

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIS PARIWISATA INDONESIA

ABDUL RACHMAN

abdul@stes.isvill.ac.id, Telephon: +6281519991499

STES Islamic Village
Kota Tangerang, Banten 15810 Indonesia

ABSTRAK

Menurut data Sofyan Hospitality' Analysis dari World Travel Tourism Council (WTTC) bahwa bisnis pariwisata halal di Indonesia mendatangkan devisa negara sebesar 11,9 miliar dolar AS. Jumlah tersebut masih dibawah Singapura sebesar 16 miliar dolar AS dan Malaysia sebesar 15 miliar dolar AS dan Thailand mampu mendulang keuntungan dari bisnis wisata halal sebesar 47,4 miliar dolar AS. Sangat ironis memang bila dibandingkan dengan mayoritas jumlah penduduk Indonesia adalah muslim dan termasuk salah satu negara yang berpenduduk muslim terbesar di dunia. Namun, pendapatan bisnis pariwisata halal masih tergolong kecil dibandingkan dengan negara minoritas muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata halal di Indonesia sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnis pariwisata di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kepustakaan (library research), yuridis normatif terkait regulasi dan kebijakan pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan menganalisis, menelaah dan mengeksplorasi beberapa laporan hasil kajian, undang-undang, peraturan daerah, jurnal, buku dan dokumen lainnya yang relevan dengan penelitian ini. Temuan penelitian ini adalah terdapat beberapa strategi yang telah dibuat dan dilaksanakan dalam meningkatkan daya saing bisnis pariwisata namun masih terdapat kelemahan yang harus diperbaiki dan dilengkapi untuk memperkuat strategi yang telah dijalankan.

Keyword: strategi, pariwisata halal, daya saing

1. Pendahuluan

Indonesia menjadi negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia dengan total jumlah penduduk 255.461.700 jiwa pada tahun 2015 (BPS, 2018). Sedangkan jumlah penduduk dunia (2013) adalah 7.021.836.029. Sebaran jumlah penduduk di dunia menurut agama adalah Islam 22.43%, Kristen Katolik 16.83%, Kristen Protestan 6.08%, Orthodox 4.03%, Anglikan 1.26%, Hindu 13.78%, Buddhist 7.13%, Sikh 0.36%, Jewish 0.21%, Baha'i 0.11%, Lainnya 11.17%, Non Agama 9.42%, dan Atheists 2.04% (www.30 days.net).(Republika, 2018) Bahkan prediksi lembaga kajian Amerika Serikat *Pew Research Center* menyatakan bahwa Islam akan menjadi agama terbesar di dunia karena merupakan kelompok Agama dengan pertumbuhan paling pesat di dunia (Republika, 2014). Ini mengindikasikan bahwa populasi umat Islam di dunia akan menjadi populasi terbesar yang dapat mempengaruhi dalam segala macam aktivitas ekonomi syariah termasuk menjadi konsumen terbesar.

Islam merupakan agama yang memiliki penganut terbesar di dunia yang memiliki keistimewaan dalam semua aspek kehidupan. Islam tidak hanya berbicara masalah ibadah solat, puasa, zakat dan lain sebagainya. Islam juga berbicara semua aspek kehidupan mulai hukum, psikologi, politik, budaya, sosial bahkan ekonomi.(Majid, 2016). Dalam persoalan ekonomi, Islam sejak awal telah menghadirkan berbagai macam akad/kontrak dalam bisnis, seperti mudharabah, murabahah, musyarakah, rahn, takaful dan lain sebagainya yang saat ini telah diadopsi dalam dunia perbankan dan keuangan syariah. Begitupula, dalam muamalah, Islam telah lebih dahulu menjelaskan kewajiban bagi umat Muslim untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal dan tayyib (baik). Perintah ini sudah ada sejak Al-Quran diturunkan kepada Nabi Muhammad saw. Islam juga mengajarkan tentang pariwisata religi yang telah ada sejak dahulu yaitu Ibadah Haji dan Ibadah Umrah ke Baitullah. Bahkan saat ini, pariwisata religi yang telah ada dikembangkan lebih luas dengan konsep pariwisata halal yang dapat mengakomodir wisatawan muslim dan non muslim.(Jafari & Scott, 2014)

Saat ini, pariwisata halal banyak dijalankan oleh negara muslim dan non muslim. Bahkan menurut Battour bahwa Pariwisata Halal adalah bidang penelitian baru bagaimana membuat destinasi pariwisata bukan hanya untuk Muslim saja melainkan untuk non-Muslim juga.(Battour & Ismail, 2016). Salah satu tujuan Pariwisata Halal adalah untuk meningkatkan daya saing bisnis pariwisata karena potensi pasar Pariwisata Halal sangat pesat.(Battour dkk., 2017). Menurut Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2016, jumlah total kedatangan wisatawan Muslim mencapai angka 117 juta pada tahun 2015. Angka tersebut diperkirakan akan terus tumbuh hingga 168 juta wisatawan pada tahun 2020 dengan total nilai pengeluaran di atas US\$ 200 miliar atau Rp. 2,6 triliun (cnnindonesia, 2016). Pangsa pasar wisatawan muslim di dunia sangatlah besar sehingga membuat beberapa negara Muslim dan non Muslim menjalankan konsep pariwisata halal serta menyediakan sarana Pariwisata Halal untuk menggaet para wisatawan muslim tersebut.(Samori dkk., 2016) Pariwisata halal di Indonesia menurut data *Sofyan Hospitality' Analysis dari World Travel Tourism Council* (WTTC) dapat mendatangkan devisa negara sebesar 11,9 miliar dolar AS. Namun, jumlah tersebut masih dibawah Singapura sebesar 16 miliar dolar AS dan Malaysia sebesar 15 miliar dolar AS dan Thailand mampu mendulang keuntungan dari bisnis wisata halal sebesar 47,4 miliar dolar AS. Sangat ironis memang bila dibandingkan dengan mayoritas jumlah penduduk Indonesia adalah muslim dan termasuk salah satu negara yang berpenduduk muslim terbesar di dunia. Namun, pendapatan bisnis pariwisata halal masih tergolong kecil dibandingkan dengan negara minoritas muslim.

Secara garis besar bahwa kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) bagi Indonesia meningkat dari 9 persen pada tahun 2014 menjadi 15 persen pada tahun 2019. Bahkan devisa negara meningkat dari Rp. 140 triliun pada tahun 2014 meningkat mencapai Rp. 280 triliun pada 2019. Pariwisata juga memberikan kontribusi bagi lapangan pekerjaan dan memberikan dampak positif dari 11 juta pada tahun 2014 menjadi 13 juta pada tahun 2019. Indeks daya saing pariwisata Indonesia juga meningkat dari peringkat ke 70 pada tahun 2014 menjadi peringkat 30 pada tahun 2019. Jumlah kedatangan turis juga meningkat dari 9,4 juta wisatawan masuk pada tahun 2014 menjadi 20 juta wisatawan pada 2019.(Fatkurrohman, 2017). Potensi kontribusi pariwisata secara nasional sangat besar sehingga untuk dapat memberikan dampak positif bagi semua sektor perekonomian. Oleh karena itu, untuk menambah kontribusi tersebut diperlukan pengembangan pariwisata halal di Indonesia untuk mengambil pangsa pasar wisatawan mancanegara. Pariwisata Halal adalah salah satu sektor industri halal yang menjadi alternatif bagi industri pariwisata di Indonesia yang menjadi trend bagi industri ekonomi Islam secara global.(Jaelani, 2017)

Pariwisata Halal merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki pangsa pasar besar karena didukung oleh jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia.(Oktadiana dkk., 2016) Sedangkan Indonesia merupakan salah satu negara mayoritas Muslim di antara negara-negara

Muslim lainnya yang menjadi pasar industri Pariwisata Halal terbesar di dunia. Pariwisata halal juga jika dikembangkan secara berkelanjutan akan memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pelaku yang terlibat didalamnya.(Nugraha, 2018) Menurut Zulkifli dalam Akyol & Kilinç, pasar halal diklasifikasikan kedalam 3 (tiga) kategori yaitu: makanan, gaya hidup (kosmetik, tekstil, dll), dan pelayanan (paket wisata, keuangan, transportasi).(Widawati & Setiyorini, 2014) Menurut Inskeep, terdapat beberapa komponen pengembangan pariwisata yang berkaitan dengan pendekatan perencanaan pariwisata, yaitu atraksi wisata; akomodasi; fasilitas dan pelayanan wisata lainnya; transportasi; infrastruktur; serta elemen institusi.(Inskeep Edward, 1991)

Peluang dan potensi pariwisata halal di Indonesia sangatlah besar dan dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional terutama bagi wisatawan Muslim mancanegara.(Hernanda, 2018). Indonesia sudah saatnya menjadi *pionir* dalam sektor Pariwisata Halal (Halal Tourism) karena didukung beberapa faktor di antaranya adalah mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam yang moderat dan dengan penuh toleransi antar sesama. Bahkan Prof. Azyumardi Azra memandang Islam Indonesia sebagai —Islam with a smiling face”yang penuh damai dan moderat (Prasetiawati, 2017). Indonesia memiliki banyak kekayaan alam yang mendukung destinasi pariwisata halal, seperti Provinsi Nusa Tenggara Barat, Provinsi Sumatera Barat, Provinsi Aceh, Provinsi Banten, Provinsi Jawa Timur dan masih banyak provinsi dan kota lainnya yang memiliki atraksi dan destinasi luar biasa dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Hal ini sudah terbukti bahwa Indonesia dapat memenangi dalam ajang *The World Halal Travel Summit & Exhibition 2015* dengan mendapatkan tiga penghargaan sekaligus yaitu *World Best Family Friendly Hotel*, *World Best Halal Honeymoon* dan *World Best Halal Destination*. Dengan demikian, diperlukan akselerasi secara komprehensif dengan menggunakan strategi-strategi untuk dapat mengembangkan pariwisata halal sehingga dapat memiliki daya saing dibandingkan dengan beberapa negara non muslim lainnya. Dengan adanya peningkatan daya saing maka akan meningkatkan devisa negara lebih besar lagi.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Konsep Pariwisata Halal di Indonesia

Pariwisata Halal merupakan segmen pasar yang berkembang pesat (Battour & Ismail, 2014). Konsep Pariwisata Halal diterapkan tidak hanya di negara-negara Muslim tetapi secara global, negara-negara non-Muslim seperti Australia, Taiwan, Korea, Jepang, Thailand dan negara-negara di Eropa.(Barbara Ruiz-Bejarano, 2017) Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling cepat perkembangannya di dunia. Pariwisata juga merupakan sumber utama pendapatan devisa bagi banyak negara berkembang. Pariwisata telah menjadi industri besar yang memiliki banyak dampak yang dapat dirasakan dan dilihat di seluruh dunia dan yang mempengaruhi semua bentuk kehidupan. Halal merupakan konsep baru dalam industri pariwisata. Dengan demikian, ada kebutuhan untuk mengembangkan lebih banyak produk dan layanan Pariwisata Halal untuk melayani pasar yang dinamis dan berkembang saat ini. (Chookaew dkk., 2015).

Ekonomi Islam merupakan bagian penting dari perekonomian global. Dalam Ekonomi Islam terdapat beberapa sektor yang telah meningkat secara signifikan, diantaranya adalah perbankan syariah, keuangan Islam, asuransi syariah, fintech syariah, produk halal meliputi fashion, obat-obatan, kuliner, kosmetik dan pariwisata. Perkembangan sektor pariwisata halal sangat signifikan di beberapa negara termasuk di Indonesia. Untuk mengejar ketertinggalannya dalam sektor pariwisata halal, Kementerian Pariwisata mengembangkan pariwisata syariah meliputi empat jenis komponen usaha pariwisata, yaitu perhotelan, restoran, biro atau jasa

perjalanan wisata, dan spa. Selain itu, Kementerian Pariwisata juga mempersiapkan beberapa daerah untuk dijadikan sebagai destinasi pariwisata halal, yaitu terdapat 13 (tiga belas) provinsi, diantaranya adalah Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali (IndonesiaTravel, 2013). Wilayah tersebut ditentukan berdasarkan kesiapan sumber daya manusia, budaya masyarakat, produk wisata daerah, serta akomodasi wisata.

Indonesia merupakan negara mayoritas Muslim yang menerapkan konsep Pariwisata Halal. Penerapan tersebut tentunya masih tertinggal dengan negara tetangganya yaitu Malaysia. Namun demikian, implementasi Pariwisata Halal di Indonesia dapat dikategorikan sangat agresif karena hanya beberapa tahun sudah memenangkan beberapa perlombaan di World Halal pada tahun 2015 dan 2016. Bahkan pada tahun 2019, Indonesia dapat menyamai kedudukannya dengan Malaysia pada peringkat pertama versi GMTI (Global Muslim Travel Index) 2019.(Kemenkeu, 2019) Implementasi konsep Pariwisata Halal telah dijalankan di beberapa daerah, di antaranya adalah Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pariwisata Halal di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat telah menjadi *trend* dalam ajang promosi sektor pariwisata di Indonesia.(Abral, 2017) Pulau Lombok atau juga disebut Pulau Seribu Masjid, telah mendapatkan predikat World Halal Travel Awards sebagai destinasi wisata paling halal sedunia pada tahun 2015 dan 2016.(Republika, 2018) Pariwisata Halal menjadi branding bagi pertumbuhan pariwisata di Lombok sehingga dapat berkembang secara agresif.

Dalam rangka mengembangkan pariwisata halal diperlukan tahapan-tahapan strategi untuk dapat menjangkanya sehingga terealisasi dengan baik. Sebelum berbicara tahapan-tahapan tersebut perlu kiranya mengetahui definisi strategi pengembangan pariwisata halal. Secara etimologi, kata "strategi" menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Artinya bahwa strategi merupakan rencana yang cermat terkait dengan tahapan-tahapan dalam mengembangkan pariwisata halal di Indonesia. Sedangkan pariwisata adalah suatu kegiatan yang memiliki dampak dinamis yang luas dimana berbagai usaha dapat tercipta melalui kegiatan pariwisata. Selain itu, pariwisata halal dapat diartikan sebagai kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenpar, 2012). Menurut *President Islamic Nutrition Council of America*, Muhammad Munir Caudry, yang dimaksud dengan pariwisata halal adalah merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”.

Sedangkan istilah Halal secara bahasa arab berasal dari akar kata *الحل* yang artinya (الإباحة) artinya berarti lepas atau tidak terikat atau sesuatu yang dibolehkan menurut syariat. Dalam kamus fiqih, kata halal dipahami sebagai segala sesuatu yang boleh dikerjakan atau dimakan. Pengertian ini umumnya berhubungan dengan masalah makanan dan minuman. Ulama kontemporer, Yusuf al-Qaradhawî memberikan definisi halal sebagai sesuatu yang dengannya terurailah buhul yang membahayakan dan Allah memperbolehkan untuk dikerjakan. Secara istilah, berarti setiap sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau sesuatu perbuatan yang dibebaskan syariat untuk dilakukan.”

Berdasarkan pengertian di atas yang telah dijelaskan bahwa maksud strategi pengembangan pariwisata halal adalah rencana yang cermat terkait pengembangan pariwisata yang memenuhi ketentuan syariah (halal).(Vargas-Sánchez & Perano, 2017) Namun demikian, terminologi pariwisata halal juga berbeda-beda dari segi penggunaan nama di beberapa negara, ada yang menggunakan istilah *Islamic Tourism, Halal Friendly Tourism Destination, Halal*

Travel, Muslim-Friendly Travel Destinations, halal lifestyle, dan lain-lain. (Nisa & Sujono, 2017) Pelabelan pariwisata halal juga masih dalam perdebatan apakah pariwisata halal, wisata syariah, wisata Islam, wisata religi atau wisata universal. Namun demikian, secara substansi dari pariwisata halal itu sendiri tidak ada sebuah perdebatan dan yang masih menarik untuk dikaji lebih mendalam adalah implementasi pariwisata halal yang memerlukan teori pendekatan sehingga akan didapati bahwa pariwisata halal dapat dijalankan bersandingan dengan kearifan lokal termasuk budaya daerah dan lain sebagainya. Bahkan Yustati mengatakan bahwa kondisi Pariwisata Halal di Indonesia masih belum maksimal. (Yustati dkk., 2018) Oleh sebab itu, perlu adanya konsep Pariwisata Halal yang dapat mengakomodir nilai-nilai prinsip syariah dan ekonomi sesuai dengan kebudayaan dan kearifan lokal suatu daerah. Walaupun terdapat perbedaan, tidak dipungkiri bahwa pariwisata adalah salah satu sektor yang tumbuh paling cepat dan efektif untuk investasi. (Subarkah, 2018)

3. Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia

Pengembangan pariwisata halal di Indonesia membutuhkan strategi untuk dapat melaksanakan program-program yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata. Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata membentuk Tim Percepatan dan Pengembangan Pariwisata Halal (TP3H) untuk mengakselerasi pengembangan pariwisata halal di Indonesia sekaligus mengintegrasikan promosi pariwisata halal ke dalam program pariwisata nasional. Adanya pariwisata halal di Indonesia akan memberikan dampak positif yang secara tidak langsung terkait dengan kegiatan pariwisata, seperti; usaha penyedia BBM, usaha penyedia bahan makanan, seperti sayur mayur, buah-buahan, bahan pokok untuk restoran, usaha perabot interior untuk hotel, usaha penyedia bahan properti untuk atraksi seni budaya, usaha penyedia bahan baku pembuatan cenderamata, usaha penukaran uang (*money changer*), usaha penyedia obat-obatan (*drug store*), dan masih banyak bidang bisnis yang akan muncul akibat adanya pariwisata halal guna memenuhi kebutuhan wisatawan.

Pariwisata halal memberikan banyak keuntungan. Adanya konsep halal dalam pariwisata dapat dipandang dari dua perspektif, pertama adalah perspektif agama yaitu sebagai hukum sebuah produk sehingga konsumen muslim mendapat hak untuk mengonsumsi produk sesuai keyakinannya termasuk didalamnya mengenai produk traveling yang mencakup kuliner, hotel dan lain sebagainya. Dengan adanya sertifikasi¹ halal pada pariwisata maka akan membawa konskuensi adanya perlindungan konsumen muslim. Dengan mengonsumsi produk halal maka konsumen muslim telah menaati apa yang menjadi perintah agama Islam. Kedua adalah perspektif industri. Bagi produsen pangan, konsep halal ini dapat ditangkap sebagai suatu peluang bisnis. Potensi pariwisata halal di Indonesia sangatlah besar sehingga menjadi peluang bagi para pengusaha untuk dapat mengembangkan produk-produk halal yang berhubungan dengan pariwisata.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Pariwisata Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menyimak serta mencatat informasi penting tentang Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. Informasi tersebut dianalisis dengan cara reduksi data, display data dan gambaran kesimpulan tentang permasalahan Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian Pustaka dengan pendekatan analysis content, penelitian pustaka didefinisikan sebagai studi yang mempelajari berbagai buku referensi serta

hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti.

5. Hasil dan Pembahasan

Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia mendapat perhatian khusus sehingga hanya selang beberapa tahun, Indonesia dapat meraih peringkat pertama untuk wisata halal dunia versi Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2019. Menurut CEO CrescentRating dan HalalTrip, Fazal Bahardeen bahwa Indonesia meraih peringkat satu bersama Malaysia. Hasil tersebut merupakan perjuangan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang dinahkodai oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya. Perjuangannya dalam menumbuhkembangkan Pariwisata Halal di Indonesia sangat terasa sehingga dapat membawa Indonesia dalam posisi teratas GMTI setelah lima tahun sejak pertama bergabung dengan GMTI. Ini merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing Pariwisata Halal di Indonesia sehingga Indonesia sebagai yang teratas di pasar wisata halal dunia. Ini merupakan salah satu pencapaian terbesarnya karena telah berhasil meraih posisi paling prestisius dalam kancah wisata halal global. Capaian ini dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan Pariwisata Halal di Indonesia bahkan di beberapa daerah yang telah ditetapkan destinasi seperti Lombok. Wisatawan yang datang merasa puas dengan pelayanan yang ada sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan target kedatangan wisatawan lainnya.(Rahmiati dkk., 2019).

Sektor pariwisata ternyata merupakan kegiatan ekonomi yang menjadi andalan dan potensial bagi pembangunan untuk beberapa negara.(Erianjoni dkk., 2018) Pariwisata memiliki pengaruh pada urusan ekonomi, budaya dan politik. Pariwisata juga dapat menciptakan pekerjaan dan merangsang investasi ekonomi sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan terutama bagi masyarakat lokal yang menjadi tempat destinasi wisata.(Tavallae dkk., 2014) Salah satu sektor dalam dunia pariwisata yang baru adalah Pariwisata Halal. Keberadaan Pariwisata Halal menjadi daya tarik bagi pasar wisatawan dunia sehingga dikembangkan bukan saja oleh negara Muslim melainkan negara-negara non Muslim. Mengingat Pariwisata Halal dikembangkan di beberapa negara maka Indonesia perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk menjadikan Pariwisata Halal sebagai salah satu promotor dalam mendorong pertumbuhan pariwisata secara nasional. Oleh karena itu, dalam rangka pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia, diperlukan beberapa strategi untuk menciptakan daya saing bisnis pariwisata. Menurut Riyanto Sofyan yang pernah menjabat Ketua Tim Percepatan Pariwisata Halal bahwa dalam rangka meningkatkan wisatawan asing Muslim terdapat tiga strategi yang difokuskan, yaitu promosi dan pemasaran, pengembangan destinasi dan kelembagaan, pelaku industri dan pelatihan lokakarya.(Republika, 2016)

Diagram 1.0 Strategi Pengembangan Pariwisata Halal



Sumber: Republika, 2016

Industri Pariwisata Halal di Indonesia sangat besar peluangnya karena Indonesia memiliki banyak potensi baik dari segi atraksi (daya tarik alam) dengan jumlah ribuan pulau serta daerah-daerah yang memiliki keindahan alam. Indonesia juga didukung berbagai elemen dalam mengembangkan Pariwisata Halal sehingga dapat menembus pasar wisata halal dunia. Namun demikian, pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia masih terkendala dari segi regulasi, kelembagaan, sosialisasi, kebijakan, penataan destinasi dan lain sebagainya bahkan terdapat beberapa daerah yang menolak keberadaan Pariwisata Halal di Indonesia seperti Sumatera Utara, Bali, Labuan Bajo dan lain sebagainya. Indonesia walaupun mayoritas penduduknya Muslim namun Indonesia merupakan negara yang memiliki beranekaragam suku, budaya, agama dan bercirikan pluralistik baik dari segi wilayah maupun komposisi sosial-masyarakat. (www.dw.com, 2021). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk dapat mengintegrasikan antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, pelaku usaha, asosiasi, tokoh masyarakat, dan stakeholder lainnya dalam mengembangkan Pariwisata Halal di Indonesia. (Sayekti, 2020) Berikut beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan Pariwisata Halal di Indonesia;

6. Strategi Pemetaan, Asesmen, dan Analisa Daya Saing Pariwisata Halal

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak faktor pendukung dalam mengimplementasikan pariwisata halal. Salah satu faktornya adalah penduduk mayoritas adalah umat Islam. Agama Islam memerintahkan umatnya untuk mengkonsumsi perkara halal dalam kehidupannya termasuk pariwisata halal yang didalamnya terdapat kuliner, spa dan hotel. (Mathew dkk., 2014) Dengan demikian, pariwisata halal dapat diterapkan dengan mudah karena ada unsur ajaran agama Islam. Faktor berikutnya adalah sikap toleransi dan keramahan rakyat Indonesia mayoritas muslim terhadap wisatawan. Ini membuat para wisatawan merasa aman dan nyaman sehingga value-value pariwisata halal dapat dijalankan dengan baik. Faktor lainnya adalah beragamnya destinasi pariwisata halal yang terdiri dari berbagai macam

kebudayaan, pantai, bahkan tempat wisata lainnya yang penuh dengan keindahan.(Sayekti, 2020) Faktor-faktor tersebut merupakan beberapa poin yang dapat memetakan eksistensi Indonesia dalam mengimplementasikan pariwisata halal sehingga dapat berdaya saing dengan negara-negara lainnya. Indonesia merupakan salah satu destinasi pariwisata halal yang banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Hal ini berdasarkan hasil laporan lembaga riset dan pemeringkat industri pariwisata halal Crescentrating bersama MasterCard, Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015.

Tabel 1.0 Sepuluh Besar Negara Tujuan Organization of Islamic Cooperation

| Peringkat | Destinasi OIC | Skor | Destinasi Non-OIC | Skor |
|-----------|------------------|------|----------------------|------|
| 1 | Malaysia (1) | 83,8 | Singapura (9) | 65,1 |
| 2 | Turki (2) | 73,8 | Thailand (20) | 59,2 |
| 3 | UEA (3) | 72,1 | Inggris (25) | 55,0 |
| 4 | Saudi Arabia (4) | 71,3 | Afrika Selatan (30) | 51,1 |
| 5 | Qatar (5) | 68,2 | Perancis (31) | 48,2 |
| 6 | Indonesia (6) | 67,5 | Belgia (32) | 47,5 |
| 7 | Oman (7) | 66,7 | Hongkong (33) | 47,5 |
| 8 | Jordania (8) | 66,4 | Amerika Serikat (34) | 47,3 |
| 9 | Moroko (9) | 64,4 | Spanyol (35) | 46,5 |
| 10 | Brunei (10) | 64,3 | Taiwan (36) | 46,2 |

Dengan menjadi sepuluh besar negara tujuan pariwisata, Indonesia membuat akselerasi dalam mengembangkan pariwisata halal untuk memanfaatkan peluang dan potensi pariwisata halal tersebut, yaitu dengan membentuk Tim Percepatan Pengembangan Wisata Halal Kementerian Pariwisata yang memiliki tugas untuk mengkaji dan menganalisis beberapa destinasi dan industri pariwisata yang masuk nominasi dari segi profile, key achievement, dan unique characteristic. Terdapat 113 destinasi dan industri pariwisata yang terjaring dalam Kompetisi Pariwisata Halal 2016 Tingkat Nasional Kementerian Pariwisata. Ini merupakan salah satu bentuk strategi pemetaan, assement dan daya saing pariwisata halal di Indonesia.

Dalam penilaian yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata mengacu kepada standar internasional yang dipakai oleh dunia untuk membuat penilaian. Salah satu aspek penilaian adalah profil. Penilaian dilakukan pada profil destinasi atau usaha serta komitmen dan kepatuhan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim yang dinilai, termasuk penilaian profil adalah tentang sertifikasi halal untuk produk makanan dan minuman, penyediaan fasilitas kemudahan untuk beribadah dan komitmen yang tergambar dalam kebijakan, struktur organisasi, kepemimpinan, juga sistem operasional. Sedangkan aspek penilaian lainnya adalah key achievements. Penilaiannya terhadap gambaran performa destinasi atau usaha, data pasar dan perkembangannya, capaian dan target pasar, kepuasan konsumen, kinerja keuangan, sistem prosedur serta pembinaan Sumber Daya Manusia (SDM). Untuk aspek unique characteristics yang dinilai adalah inovasi dan terobosan produk dan pelayanan yang diberikan harus sesuai pada komitmen pemenuhan kebutuhan wisatawan muslim. Selain mengadakan kompetisi pariwisata halal tingkat nasional, Kementerian Pariwisata juga telah menetapkan tiga daerah yang menjadi destinasi wisata halal yakni Nusa Tenggara Barat, Aceh dan Sumatera Barat (Kemenpar, 2016).

Strategi Pemetaan, Asesment dan Daya saing pariwisata halal di Indonesia berjalan dengan baik karena adanya keseriusan dari Pemerintah Pusat dalam hal ini adalah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mengejar ketertinggalannya dari beberapa negara tetangga dalam mengembangkan pariwisata halal. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil laporan lembaga riset dan pemeringkat industri pariwisata halal Crescentrating bersama MasterCard, Global Muslim Travel Index (GMTI) 2016 yang menempatkan Indonesia menjadi posisi ke empat besar di dunia, yang sebelumnya berada diposisi keenam, artinya dalam satu tahun, Indonesia dapat menaikkan ratingnya dua poin.(Sayekti, 2020) Ini adalah kemajuan yang harus diapresiasi sehingga Indonesia dapat menduduki posisi teratas yang saat ini masih dipegang oleh Malaysia.

Tabel 1.1 Sepuluh Besar Negara Tujuan Organisation of Islamic Cooperation (OIC) dan Non-OIC dalam Global Muslim Travel Index (GMTI) 2016

| Peringkat | Destinasi OIC | Skor | Destinasi Non-OIC | Skor |
|-----------|------------------|------|----------------------|------|
| 1 | Malaysia (1) | 81,9 | Singapura (8) | 68,4 |
| 2 | UEA (2) | 74,7 | Thailand (20) | 59,5 |
| 3 | Turki (3) | 73,9 | Inggris (21) | 59,0 |
| 4 | Indonesia (4) | 70,6 | Afrika Selatan (30) | 53,1 |
| 5 | Qatar (5) | 70,5 | Hongkong (31) | 53,0 |
| 6 | Saudi Arabia (6) | 70,4 | Perancis (31) | 51,6 |
| 7 | Oman (7) | 70,3 | Taiwan (33) | 50,1 |
| 8 | Moroko (8) | 68,3 | Jepang (34) | 49,1 |
| 9 | Jordania (9) | 65,4 | Srilanka (35) | 49,0 |
| 10 | Bahrain (10) | 63,3 | Amerika Serikat (36) | 48,9 |

6.1 Strategi Regulasi dan Kebijakan Pariwisata Halal

Secara implementasi pariwisata halal, Indonesia sudah melakukan namun tidak diiringi dengan undang-undang atau peraturan menteri yang mengatur tentang standarisasi pariwisata halal sehingga menyulitkan bagi para pelaku bisnis wisata menjelaskan definisi pariwisata halal di Indonesia kepada wisatawan asing. Namun demikian, terdapat undang-undang lain yang mendukung dan menopang perkembangan pariwisata halal, yaitu adanya undang-undang nomor 33 tahun 2014 jaminan produk halal. Undang-undang tersebut hanya membicarakan tentang produk makanan, kosmetik, farmasi dan lainnya tidak membahas tentang pariwisata halal. Tersedianya berbagai produk halal yang dapat menunjang pertumbuhan pariwisata halal. Hal ini ditandai dengan meningkatnya konsumsi produk halal, seperti bertambahnya jumlah perbankan syariah. Indek kesadaran produk halal yang berkisar 70% pada 2009 meningkat menjadi 92% pada 2010, serta jumlah produk bersertifikat halal naik 100% dalam kurun waktu 2009-2010 (LPPOM-MUI, 2011). Data sertifikasi MUI menunjukkan, pada 2013 ada 32.009 produk bersertifikat halal, pada 2014 jumlahnya naik menjadi 40.765 produk, lalu menjadi 52.669 produk pada 2015. Dari akhir 2015 hingga Mei 2016, sudah ada 20.008 produk yang menerima sertifikat halal MUI.

Salah satu Provinsi yang sudah mengimplementasikan pariwisata halal dan membuat peraturan daerah adalah Nusa Tenggara Barat (NTB). Perda No. 2 Tahun 2016 dibuat untuk melegalisasi dan menjelaskan standarisasi pariwisata halal. Nusa Tenggara Barat (NTB) menjadi provinsi pertama di Indonesia yang memiliki Perda Pariwisata Halal. Perda itu mengatur berbagai jenis wisata halal, dari spa, sauna hingga pramuwisata. Dalam perda tersebut juga dijelaskan bahwa ruang lingkup pengaturan Pariwisata Halal meliputi destinasi, pemasaran dan promosi, industri, kelembagaan, pembinaan, pengawasan dan pembiayaan. Pengelola destinasi pariwisata halal harus membangun fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan halal, seperti tempat dan perlengkapan ibadah wisatawan Muslim, serta fasilitas bersuci yang memenuhi standar syariah. (Nararya & Pranggono, 2017)

Secara kebijakan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sudah mencanangkan beberapa provinsi yang dijadikan sebagai destinasi pariwisata halal. Terdapat tiga provinsi yang diikutsertakan dalam perlombaan world halal di Dubai dan dapat memenangkan perlombaan tersebut. Namun demikian, menyadari masih kurangnya regulasi mengenai pariwisata halal, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi melakukan penandatanganan kesepakatan bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada Desember 2013. Hal ini dilakukan untuk dapat mendorong pariwisata halal tumbuh dan berkembang di Indonesia. Selain itu, menyiapkan regulasi dan kebijakan sangat urgen dilakukan oleh Pemerintah Pusat dan Daerah karena regulasi tersebut yang akan melegalkan segala kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pariwisata halal, seperti segera dibuatkan UU tentang Pariwisata Halal atau peraturan pemerintah, atau peraturan menteri yang mengakomodir segala kebijakan tentang pariwisata halal.

6.2 Strategi Penyusunan Renstra (Rencana Strategis) Pariwisata Halal

Rencana Strategis Pariwisata Halal di Indonesia masih belum diakomodir secara komprehensif oleh Kementerian Pariwisata. Hal ini dapat terlihat pada Peraturan Menteri Pariwisata No. 29 Tahun 2015 tentang Renstra Kementerian Pariwisata, dengan mengadaptasi 4 (empat) pilar pembangunan kepariwisataan, yakni pengembangan destinasi, pemasaran, industri, dan kelembagaan. Namun demikian, kedepannya adalah bagaimana Pariwisata Halal masuk dalam Renstra Kementerian Pariwisata secara komprehensif sehingga implementasi pariwisata halal dapat dijalankan sesuai dengan tujuan dan capaiannya serta tidak membingungkan para pelaku wisata. Dalam mengembangkan pariwisata halal di Indonesia, diperlukan adanya rencana strategi (renstra) bagi pariwisata halal baik secara nasional maupun regional.

Dalam menyusun rencana strategis pengembangan pariwisata halal di Indonesia diperlukan beberapa langkah, diantaranya adalah pertama dengan menyusun visi misi pariwisata halal di Indonesia, kedua adalah dengan menentukan tujuan pariwisata halal di Indonesia, ketiga adalah dengan menentukan sasaran yang akan dicapai dalam implementasi pariwisata halal. Keempat adalah membuat rencana kerja merupakan penjelasan terperinci tentang kegiatan tertentu yang diperlukan untuk memenuhi sasaran yang direncanakan. Melalui Renstra Kementerian Pariwisata kedepannya, diharapkan mengakomodir pariwisata halal secara komprehensif sehingga dapat dijadikan pijakan dalam pencapaian target kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara, Kontribusi Pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto, Penerimaan Devisa, dan Penyerapan Tenaga Kerja sektor Pariwisata.

6.3 Strategi Promosi dan Pemasaran Pariwisata Halal

Strategi pengembangan pariwisata halal selanjutnya adalah strategi promosi dan pemasaran. Strategi ini merupakan strategi penentu dalam sebuah pertarungan. Dengan promosi dan

marketing yang intensif maka akan membentuk sebuah opini terhadap value-value pariwisata halal di setiap orang (Chotijah, 2017). Banyak masyarakat yang masih belum mengetahui tentang pariwisata halal. Banyak pula masyarakat yang tidak memahami standarisasi pariwisata halal. Oleh karena itu, adanya promosi dan pemasaran tentang pariwisata halal akan memunculkan kesadaran yang tinggi terhadap pariwisata halal. Promosi dilakukan untuk ikut mensosialisasikan nilai-nilai terkandung dalam pariwisata halal (Boediman, 2017). Selain itu, membangun merek (branding) tentang pariwisata halal adalah hal yang urgent karena dengan branding, pariwisata halal akan semakin dikenal masyarakat, menyusun strategi komunikasi yang baik antar stakeholder yang berkepentingan dalam bidang pariwisata halal, seperti Kementerian Pariwisata, Asosiasi Perhotelan, Travel dan lain sebagainya. Ini dilakukan untuk dapat saling berkoordinasi dalam semua aspek termasuk di dalamnya menyiapkan destinasi baru yang menawarkan pariwisata halal sehingga akan meningkatkan penjualan produk.

Salah satu bentuk promosi adalah dengan mengikutsertakan daerah destinasi pariwisata halal dalam ajang perlombaan baik nasional maupun Internasional. Dalam World Halal Tourism Award yang diadakan di Dubai, Uni Emirat Arab, Indonesia berhasil merebut kemenangan selama dua tahun berturut-turut yaitu 2015 dan 2016. Indonesia berhasil meraih kemenangan dalam tiga kategori di ajang World Halal Tourism Award (WHTA) tahun 2015. Pada tahun 2016, Indonesia berhasil memenangkan 12 dari 16 kategori dalam ajang World Halal Tourism Award 2016 di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab.(Nirwandar, 2015) Berikut adalah daftar lengkap kategori yang berhasil dimenangkan oleh Indonesia di ajang World Halal Tourism Awards 2016;

- 1) World's Best Airline for Halal Travellers, winner: Garuda Indonesia
- 2) World's Best Airport for Halal Travellers, winner: Sultan Iskandar Muda International Airport, Banda Aceh
- 3) World's Best Family Friendly Hotel, winner: The Rhadana Kuta, Bali
- 4) World's Most Luxurious Family Friendly Hotel, winner: The Trans Luxury Hotel Bandung
- 5) World's Best Halal Beach Resort, winner: Novotel Lombok Resort & Villas
- 6) World's Best Halal Tour Operator, winner: ERO Tour, Sumatera Barat
- 7) World's Best Halal Travel Website, winner: www.wonderfullomboksumbawa.com
- 8) World's Best Halal Honeymoon Destination, winner: Sembalun Valley Region, NTB
- 9) World's Best Hajj & Umrah Operator, winner: ESQ Tours and Travel, Jakarta
- 10) World's Best Halal Destination, winner: Sumatera Barat
- 11) World's Best Halal Culinary Destination, winner: Sumatera Barat
- 12) World's Best Halal Cultural Destination, winner: Aceh

Dengan keberhasilan Indonesia dalam memenangi pada ajang World Halal Tourism Award, membuat Indonesia semakin dikenal dengan pariwisata halal yang ditawarkan kepada para wisatawan. Ketertinggalan Indonesia saat ini dapat terbayarkan sehingga dapat mengalahkan beberapa negara tetangga seperti Singapura, Thailand dan lainnya. Pada dasarnya, promosi dapat dilakukan baik melalui kompetisi maupun melalui media baik media cetak, media massa dan media online. Terdapat beberapa promosi yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah Nusa Tenggara Barat, yaitu dengan melalui Blog. Pemerintah dan Disbudpar NTB memberdayakan para pejuang-pejuang sosial, yaitu para blogger dan pegiat media sosial untuk ikut serta mempromosikan pariwisata halal di NTB selain itu, guide wisata juga dapat dijadikan sebagai marketer dalam mempromosikan pariwisata halal, yaitu dengan cara mengadakan dialog dua arah dengan para pelaku usaha wisata. Guide wisata sangat efektif dalam menyampaikan informasi berkenaan pariwisata halal karena menjadi penyambung dengan wisatawan.(Utami, 2017)

6.4 Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal

Dalam rangka mengembangkan destinasi pariwisata halal, maka diperlukan strategi yang mengatur fasilitas, atraksi dan aksesibilitas. Hal ini dilakukan untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi para wisatawan sehingga merasa aman dan nyaman apalagi Indonesia memiliki banyak kekayaan alam wisata baik pantai, pegunungan, alam bebas, hutan, air terjun dan lain sebagainya. Jangan sampai pantai penuh dengan sampah, pegunungan sudah tidak ramah terhadap manusia dengan banyaknya kerusakan, alam bebas yang sudah tidak lagi indah, hutan yang sudah tidak lagi membawa kesejukan, air terjun yang sudah tercemar dengan tangan-tangan yang tidak bertanggung jawab, dan pemandangan alam yang sudah tidak asri lagi hanya sebuah keserakahan segelintir orang. Destinasi pariwisata halal di Indonesia sudah memiliki banyak kemajuan, namun secara infrastruktur masih harus dibenahi secara serius hal ini akan menghambat berkembangnya pariwisata halal.

Prasarana adalah fasilitas untuk kebutuhan masyarakat pada umumnya dan pembangunannya merupakan suatu usaha yang besar. Pembangunannya menjadi tanggung jawab pemerintah daerah dan pusat. Tidak hanya ketersediaan aksesibilitas serta prasarana saja yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan pariwisata, sarana juga menjadi salah satu faktor dalam menentukan kemajuan suatu objek wisata. Sarana wisata dapat digolongkan kedalam tiga kelompok, yaitu: sarana pokok kepariwisataan (Main Tourism Superstructure), restoran (catering trades), dan Atraksi wisata (tourist attraction). Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana penunjang merupakan salah satu permasalahan yang perlu mendapat perhatian baik dari faktor akomodasi, transportasi maupun sarana prasarana pendukung lainnya. Beberapa yang harus mendapat perhatian khusus dalam menjalankan pariwisata halal, yaitu fasilitas yang memadai, seperti masjid atau mushollah yang bersih, menyediakan toilet yang bersih dan wangi dalam jumlah yang cukup, tempat sampah, petugas kebersihan.

Strategi yang harus dikembangkan adalah strategi pengembangan atraksi pada destinasi pariwisata halal. Atraksi merupakan sesuatu yang menarik terdapat di daerah wisata sehingga wisatawan ingin mengunjungi. Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak kekayaan alam dan terhampar dengan ribuan pulau dan pantai, terdiri dari pegunungan dan hutan, membuat Indonesia memiliki daya tarik untuk dikunjungi banyak wisatawan baik local maupun mancanegara. Sebut saja pulau Bali, pulau Lombok, pulau Komodo, Gunung Bromo, Candi Borobudur, Danau Toba, suku Baduy, dan masih banyak lagi. Keindahan setiap daerah wisata memiliki daya tarik tersendiri sehingga wisatawan tertarik mengunjunginya. Beberapa jenis atraksi yang menjadi daya tarik, diantaranya adalah benda yang sudah tersedia di alam, hasil ciptaan manusia (kebudayaan), tata cara hidup dalam masyarakat.

Selain fasilitas, yang harus mendapat perhatian dalam mengembangkan pariwisata halal adalah aksesibilitas. Aksesibilitas dalam destinasi pariwisata halal sangatlah urgen dan menjadi modal utama untuk dapat memberikan layanan terbaik bagi para wisatawan. Menurut March bahwa aksesibilitas mengacu pada kemudahan yang bisa diperoleh pengunjung untuk melakukan perjalanan dan memasuki sebuah tempat. Akses yang mudah dengan sarana dan prasarana yang memadai dan bagus adalah dambaan para wisatawan karena dengan mendapatkan akses mudah dan baik akan memberikan kemudahan bagi para wisatawan lainnya untuk berkunjung dan menikmati indahnya obyek wisata yang ditawarkan. Selain itu, Aksesibilitas seringkali dihubungkan dengan biaya transportasi, dan lokasi yang jarang dikunjungi biasanya memiliki biaya yang lebih mahal. Kunci karakteristik aksesibilitas adalah seluruh system transportasi terdiri dari rute, terminal dan kendaraan.

Dalam menjalankan program strategisnya, Kementerian Pariwisata (Kemenpar) memiliki beberapa indikator kinerja serta target terhadap sasaran strategis yang akan dicapai untuk memenuhi proyeksi peningkatan para wisatawan, yaitu dengan beberapa cara diantaranya adalah dengan meningkatnya kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata seperti jumlah daerah

yang difasilitasi untuk pengembangan infrastruktur dan ekosistem (provinsi), jumlah fasilitas peningkatan destinasi wisata, budaya, alam dan buatan (lokasi), Jumlah fasilitas pemberdayaan masyarakat (provinsi), jumlah fasilitas peningkatan tata kelola destinasi. Keseriusan pemerintah pusat dalam mengakselerasi pengembangan pariwisata halal merupakan dukungan nyata bagi pemerintah daerah, para pelaku wisata dan wisatawan lokal dan mancanegara untuk memajukan pariwisata halal di Indonesia.

6.5 Strategi Penguatan Kelembagaan Pariwisata Halal

Dalam sambutan konferensi bertajuk Internasional Halal Standard: Make the Frontier Global Trade dalam Sidang Tahunan World Halal Food Council (WHFC) di Jakarta pada 17 Januari 2012, Ketua MUI, KH. Amidhan menyatakan bahwa ketentuan halal bukan hanya ketentuan yang berlaku untuk kaum Muslimin saja secara terbatas melainkan juga sebagai kebutuhan bagi umat manusia sebagaimana diisyaratkan oleh Allah SWT. dalam Alquran yang memerintahkan umat manusia untuk mengkonsumsi produk/makanan yang halal. Ini mengisyaratkan bahwa pariwisata halal dapat dinikmati oleh semua elemen baik muslim maupun non muslim. (Mathew dkk., 2014) Untuk dapat melayani semua kalangan maka diperlukan strategi penguatan kelembagaan pariwisata halal. Dalam hal ini, semua stakeholder yang saling terkait satu sama lain, seperti Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, para pelaku bisnis wisata, Asosiasi Perhotelan, MUI dan lain sebagainya dalam rangka menyatukan visi dan misi serta tujuan untuk dapat bersama-sama mengembangkan pariwisata halal di Indonesia.

Sektor Pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Indonesia. Keberhasilan pengembangan pariwisata menghasilkan peningkatan aliran devisa ke dalam negeri dan memperkuat mata uang rupiah serta menciptakan kegiatan ekonomi lanjutan seperti pengembangan hotel, restoran dan lain-lain yang mampu menciptakan lapangan kerja, peningkatan daya beli baru, pemakaian jasa transportasi. Dengan demikian, diperlukan strategi penguatan kelembagaan karena akan dapat membantu Pemerintah dalam melakukan sosialisasi dan implementasi unsur-unsur sapta pesona dalam kegiatan kepariwisataan, diantaranya adalah dengan adanya pembinaan dan penyuluhan tentang pariwisata halal, pelatihan SDM pariwisata halal, dan memudahkan dalam koordinasi dan terwujudnya sinergisitas yang baik antar semua lembaga.

Banyak peran lembaga-lembaga baik Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, pelaku bisnis pariwisata halal, organisasi, asosiasi yang berkaitan dengan pariwisata halal serta masyarakat sekitar yang dapat mengelola pariwisata halal dengan cara menanamkan kesadaran dalam merintis pengembangan potensi pariwisata halal, memiliki pengetahuan tentang konsep pariwisata halal, mampu melayani wisatawan dengan ramah dan membuat nyaman serta memiliki kemampuan untuk memproduksi atau membuat souvenir atau cinderamata serta mampu mengelola atraksi wisata. Bilamana secara kelembagaan sudah kuat, maka capaian terhadap pengembangan pariwisata halal akan terealisasi dengan mudah.

7. Kesimpulan

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak destinasi pariwisata halal. Indonesia juga memiliki banyak potensi kekayaan alam yang indah terdiri dari kepulauan, pegunungan, alam bebas, pantai dan lain sebagainya. Indonesia juga merupakan negara berpenduduk Muslim terbesar di Dunia dan memiliki penduduk yang ramah. Peluang dan potensi pariwisata halal di Indonesia sangat besar dan sudah seharusnya dikelola dengan baik dengan tetap mempertahankan kearifan lokal. Oleh karena itu, dibutuhkan langkah-langkah untuk dapat mengimplementasikan strategi pengembangan pariwisata halal sehingga dapat bersaing dengan negara-negara lainnya dalam menjalankan program pariwisata halal di beberapa

destinasi, beberapa strategi yang dimaksud adalah sebagai berikut pertama strategi pemetaan, asesmen, dan analisa daya saing pariwisata halal, kedua strategi regulasi dan kebijakan pariwisata halal, ketiga strategi penyusunan renstra (rencana strategis) pariwisata halal, keempat strategi promosi dan pemasaran pariwisata halal, kelima adalah strategi pengembangan destinasi pariwisata halal dan keenam adalah strategi penguatan kelembagaan pariwisata halal. Strategi-strategi tersebut dapat membantu dalam mengembangkan pariwisata halal di Indonesia sehingga dapat memakmurkan rakyat Indonesia dengan meningkatnya devisa negara, banyaknya pekerjaan yang tersedia serta peluang bisnis lainnya.

8. Daftar Pustaka

- Abral, W. (2017). The Formulation of Student Social Interaction Model at Halal Tourism Area on Lombok Island. *Sumatra Journal of Disaster, Geography and Geography Education*, 1(2), 8.
- Barbara Ruiz-Bejarano. (2017). Islamophobia as a Deterrent to Halal Global Trade. *Islamophobia Studies Journal*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.13169/islastudj.4.1.0129>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2014). The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism. *SHS Web of Conferences*, 12, 01077. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201077>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Battour, M., Ismail, M. N., Battor, M., & Awais, M. (2017). Islamic tourism: An empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 50–67. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.965665>
- Boediman, E. P. (t.t.). *Halal Lifestyle in Marketing Communication of Tourism and Hospitality*. 10.
- Chookaew, S., chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7), 739–741. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.277>
- Erianjoni, E., Ganefri, G., Oktorie, O., & Kristian, A. (2018). The Effect of Halal Tourism Destination Program on Sociocultural Characteristics Toward Education Development in Lombok Timur District. *Science and Environmental Journal for Postgraduate*, 1(1), 17–27.

- Fatkurrohman, F. (2017). Developing Yogyakarta's Halal Tourism Potential for Strengthening Islamic Economy in Indonesia. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 13(1), 1–16.
- Hernanda, D. W. (2018). Empowerment of Communities in Development of Sharia Tourism (Halal Tourism) in Santen Island Banyuwangi. *Prosiding Semnasfi*, 1(1), 26–37.
- Inskeep Edward. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.011>.
- Majid, Z. A. (2016). Ekonomi dalam Perspektif Alquran. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4455>.
- Mathew, V. N., Abdullah, A. M. R. binti A., & Ismail, S. N. binti M. (2014). Acceptance on Halal Food among Non-Muslim Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 262–271. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1127>.
- Nararya, A. G., & Pranggono, B. (2017). The Development Strategy of Syariah Tourism on Tourism Routes of Senggigi Beach, Lombok Island Nusa Tenggara Barat. *Prosiding Perencanaan Wilayah dan Kota; Perencanaan Wilayah dan Kota (S-1) Gel 2 Th Akad 2015-2016; 158-166*. <http://repository.unisba.ac.id:8080/xmlui/handle/123456789/7831>.
- Nirwandar, D. H. S. (2015). Halal Lifestyle In Indonesia. *UNWTO Seminars The Contribution of Islamic Culture and Its Impact on the Asian Tourism Market*, 16.
- Nisa, F. K., & Sujono, F. K. (2017). Islamic branding as communication strategy of halal tourism promotion in non-Muslim country. *Proceeding of International Conference on Communication, Culture and Media Studies (CCCMS)*, 2(2). <http://journal.uui.ac.id/CCCMS/article/view/9187>.
- Nugraha, Y. M. (2018). *Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E- Marketing Di Kepulauan Riau*. 3(2), 6.

- Oktadiana, H., Pearce, P. L., & Chon, K. (2016). Muslim travellers' needs: What don't we know? *Tourism Management Perspectives*, 20, 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.08.004>.
- Prasetiawati, E. (2017). Menanamkan Islam Moderat untuk Menanggulangi Radikalisme di Indonesia. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya*, 2(2), 523–570. <https://doi.org/10.25217/jf.v2i2.152>.
- Rahmiati, F., Othman, N. A., & Sunanti, M. A. P. (2019). Muslim Tourist Satisfaction Of Halal Tourism In Lombok. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 122–129. <https://doi.org/10.30997/jsei.v4i2.1501>.
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131–136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>.
- Sayekti, N. W. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Kajian*, 24(3), 159–172.
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sospol*, 4(2), 24.
- Tavallae, S., Asadi, A., Abya, H., & Ebrahimi, M. (2014). Tourism planning: An integrated and sustainable development approach. *Management Science Letters*, 2495–2502. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2014.11.008>.
- Utami, V. Y. (2017). Scenario Planning Of Halal Tourism Development (Study in West Lombok Regency, West Nusa Tenggara Province). *Jurnal Administrasi Publik*, 5(1). <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/1427>.
- Vargas-Sánchez, A., & Perano, M. (2017). Halal tourism and new generations: The Indonesian case. *Toulon-Verona Conference "Excellence in Services,"* 0(0). <http://www.toulonveronaconf.eu/papers/index.php/tvc/article/view/498>.
- Widawati, R., & Setiyorini, H. P. D. (2014). Perspektif Sociolinguistik: Dialog antara Islam dan Non-Islam tentang Standardisasi Pariwisata Islami. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 11(2), 61–70.
- Yustati, H., Auditya, L., Indra, Y. A., Fryanti, Y. E., & Stiawan, E. (2018). Religious Commodification To Increase Public Welfare Through Tourism Halal In Indonesia. *Proceeding IAIN Batusangkar*, 1(1), 209–216.
- BPS. (2018). Proyeksi Penduduk

Indonesia 2015-2045. Dalam *Animal Genetics* (Vol. 39, Nomor 5).
<https://doi.org/www.bps.go.id>.

cnnindonesia. (2016). *Indonesia Fokus Kembangan Wisata Halal*.
<https://www.cnnindonesia.com>. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160804203539-269-149315/indonesia-fokus-kembangkan-wisata-halal?>

Indonesia Jadi Tujuan Wisata Halal Dunia Terbaik 2019. (t.t.). Diambil 13 Mei 2019, dari
<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/indonesia-jadi-tujuan-wisata-halal-dunia-terbaik-2019/>.

Inilah Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Halal. (2016, Mei 22). Republika Online.
<https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/16/05/22/o7kz4h380-inilah-strategi-pengembangan-bisnis-wisata-halal>.

NTB Perkuat Lombok Sebagai Destinasi Wisata Halal. (2018, Juli 23). Republika Online.
<https://republika.co.id/share/pcalkd284>.

Republika. (2014). *Hari Ini, Islam Jadi Agama Terbesar di Dunia*. Republika.Co.Id.
<http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/hikmah/14/01/13/mzbetu-hari-ini-islam-jadi-agama-terbesar-di-dunia>.

Republika. (2018). *India dan Penduduk Muslim Terbesar di Dunia*. www.republika.co.id.
<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/dunia/18/02/01/p3geq0313-india-dan-penduduk-muslim-terbesar-di-dunia>.

Welle (www.dw.com), D. (t.t.). *Salah Paham Seputar “Wisata Halal”* | DW | 08.11.2019.
DW.COM. Diambil 26 Maret 2021, dari <https://www.dw.com/id/salah-paham-seputar-wisata-halal/a-51167763>.