan, harus berangkat dari hasil kajian kombinasi terhadap kondisi lingkungan internal maupun eksternal kebijakan secara komprehensif.

Kedua, proses perumusan kebijakan pariwisata halal Nusa Tenggara Barat berjalan secara sistematis dan demokratis, karena diawali dari pengenalan masalah yang dihadapi dalam menindaklanjuti isu kebijakannya, kemudian menetapkan agenda kebijakan, dan membuat formulasi kebijakan yang ditetapkan dan disahkan sebagai produk politik lokal dalam bentuk Peraturan Daerah. Perumusan kebijakan,

baik secara politik maupun administratif, pada dasarnya memiliki peran penting dalam mempengaruhi kinerja kebijakan, karena aktivitas para perumus kebijakan yang terlibat dalam proses ini tidak hanya mengkaji tentang apa yang mau dilakukan, tetapi juga bagaimana melakukan suatu tindakan untuk menyelesaikan masalah atau memenuhi kepentingan para stakeholder.

Keterlibatan berbagai stakeholder dalam proses perumusan kebijakan harus dipandang sebagai upaya untuk memperluas informasi sebagai acuan pengambilan pilihan kebijakan terbaik, sehingga memungkinkan pilihan kebijakan yang diadopsi dan ditetapkan tersebut merupakan yang paling rasional dan menguntungkan bagi kepentingan berbagai kelompok kepentingan.

B. Upaya Meneguhkan Identitas Pariwisata Lokal

Beberapa negara dan daerah mengembangkan sektor pariwisata halal karena menyadari memiliki potensi yang luar biasa di balik perkembangan populasi umat Islam dunia yang cukup pesat dan trend untuk melakukan perjalanan wisata semakin meningkat sehingga menjadi kesempatan bagi negara-negara di dunia untuk mengembangkan segmen wisata halal ini untuk menarik minat wisatawan muslim.

Fenomena pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat ini menunjukkan bahwa nilai agama merupakan salah satu factor yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam memilih tujuan dan produk pariwisata. Sedangkan sikap pemerintah yang menginternalisasi nilai agama dalam kebijakan pengembangan industri pariwisata halal menegaskan bahwa keberadaan nilai-nilai agama tidak lagi dipandang hanya bersifat doktrinas, melainkan fungsional untuk mendukung pembangunan ekonomi daerah.

Prospek pariwisata halal yang cukup strategis ini juga direspon Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan harapan bahwa dengan memberikan kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan pelayanan berlandaskan nilai-nilai ajaran Islam, kunjungan wisatawan muslimnya mengalami peningkatan. Lahirnya kebijakan pariwisata halal yang diinisiasi trend peningkatan segmen wisatawan muslim ke Indonesia yang mulai peduli terhadap produk dan fasilitas pariwisata yang sesuai standar nilai Islam, menjadi bukti bahwa nilai Islam telah dianggap penting sebagai pertimbangan dalam proses formulasi kebijakan pengembangan industri pariwisata daerah.

Memperhatikan keseriusan tekad Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk menjadikan pariwisata halal sebagai *branding* pariwisata daerah, yang gencar

dipromosikan, dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan muslim ke Nusa Tenggara Barat, maka terkait dengan hasil kajian terhadap perumusan kebijakan pariwisata halal Provinsi Nusa Tenggara Barat yang telah disahkan dalam Perda Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 2016, yang pada tataran implementasinya belum efektif, beberapa saran yang perlu ditindaklanjuti, yaitu:.

1. Formulasi kebijakan pariwisata halal Nusa Tenggara Barat perlu penjelasan lebih kongkrit dan operasional, serta disosialisasikan agar para pelaku wisata lebih mudah dalam menjalankannya, sehingga tidak ada lagi kebingungan atau kesimpangsiuran pemahaman yang dapat menjadi penghambat dalam implementasi kebijakan tersebut.
2. Konten atau isi dari formulasi kebijakan pariwisata halal Nusa Tenggara Barat yang bersentuhan langsung dengan wisatawan muslim perlu diperluas, tidak hanya mengatur pada aspek destinasi dan industri, tetapi juga mencakup seluruh komponen dari sistem pariwisata, yang meliputi pengaturan halal pada obyek dan daya tarik, aksesibilitas, amenitas, fasilitas pendukung, dan kelembagaan pariwisata.

3. Formulasi kebijakan pariwisata hal jangan hanya terhenti pada konsep pelayanan dan industry, tetapi harus tercermin pada perilaku, budaya, dan gaya hidup masyarakat lokal karena masyarakat lokal dengan berbagai atribut social budayanya merupakan daya tarik wisata suatu daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab, S., *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Press. 2011.
- Alfiah (Kepala Seksi Produk Halal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi NUSA TENGGARA BARAT), Wawancara, Mataram, 12 Mei 2017.
- Andriani, D., et al., *Laporan Awal Kajian Pengembangan Wisata Syaria'ah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI (2015).
- Antara News, Indonesia Kini, Mataram: 27 Mei 2015.
- Antique, A.D.B, *Potensi Raksasa Pariwisata Syariah.*”, <http://fokus.news.viva.co.id/news/read/509102-potensi-raksasa-pariwisata-syariah>, Diakses 4 April 2016.
- Asdhiana, I. M. Wisatawan di Toko Oleh-oleh Lombok Exotic di Kawasan Senggigi, Lombok, Nusa Tenggara Barat, dalam <http://kompas.com>. Diakses 6 September 2017.
- Awalia, Hafizah *Komodifikasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia.*”, *Jurnal Studi Komunikasi*, Volume 1 Nomor 1 (Maret 2017), 19-30.
- Battour, M. et.al, *Toward a Halal Tourism Market*, *Tourisme Anylisis Journal*, Volume 15 (2010), 1-10.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2014). *Islamization Trends- Implcation for Tourism Market*. *Islamic Tourism Journal* (2014), 73-82.
- Battour, M., & Ismail, M. N., *Halal Tourism: Concepts*,

Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspective*, Volume 19 Nomor 2 (2015), 150-154.

Chookaew, S. et al, *Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country*, 3 (7), 2015.

Chookaew, S. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management* (2015), 739-741.

Danim, S., *Pengantar Studi Penelitian kebijakan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2000.

Delgado, A. T. and Lofez, F., “The Growth and Spread of the Concept of Sustainable Tourism: The Contribution of Institutional Initiatives to Tourism Policy”, in *journal Tourism Management Perspectives* Vol. 4 No.1 (2012): 1-10.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat, *Kajian Analisa Pasar Potensial NUSA TENGGARA BARAT Tahun 2017*, Mataram: Disbudpar Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2017.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Nusa Tenggara Barat, *Statistik Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat 2016*. Mataram: Disbudpar Nusa Tenggara Barat, 2017.

Dinata, I., “Kolaborasi Aktor Dalam Pengembangan Pariwisata di Nusa Tenggara Barat”. *Makalah*, disampaikan dalam Simposium dan Seminar Nasional “Nusa Tenggara Barat Sebagai Corong Pariwisata Nasional”, Yogyakarta: Kerjasama Awerdee LPDP Nusa

Tenggara Barat dengan Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaja, 17 Desember 2016.

Dodds, R., Malta's Tourism Policy: Standing Still or Advancing towards Sustainability?. *Island Studies Journal*, Volume 2 Nomor 1 (2007), 47-66.

Farsari, I., Complexity in Tourism Policies: A Cognitive Mapping Approach.”, *Annals of Tourism Research*, Volume 38 Nomor 3 (2011), 1110–1134.

Fischer, J., *The Halal Frontier: Muslim Consumer in Globalized Market*. New York. Palgrave Macmillan, 2011.

Frederickson, H. G. and Smith, Kevin B. *The Public Administration Theory Primer*, USA: Westvie Press, 2003,

Gelgel, I. P. *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa. Implikasi Hukum dan Antisipasinya*. Bandung. Refika Aditama. 2009.

Hamdan, Hdkk., Purchasing Decisions among Muslim Consumers of Processed Halal Food Products. *Journal of Food Products Marketing*, Volume 19 Nomor 1 (2013): 54-61.

I. N. Jamin Ariana dan I. B. Ketut Astina. “Strategi Pemasaran Desa Wisata Bongan Sebagai Pariwisata Kerakyatan Berkelanjutan di Kabupaten Tabanan”. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*. Vol. 9 No. 2 (2019): 137-165.

Ilham. *Pariwisata Halal Disebut Identik Dengan NUSA TENGGARA BARAT, dalam*

<http://nasional.republika.co.id>. Diakses 6 September 2017.

Islamy, M. Irfan. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara. 2009.

Jaelani, A. Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospect.”, *International Review of Management and Marketing*, Volume 7 Nomor 3 (2017), 23-34.

Jafari, J, dan Scott, N., *Muslim World and its Tourism*. *Annals of Tourism Research*, Volume 44 (2014), 1-19.

Jordan, A. and Turnpenny. J. R., *Tools of Public Formulation: Actors, Capacities, Venues, and Effects*. New York: Edward Elgar Publisher. 2015.

Kementerian Pariwisata RI, Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah, Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata, 2015, 3.

Komalasari, I., Upaya Indonesia Meningkatkan Daya Saing Muslim Friendly Tourism (MFT) Di antara Negara-Negara OKI. *Jurnal Ilmu Komunikasi Univeristas Riau*, Volume 4 Nomor 2 (Oktober 2017), 1-12.

Kreishan, Fuad M. M. “Tourism and Economic Growth: The Case of Jordan”, in *European Journal of Social Sciences*, Vol.15 No. 2 (2010): 63-68.

Lester, James P and Joseph Stewart. *Public Policy an Evolutionary Approach*. USA: Wadsworth. 2000.

- Lombok Post, *Gelar Wisata Halal Saja Tidak Cukup*, Mataram: 26 November 2016.
- Lombok Post, *NUSA TENGGARA BARAT Kiblat Wisata Halal*, Mataram: 22 Desember 2016.
- Lombok Post, *Pengelolaan Pariwisata NUSA TENGGARA BARAT Terbaik*, Mataram: 22 Maret 2015.
- Lyn dan Oni, 2019, Target 4 Juta Wisatawan Ke NUSA TENGGARA BARAT”
[https://www.jpnn.com/news/2019-target-4-juta-wisatawan-ke-Nusa Tenggara Barat](https://www.jpnn.com/news/2019-target-4-juta-wisatawan-ke-Nusa-Tenggara-Barat), JPNN.com, 31 Desember 2019.
- MUI, *Peta Dakwah MUI NUSA TENGGARA BARAT*, Mataram: MUI NUSA TENGGARA BARAT, 2017, 4.
- Nugroho, R. *Public Policy: Dinamika Kebijakan, Analisis Kebijakan, dan Manajemen Kebijakan*. Jakarta. Alex Media. 2012.
- Patton, Carl V. dan David Savicky. *Basic Method of Policy Analysis and Planning*. London: Prentice Hall. 1993.
- Pemerintah Provinsi NUSA TENGGARA BARAT, *Perda Provinsi NUSA TENGGARA BARAT No. 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal*. Mataram: Disbudpar NUSA TENGGARA BARAT, 2017.
- Pemerintah Provinsi NUSA TENGGARA BARAT. *Perda Provinsi NUSA TENGGARA BARAT No. 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal Bab II Pasal 5* (Mataram: Disbudpar NUSA TENGGARA BARAT, 2017).

- Pitana, I Gde dan Surya Diarta. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi. 2009.
- Prasetyo, Budi. “Orientasi Aktor Dalam Perumusan Kebijakan Publik”, dalam *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik*. Departemen Ilmu Politik, Fisipol Universitas Airlangga, Vol. 21 No. 2 (2011): 115-130.
- Pratiwi, A.E. Analisis Pasar Wisata Syari’ah di Kota Yogyakarta.”, *Jurnal Media Wisata*, Volume 14 Nomor 1 (2016), 345-364.
- Rahim, A., “Pariwisata Syariah Sebagai Wacana Identitas”. Makalah disampaikan dalam Seminar Nasional NUSA TENGGARA BARAT sebagai Corong Pariwisata Nasional. Yogyakarta: Kerjasama LPDP dengan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tanggal 16 Desember 2016.
- Ramli, N. *Halal Tourism: The Untapped Market for The Halal Industry and Its Services*. Retrieved from International Islamic University Malaysia: http://irep.iium.edu.my/15536/1/HALAL_TOURISM-KUWAIT.pdf. 26 Januari 2012.
- Ricci, L., Sannou, B., Baguian, H., Climate risks in West Africa: Bobo-Dioulasso local actors’ participatory risks management framework, *Current Opinion in Environmental Sustainability Journal*, Volume 13 Nomor 1 (2015), 42-48.

- Rosana, F.C. “*Berwisata Halal di Indonesia, Ini Uang Belanja Turis Timur Tengah.*”, <https://travel.tempo.co/read/1096535/berwisata-halal-di-indonesia-ini-uang-belanja-turis-timur-tengah>, 8 Juni 2018.
- Rusli, B., *Kebijakan Publik: Membangun Pelayanan Publik Yang Responsif*. Bandung: Hakim Publishing. 2013.
- Ryanto, S. *Wonderful Indonesia: Muslim Friendly Tourism*. Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2016.
- Salusu, J. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Grasindo. 2003.
- Samori, Z dkk., Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspective*, Volume 19 (2016): 131-136.
- Saputra, L.A. Konsep Pariwisata Halal di Nusa Tenggara Barat (Studi Komparatif Antara Perda No. 6 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal dan Hukum Islam.”, *Skripsi*, Yogyakarta: UIN Suka, 2017.
- Satriana, E.D dan Faridah, H.D, “Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan”, *Journal of Halal Product and Research*, Volume 1 Nomor 2 (November 2018), 32-43.
- Simatupang, V. *Pengaturan Hukum Kepariwisataaan Indonesia*. Bandung: Alumni. 2009.

- Socaidy, M. Saleh. “Analisis Kebijakan Tentang Relasi Kepentingan di Antara Aktor-Aktor Negara, Masyarakat, dan Pasar Dalam Proses Perumusan Kebijakan”. Dalam *Disertasi*. Surabaya: Universitas Airlangga. 2008.
- Sofyan, R. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika. 2012.
- Suaidi (Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat), Wawancara, Mataram, 12 Mei 2017.
- Suara NTB. *APPI Minta Objek Wisata Halal Diinventarisir*. Mataram: 10 Februari 2017.
- Suara NTB. *HPI Minta Pemda Tentukan Destinasi Wisata Halal*. Mataram: 12 Oktober 2016.
- Suara NTB. *Label Halal Abal-Abal: PHRI Desak Pemda dan MUI Bertindak Tegas*. Mataram: 12 Oktober 2016.
- Subarkah, A. R., “Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat.”, *Intermestic: Journal of International Studies*, Volume 2 Nomor (Mei 2018), 188-203.
- Subarkah, A. R., “Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah: Studi Kasus di Nusa Tenggara Barat.”, *Jurnal Sosial Politik*, Volume 4 Nomor 2 (Desember 2018), 49-72.
- Subarsono, Agustinus. *Kebijakan Publik dan Pemerintahan Kolaboratif: Isu-Isu Kontemporer*. Jakarta: Gava Media. 2016.

- Sugiarti, A. N., Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisataan Muslim Domestik dan Mancanegara di Kota Bandung, dalam *Skripsi* (Bandung: UPI, 2015).
- Suharko. “Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat”, dalam *Laporan Hasil Penelitian*, disampaikan dalam Simposium dan Seminar Nasional “Nusa Tenggara Barat Sebagai Corong Pariwisata Nasional” yang diselenggarakan Awerdee LPDP Nusa Tenggara Barat di Yogyakarta, 17 Desember 2016.
- Sulistio, E.B. dan Kagungan, D., “Studi Formulasi Kebijakan Penataan Sistem Transportasi Perkotaan Di Kota Bandar Lampung”, dalam *Laporan Hasil-Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Lampung: Fisip Unila. 2012.
- Susanti, I., *Kontribusi Pertumbuhan Pariwisata di Sektor Ekonomi Terbesar dan Tercepat*. Retrieved from Sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/read/1231216/34/kontribusi-pertumbuhan-pariwisata-di-sektor-ekonomi-terbesar-dan-tercepat-1502940648>. 17 Agustus 2017.
- Tsartas, P., Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues. *Journal Of Sustainable Tourism, Volume 11 Nomor 2 (2003)*, 116-132
- Turner, Bryan S. (ed). *Citizenship and Social Theory*. London: Sage. 2012.
- Wahab, S., *Manajemen Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita, 1996.

Widagdyo, K. G., Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia.”, The Journal of Tauhidinomics, Volume 1 Nomor 1 (April 2015): 73-80.

Wuryasti, F. Wisata Halal, Konsep Baru Kegiatan Wisata di Indonesia. <http://travel.detik.com>. Diakses 30 Oktober 2013.

BIODATA PENULIS

I. Identitas Pribadi

1. Nama Lengkap : Dr. Winengan, M.Si
2. NIP : 197612312005011007
3. Pangkat/Gol/Ruang : Pembina (IV/a)
4. Jab. Fungsional : Lektor Kepala
5. Tempat/Tgl./Lahir : Lombok Timur, 31 Desember 1976
6. Alamat Kantor : Kampus 1 UIN Mataram Jl. Pendidikan No. 35 Mataram NTB Telp. 0370-621298 Fax. 0370-625337
7. Alamat Rumah : Jl. Lestari No.100 Pejarakan Karya, Ampenan, Kota Mataram, NTB Telp. 0370-638365/6162562 Hp. 081933121233
e-mail: winenganuinmataram.ac.id

II. Riwayat Pendidikan

1. Sekolah Dasar Negeri Presaksire Sikur Lombok Timur (1983-1989).
2. Madrasah Tsanawiyah NW Sikur (1989-1992).
3. Madrasah Aliyah Negeri-Program Kkusus, MAN 1 Mataram (1992-1995).
4. S1 KPI Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1995-1999).
5. S2 Ilmu Administrasi Publik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (2001-2003).

6. S3 Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya Malang (2013-2016).

III. Riwayat Pekerjaan/Jabatan/Organisasi

1. PNS STAIN Mataram (2005).
2. Dosen Tetap IAIN/UIN Mataram (2006 – Sekarang).
3. Sekretaris Penyunting Jurnal Ulumuna IAIN Mataram (2006 - 2008).
4. Ketua Penyunting Jurnal Tasamuh Fakultas Dakwah (2007 – 2009).
5. Sekretaris Jurusan PMI Fakultas Dakwah IAIN Mataram (2008 – 2010).
6. Sekretaris Senat Fakultas Dakwah IAIN Mataram (2007 – 2010).
7. Pembina UKM Lembaga Pers Mahasiswa IAIN Mataram (2007 –2008).
8. Wakil Ketua KNPI Kota Mataram (2005 – 2008).
9. Ketua Penyunting Jurnal Komunitas Jurusan PMI (2008 – 2010).
10. Ketua Jurusan BKI Fakultas Dakwah IAIN Mataram (2011 – 2014).
11. Ketua Penyunting Jurnal Al-Tazkiah Jurusan BKI (2012 - 2014)
12. Sekretaris Devisi Dakwah Pengurus Wilayah NW NTB (2017-2022).
13. Pengurus Asosiasi Dosen Indonesia (ADI) NTB (2015-2020).
14. Pengurus DPD Askopis NTB (2019-2024).
15. Assesor BAP Sekolah/Madrasah Provinsi NTB (2015-2019).
16. Reviewer Nasional Penelitian Diktis Ditjen Pendis Kemenag RI (2018- Sekarang).
17. Ketua Penyunting Jurnal Tasamuh Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram (2016 – 2017).

18. Ketua Jurusan Pemikiran Politik Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Mataram (2017).
19. Kepala Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah UIN Mataram (2017-2019).
20. Ketua Lembaga Penjaminan Mutu UIN Mataram (2020-2021).

IV. Pengalaman Penelitian

1. Peta Dakwah: Persepsi Masyarakat Nusa Tenggara Barat Terhadap Penyelenggaraan Dakwah. DIPA Kemenag NTB Tahun 2007.
2. Kinerja Alumni IAIN Mataram: Studi Atas Kepuasan Pengguna Jasa Guru Pendidikan Agama Islam Alumni IAIN Mataram di Sekolah Tingkat SLTP dan SMA Kota Mataram. DIPA IAIN Mataram Tahun 2010.
3. Peta Dakwah NTB: Pemetaan Terhadap Rasionalisasi Jumlah Da'i dan Umat Islam. DIPA Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram Tahun 2010.
4. Pergumulan Komunitas Nelayan Tradisional Dalam Menghadapi Himpitan Ekonomi Kebutuhan Hidup Sehari-Hari (Analisis Jaringan Sosial). DIPA IAIN Mataram Tahun 2010.
5. Implementasi Kebijakan Penanganan Anak Jalanan di Kota Mataram. DIPA IAIN Mataram Tahun 2011.
6. Persepsi Mahasiswa Terhadap Etika Pelayanan Publik (Studi di Fakultas Dakwah IAIN Mataram). DIPA Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram Tahun 2011.
7. Pengembangan Bahan Ajar Mata Kuliah Manajemen Dakwah di Lingkungan Fakultas Dakwah IAIN Mataram. DIPA Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram Tahun 2012.

8. Motivasi Mahasiswa Memilih Jurusan BKI Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram. DIPA Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram Tahun 2013.
9. Implementasi Kebijakan Transparansi Pengelolaan Dana Bos: Studi Terhadap Instruksi Gubernur NTB Tentang Transparansi Pengelolaan Dana Bos di MI Kota Mataram. DIPA IAIN Mataram Tahun 2013.
10. Dampak Kebijakan Pariwisata Terhadap Perekonomian Daerah (Studi di Kabupaten Lombok Utara). DIPA IAIN Mataram Tahun 2013.
11. Implementasi Kebijakan Penerapan Standar Pelayanan Publik Pada Pembuatan Buku Catatan Nikah (Studi di KUA se-Kota Mataram). DIPA IAIN Mataram Tahun 2014.
12. Patisipasi Masyarakat Lokal Dalam Perumusan Kebijakan Pariwisata (Studi di Gili Trawangan KLU). DIPA IAIN Mataram Tahun 2015.
13. Aktor Politik Lokal Dalam Perumusan Kebijakan Pembebasan Lahan Pariwisata (Studi di Kuta Kabupaten Lombok Tengah). DIPA DIKTIS Tahun 2015.
14. Implementasi Kebijakan Kawasan Tanpa Asap Rokok di Kota Mataram. DIPA IAIN Mataram Tahun 2016.
15. Analisis Perumusan Kebijakan Publik di Aras Lokal: Studi Pada Kebijakan Pariwisata Halal di NTB. DIPA IAIN Mataram Tahun 2017.
16. Pentas Kebijakan Politik Lokal: Konfigurasi Koalisi Partai Politik Dalam Kontestasi Pilkada Gubernur NTB 2018. DIPA UIN Mataram Tahun 2018.
17. Model Pencegahan Penyemaian Radikalisme Pada Pondok Pesantren di NTB. DIPA Diktis Kemenag RI Tahun 2019.
18. Model Pengelolaan BLU di PTKIN: Studi Perbandingan Antara UIN Mataram dan UIN Makassar. DIPA UIN Mataram Tahun 2020.

V. Pengalaman Pengabdian Pada Masyarakat

1. Pelatihan *home industri* pembuatan abon (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2007).
2. Peningkatan Pengelolaan Masjid Melalui Kursus Para Profesi Pengurus Masjid (Sumber Dana: BPN-FI Regional NTB, 2008).
3. Pelatihan Keaksaraan Fungsional Calistung Berbasis Masjid (Sumber Dana: BPN-FI NTB, 2008).
4. Pelatihan Manajemen Zakat, Infaq, dan Shadaqah Berbasis Masjid (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2009).
5. Pelatihan *Life Skill* Pembuatan Kerupuk Ikan Berbasis Perempuan Nelayan Tradisional di Batulayar Lombok Barat (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2010).
6. Pembinaan Mental Keagamaan Anak-Anak di Kawasan Wisata Pantai Batulayar Lombok Barat (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2011).
7. Pembinaan Mental Keagamaan Anak-Anak di Pantti Sosial Asuhan Anak “Harapan” Mataram (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2012).
8. Pelatihan *Life Skill* Pembuatan Kerupuk Ikan Berbasis Perempuan Nelayan Tradisional di Pondok Prasi Ampenan (Sumber Dana: DIPA Diktis Kemenag Jakarta, 2012).
9. Pembinaan Mental Keagamaan Anak di Kawasan Wisata Senggigi Kabupaten Lombok Barat (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2013).
10. Pelatihan Fundraising Pengelolaan Dana ZIS di Desa Tanak Awu Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2014).
11. Pembinaan Kesadaran Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Hutan Lindung di Desa Sesaot Kecamatan

Narmada Kabupaten Lombok Barat (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2015).

12. Pembinaan Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan Pembangunan Desa di Desa Tampak Siring Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2016).
13. Pembinaan Generasi Berencana Berbasis Kebijakan Pendewasaan Usia Pernikahan di Desa Sigerongan Lombok Barat (Sumber Dana: DIPA IAIN Mataram, 2017).
14. Pembinaan Keluarga Sejahtera Berbasis Model Kampung KB di Desa Semaya Kecamatan Sikur Lombok Timur (Sumber Dana: DIPA UIN Mataram, 2018).

VI. Karya Tulis Ilmiah

1. Wacana Intelektual Muslim Indonesia Tentang Kompatibilitas Islam Dengan Demokrasi (Jurnal Ulumuna IAIN Mataram, 2006).
2. Efektivitas Dakwah: Urgensi Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Aktivitas Dakwah (Jurnal Tasamuh Fakultas Dakwah IAIN Mataram, 2006).
3. Islam dan Dakwah: Perspektif Tentang Pola Pembinaan Kehidupan Manusia Beragama (Jurnal Tasamuh Fakultas Dakwah IAIN Mataram, 2007).
4. Harapan dan Kenyataan di Balik Kenaikan Gaji Pegawai Negeri Sipil (Opini NTB Post, 2007).
5. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Muslim di Melase Kec. Batulayar Lombok Barat (Jurnal Lemlit IAIN Mataram, 2008).
6. Paradigma Pengembangan Masyarakat: Urgensi Penerapan Pendekatan Partisipatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Jurnal Transformasi LPM IAIN Mataram, 2009).

7. Relevansi Dakwah Dalam Konteks Pengembangan Masyarakat Islam (Jurnal Tasamuh Fakultas Dakwah IAIN Mataram, 2009).
8. Reformasi Birokrasi Menuju Perubahan Etika Pelayanan Publik (Majalah Suara Kampus IAIN Mataram, 2010).
9. Peningkatan Sistem Perencanaan Dakwah: Peran Strategis Penelitian dan Penyusunan Peta Dakwah (Jurnal Tasamuh IAIN Mataram, 2010).
10. Strategi Pengembangan Fakultas Dakwah IAIN Mataram (Buku: Tim Penulis Fakultas Dakwah, 2010).
11. Korupsi Sebagai Patologi Birokrasi: Telaah Teoritis Tentang Faktor Penyebab dan Upaya Pencegahannya (Jurnal Istinbath IAIN Mataram, 2011).
12. Mengurai Konflik Dalam Kehidupan Masyarakat: Suatu Tinjauan Teori Konflik Sosial (Jurnal Komunitas Jurusan PMI Fakultas Dakwah IAIN Mataram Vol. 3 2011).
13. Kebijakan Dakwah: Pengembangan Dakwah Berbasis Multikultural Dalam Mewujudkan Toleransi Umat Beragama (Jurnal Tasamuh IAIN Mataram, 2011).
14. Dilema Penanganan Anak Jalanan di Kota Mataram (Buku Ontologi Hasil Penelitian, diterbitkan oleh Lemlit IAIN Mataram, 2012).
15. *Reinventing Government*: Spirit Membangun Perubahan Dalam Birokrasi PTAIN (Buletin Egaliter Lembaga Pers Mahasiswa IAIN Mataram 2013).
16. Menghadirkan Pelayanan Publik yang Berorientasi Pada Kepuasan Masyarakat (Jurnal Komunitas Jurusan PMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram, 2014).
17. Motivasi Mahasiswa Memilih Jurusan BKI Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram (Jurnal al-Tazkiah Jurusan BKI Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Mataram, 2014).

18. Penerapan Standar Pelayanan Publik Pada Layanan Pembuatan Buku Catatan Nikah di KUA se-Kota Mataram (Jurnal Lemlit IAIN Mataram, 2014).
19. Regulasi Izin Penjualan Mobil Murah di Indonesia Dalam Perspektif Society Centred (Jurnal Ji_Mild MA Pasca Sarjana Unisma Malang, Vol. 4 No. 2 Tahun 2014, ISSN: 2337-697X: 65-75).
20. Analisis Kebijakan Publik (Buku, diterbitkan oleh ISDB IAIN Mataram, 2015).
21. Coalition of Actors in the Land Acquisition Policy Formulation for the Development of Tourims Region of Mandalika Resort at Central Lombok Regency (Jurnal Internasional: International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS) Vol. 4 No. 2 November 2016. E-ISSN: 2225-7225).
22. Pembinaan Etika Pelayanan Publik Sebagai Ikhtiar Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik (Jurnal Tasamuh FDK IAIN Mataram, Vol. 14 No. 1 Desember 2016).
23. Kuasa Aktor Dalam Perumusan Kebijakan Publik di Aras Lokal (Jurnal Review Politik UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol. 6 No. 2 Desember 2016).
24. Implementasi Kebijakan Kawasan Tanpa Asap Rokok (Jurnal Ilmu Administrasi STIA LAN Bandung, Vol. XVI No. 1 Juni 2017).
25. Struktur Kekuasaan Eksekutif Pada Perodesasi Pemerintahan Indonesia Dalam Tinjauan Teori Integrasi Organisasi (Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Publik Universitas Dr. Soetomo, Vol. 1 No. 1 Juni 2017. ISSN: 2581-1231).
26. Internalisasi Nilai *New Public Management* Menuju Keunggulan Tata Kelola UIN Mataram (Buku Bunga Rampai “Horizon Ilmu UIN Mataram, diterbitkan oleh Pustaka Lombok, 2018).

27. Menakar Penerapan *New Public Management* Dalam Birokrasi Indonesia (Jurnal Ilmu Administrasi Publik FIA Universitas Brawijaya, Vol. 4 No. 2 2018).
28. Local Political Democratization Policy: Voter Participation in The Direc Regional Head Election (Jurnal Sosial dan Politik UGM, Vol. 22 No. 1 Juli 2018).
29. POLITIK HUKUM KELUARGA ISLAM DI ARAS LOKAL: Analisis Terhadap Kebijakan Pendewasaan Usia Perkawinan di NTB (Jurnal Al- Ahwal UIN Sunan kalijaga Yogyakarta, Vol. 11 No. 1 2018).
30. Local Community Resistance in Lombok Against Tourism Development Policy (Jurnal Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik Universitas Airlangga, Vol. 32 No. 1 Maret 2019).
31. Capitalization of Tourism Development Policy in Lombok West Nusa Tenggara Indonesia (Jurnal Ilmiah Peuradeun: *The International Journal of Social Sciences*, Vo. 7 No. 3 2019).
32. Seni Mengelola Dakwah (Buku, Penerbit: Sanabil, 2018).
33. Politisasi Kebijakan Pengembangan Kawasan Pariwisata: Relasi Kekuasaan Aktor Politik Lokal (Buku, Penerbit: Sanabil, 2019).
34. Dinamika Perumusan Kebijakan Publik (Buku, Penerbit: Sanabil, 2019).

VII. Pengalaman Workshop/Pelatihan

1. Pelatihan Tenaga Kependidikan (IAIN Mataram, 2005).
2. Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah (Jurnal Ulumuna IAIN Mataram, 2006).
3. Diklat Tenaga Kependidikan Dosen (Badiklat Keagamaan Denpasar, 2006).
4. Workshop Pengembangan Kurikulum dan Bahan Ajar (IAIN Mataram, 2007).

5. Workshop Metode Penelitian Gender (PSW IAIN Mataram, 2007).
6. Diklat Metode Penelitian Tenaga Kependidikan Dosen (Badiklat Keagamaan Denpasar, 2007).
7. Lokakarya Manajemen Berkala Ilmiah (DP2M Dikti Depdiknas di Jakarta, 2007).
8. Lokakarya Manajemen Berkala Ilmiah (DP2M Dikti Depdiknas di Makassar, 2007).
9. Lokakarya Peningkatan Mutu Jurnal Ilmiah (Dirjen PTAI Kemenag di Mataram, 2007).
10. Workshop Anti Kekerasan Dalam RumahTangga (LKBH IAIN Mataram, 2007).
11. Workshop Pengembangan Program UIN/IAIN/STAIN (CIDA & UIN Jogjakarta, 2007).
12. Pelatihan Review Jaminan Mutu Pendidikan Tinggi (IAIN Mataram, 2009).
13. Pelatihan Auditor Internal Mutu Perguruan Tinggi (LPMP IAIN Mataram, 2012).
14. Workshop Dosen Wali IAIN Mataram (Program PIU ISDB IAIN Mataram, 2013).
15. Workshop Pengembangan Kurikulum di Universitas Islam Internasional Malaysia Tahun 2013.
16. Pelatihan Asesor BAP-Sekolah/Madrasah NTB (Dikpora NTB, 2015).
17. Pelatihan Bahasa Inggris di IALF Surabaya (Program ISDB IAIN Mataram, 2015).
18. Workshop Penyusunan Kurikulum Berbasis KKNI (Pasca Sarjana IAIN Mataram, 2017).
19. Pelatihan BKD On-Line (LPM UIN Mataram, 2017).
20. Workshop Peningkatan Kapasitas Peneliti, Pengabd, Dan Pembimbing KKP (LP2M UIN Mataram, 2017).
21. Workshop Sistem Akreditasi Perguruan Tinggi On-line (SAPTO) (Lembaga Penjamin Mutu UIN Mataram, 10 September 2017).

22. Workshop Verifikator Author Sinta di Tangerang Tahun 2018.
23. Workshop E-Learning in Hight Education di Jagannath International Management School India Tahun 2018.

VIII. Pengalaman Seminar

1. Seminar Nasional, Islam di Amerika dan Hubungan Antaragama (Peserta, Mediasi Center IAIN Mataram, 2005).
2. Seminar Nasional, Islam dan Kebangsaan (Peserta, PPIM UIN Jakarta, 2007).
3. Seminar Nasional, Pengembangan Fakultas Dakwah (Peserta, FDK IAIN Mataram, 2007).
4. Seminar Nasional, Menyoal Ulang Arah Reformasi (Peserta, MAP UGM, 2008).
5. Seminar Internasional, Toward A New Paradigm of Islamic Agenda For Human Development (Peserta, IAIN Mataram, 2013).
6. Perizinan Yang Rawan Penyelewengan (Narasumber, TVRI NTB, 18 Oktober 2016).
7. Seminar Internasional, Qur'anic, Higher Education, Islamic Civilization (ISDB IAIN Mataram, 8 Desember 2016).
8. Pelayanan Publik Pada Rumah Sakit (Narasumber, TVRI NTB, 9 Desember 2016).
9. Seminar Nasional, NTB Sebagai Corong Pariwisata Nusantara (Pemakalah, LPDP NTB, 16 Desember 2016).
10. *Second Annual International Conference* (Peserta, Ulumuna Journal, 11 Maret 2017).
11. Wacana Pemotongan Zakat ASN Dalam Perspektif Kebijakan Publik (Narasumber, Lombok TV, 15 Februari 2018).
12. *Third Annual International Conference* (Peserta, Ulumuna Journal, 7 April 2018).

13. *Annual International Conference Islamic Studies* (Speaker, Kemenag RI, Palu, 17-21 September 2018).
14. *Annual Conference Research Proposal* (Speaker, Diktis Kemenag RI, Jakarta, 25-27 Maret 2019).
15. *The 1st International Conference on Tourism and Entrepreneurship* (Speaker, Belitung, 24-25 October 2019).

Demikian keterangan dalam biodata ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Mataram, 3 Maret 2020

Dr. Winengan, M. Si
Nip. 197612312005011007

Buku ini akan mencoba menguraikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan seputar keberadaan pariwisata halal yang sedang digalakkan di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Buku yang ada di tangan para pembaca ini merupakan hasil penelitian empiris yang dilakukan penulis pada tahun 2017 dengan sumber pembiayaannya berasal dari anggaran DIPA UIN Mataram. Inisiasi penulisan buku ini, selain untuk mengaktualisasikan amanah tri dharma perguruan tinggi, juga menjadi media informasi untuk menambah wawasan masyarakat tentang pariwisata halal. Akhirnya, semoga kehadiran buku ini bermanfaat dan dengan terbuka penulis akan menerima kritikan dan masukan konstruktif untuk kesempurnaan penulisannya. Wassalam.



UIN MATARAM PRESS
GEDUNG RESEARCH CENTER LIT 1 - KAMPUS II UIN MATARAM
Jl. Gajah Mada No. 100 Jempang Baru - Mataram

ISBN 978-623-95282-7-0



9 786239 528270