



Munich Personal RePEc Archive

Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects

Jaelani, Aan

Faculty of Shari'ah and Islamic Economic, IAIN Syekh Nurjati
Cirebon

3 January 2017

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/76237/>

MPRA Paper No. 76237, posted 17 Jan 2017 02:56 UTC

Industri wisata halal di Indonesia: Potensi dan prospek (Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects)



Aan Jaelani

Faculty of Shariah &
Islamic Economic,
IAIN Syekh Nurjati
Cirebon

Jl. Perjuangan By
Pass Sunyaragi
Cirebon 45132

+6231-481264

+6231-489926

1/15/2017

This study confirms that halal tourism is a tourism industry which has contributed to economic growth in Indonesia, although the world economy slows down. In Indonesia, halal tourism has long been grown in the form of a pilgrimage undertaken by people with religious motivation. Along with the development of the global Islamic economy, then this type of tourism is undergoing a metamorphosis that requires a change in modern ranging from attractions, hotels, up to marketing. With the phenomenological approach, this study concludes that halal tourism has become part of the national tourism industry to position Indonesia as a center for halal tourism in the world in the future.

Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek

Aan Jaelani

Faculty of Shari'ah and Islamic Economic, IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi Cirebon 45132 Phone: +6282119293321

Email:

iainanjali@gmail.com

Homepage:

<https://ssrn.com/author=2555293>

<https://ideas.repec.org/f/pja475.html>

Abstrak

This study confirms that halal tourism is a tourism industry which has contributed to economic growth in Indonesia, although the world economy slows down. In Indonesia, halal tourism has long been grown in the form of a pilgrimage undertaken by people with religious motivation. Along with the development of the global Islamic economy, then this type of tourism is undergoing a metamorphosis that requires a change in modern ranging from attractions, hotels, up to marketing. With the phenomenological approach, this study concludes that halal tourism has become part of the national tourism industry to position Indonesia as a center for halal tourism in the world in the future.

Keywords: industry, religion tourism, syariah tourism, halal tourism

JEL Code: L83, N53, Q57, Z31, Z32,

Pengantar

Wisata agama dan motivasi rohani telah menyebar luas dan menjadi populer dalam beberapa dekade terakhir, menempati segmen penting dari pariwisata internasional dan telah tumbuh secara substansial dalam beberapa tahun terakhir. Wisata religi menjadi salah satu bentuk pariwisata yang kurang dipelajari dalam penelitian pariwisata (Timothy & Olsen, 2006:1). Pertumbuhan yang konsisten di segmen pasar ini telah menjadi tren global dalam industri pariwisata. Trend perjalanan keagamaan tidak dianggap sebagai fenomena baru. Untuk melakukan perjalanan, wisata religi telah lama menjadi motif integral dan biasanya dianggap sebagai bentuk tertua dari perjalanan ekonomi. Setiap tahun jutaan orang melakukan perjalanan ke tujuan ziarah utama di seluruh dunia. Diperkirakan bahwa hampir 240 juta orang per tahun pergi berziarah, sebagian menjadi Kristen, Muslim dan Hindu. Wisata religi menjadi identik dengan pertumbuhan pariwisata pada masa modern.

Agama memainkan peran penting dalam pengembangan wisata selama berabad-abad dan telah mempengaruhi bagaimana orang memanfaatkan waktu luang. Timothy & Olsen (2006:9) menjelaskan bahwa peningkatan jumlah wisatawan dengan motivasi agama juga telah menarik perhatian akademisi, pemerintah dan lembaga pariwisata untuk mengembangkan pariwisata. Studi tersebut menunjukkan bahwa tujuan utama bagi sejumlah besar wisatawan agama terkait dengan kunjungan

pada situs dari alkitab, al-Quran atau teks-teks suci lain, atau dengan adanya spiritualisme, seperti mukjizat dan wahyu.

Ada variabel hubungan antara lembaga-lembaga agama dan pariwisata. Di satu sisi, wisata religi dapat diidentifikasi sebagai jenis tertentu pariwisata yang termotivasi baik sebagian atau secara eksklusif untuk alasan agama (Rinschede, 1992). Sigaux (1996) dan Vukonic (1996) menerangkan bahwa wisata religi menjadi salah satu bentuk tertua dari pariwisata, dengan adanya migrasi manusia yang terkait dengan agama sejak masa-masa awal. Hal ini diwujudkan dalam keragaman aktivitas wisata-religi, dari perjalanan jangka panjang (yaitu ziarah) ke dan/atau tetap di pusat-pusat agama untuk melihat dari jarak dekat ke pusat-pusat keagamaan atau situs untuk tujuan perayaan agama, kontemplasi atau musyawarah. Dalam kasus yang pertama, seluruh perjalanan wisata mungkin memiliki tujuan agama, sedangkan kasus terakhir, kunjungan ke tempat keagamaan memiliki unsur multifungsi berupa sekedar perjalanan wisata.

Di sisi lain, pariwisata dapat dianggap identik sebagai agama. Dalam masyarakat sekuler modern, tidak hanya bebas memiliki (yaitu diskresi atau non-kerja) waktu secara umum menjadi ruang untuk kontemplatif dan kreatif, kesatuan pemikiran dan tindakan (Vukonic, 1996), kesempatan bagi manusia untuk mengenali dan mengembangkan kebutuhan rohani mereka, tetapi juga pariwisata, sebagai penggunaan tertentu seperti waktu luang, telah datang untuk dilihat oleh sebagian orang sebagai perbuatan spiritual atau perjalanan suci.

Graburn (1983) mengamati bahwa pariwisata secara fungsional dan simbolis setara dengan lembaga lain yang digunakan manusia untuk memperindah dan menambahkan arti bagi kehidupan mereka; bisa dimengerti baik sebagai ritual sekuler biasa (liburan tahunan) yang berperan sebagai refleksi dalam kehidupan sehari-hari dan bekerja, atau sebagai bagian ritual yang lebih spesifik atau transisi pribadi (Nash, 1996) yang dilakukan di persimpangan tertentu dalam hidup masyarakat hidup (Graburn, 1998). Dalam kedua kasus, bagaimanapun, dapat dikatakan bahwa pariwisata dalam bentuknya yang modern setara dengan kunjungan dan ziarah yang ditemukan pada masyarakat tradisional, masyarakat yang takut kepada Allah (Graburn, 2001:43).

Hubungan bervariasi antara pariwisata dan agama dapat dikonseptualisasikan sebagai kontinum berdasarkan tingkat intensitas motivasi keagamaan yang melekat, sebagaimana dinyatakan Smith (1989) sebagai pencarian sesuatu. Pada satu sisi yang ekstrem terdapat bentuk ziarah yang bersifat suci, sebuah perjalanan yang didorong oleh iman, agama dan pemenuhan spiritual; sedangkan pada sisi lain terdapat wisatawan yang mungkin berusaha untuk memenuhi kepentingan pribadi atau kebutuhan rohani melalui pariwisata. Pada dua sisi ini dapat ditemukan perbedaan bentuk atau intensitas wisata religi yang termotivasi dengan tingkat yang lebih besar atau lebih kecil dengan agama atau, sebaliknya, berbasis kebutuhan budaya atau pengetahuan. Seperti ditegaskan Smith (1992) bahwa, beberapa wisatawan mungkin berperan sebagai peziarah agama, sedangkan yang lain mungkin sebagai wisatawan dari haji.

Namun, meskipun ada hubungan antara pariwisata dan agama, terutama dalam konteks historis, perhatian atas studi ini relatif sedikit yang telah memberikan kontribusi kepada subjek dalam literatur pariwisata. Lebih khusus, meskipun keberadaan manusia, seperti dikatakan Vukonic (1996) disebut sebagai *homo turisticus religiosus*, atau wisata religi telah diterima secara luas dan dibahas sampai

batas tertentu pada literatur pariwisata, baik dalam konteks konsumsi (Vukonic, 1996; Smith, 1992; Franklin, 2003) dan penawaran (Shackley, 2001).

Indonesia sebagai negara yang memiliki keragaman agama dan budaya memiliki peninggalan sejarah dan tradisi yang terhubung dan tidak dapat dipisahkan dengan aspek-aspek keagamaan dan praktik religi masyarakat. Warisan budaya dan agama dengan keragaman suku, etnis, bahasa, dan adat kebiasaan menjadi potensi dalam pengembangan pariwisata. Secara khusus, umat Islam sebagai mayoritas masyarakat di Indonesia tentunya memiliki keunikan yang menjadi ciri khas bangsa dengan destinasi pariwisata yang ada, seperti keraton, masjid, benda-benda pusaka, makam, sampai kuliner yang dimilikinya (Jaelani, Setyawan, & Hasyim, 2016). Polarisasi budaya dan praktik keagamaan muslim menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi negeri ini yang kemudian dikenal dengan wisata religi. Istilah wisata religi ini semakin berkembang seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, kemudian berubah menjadi istilah wisata syari'ah dan beberapa tahun terakhir mengalami pergeseran istilah lagi menjadi wisata halal. Kedua istilah ini (wisata syari'ah dan wisata halal) akan digunakan secara bersamaan dalam tulisan berikut karena memiliki substansi dan dimensi agama yang sama, atau istilah halal sebagai bagian dari 5 jenis hukum Islam (wajib, sunnah, mubah, makruh, dan haram) pada prinsipnya diturunkan dari istilah syari'ah (Jafari & Scott, 2014).

Pengembangan wisata halal menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia seiring dengan tren wisata halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi Islam global (lihat Samori, Salleh, & Khalid, 2016 :132). Dinamika pariwisata dunia dalam tiga tahun terakhir dipengaruhi oleh peningkatan jumlah perjalanan antar negara dan pertumbuhan perekonomian terutama di kawasan Asia Pasifik. Total wisatawan dunia pada tahun 2014 mencapai 1.110 juta perjalanan luar negeri atau tumbuh 5% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2014 lebih dari 300 juta (27,1% dari total wisatawan dunia) melakukan wisata ke Asia dan 96,7 juta di antaranya masuk ke Asia Tenggara. Sementara pada tahun 2015 ditengah situasi global yang tidak kondusif, perjalanan wisatawan dunia masih tumbuh 4,5%. Jadi, pariwisata tetap mengalami pertumbuhan signifikan.

Ekonomi global kembali meningkat pada 2016 sebagai faktor pendorong sektor pariwisata dari sisi permintaan. Indonesia juga mengalami peningkatan di dunia Pariwisata, dari 9,3 juta pada tahun 2014 menjadi 10,4 juta pada tahun 2015 (naik 2,9 %), dan tahun 2016 mampu menembus angka 12 juta kunjungan wisatawan mancanegara. Dibandingkan dengan negara lain di ASEAN, Indonesia berada di peringkat keempat, di bawah Thailand, Malaysia, Singapura. Berdasarkan kewarganegaraan, Singapura, Malaysia dan Tiongkok adalah 3 kontributor wisatawan mancanegara terbesar. Sedangkan dari luar Asia terdapat, Australia, Inggris, dan Amerika Serikat (Bappenas, 2016).

Studi tentang wisata halal ini berupaya mengeksplorasi makna pariwisata budaya yang diintegrasikan dengan wisata halal sebagai pengalaman spiritual masyarakat modern. Artinya, meskipun wisata halal ini termasuk bentuk pariwisata kontemporer sebagai fenomena modern, maka pada masyarakat sekuler para wisatawan nampak berupaya memenuhi beberapa kebutuhan spiritual. Hal ini berbeda dengan masyarakat di Indonesia, praktik keagamaan bertujuan memenuhi kebutuhan spiritual, termasuk praktik ziarah di Cirebon (Jaelani, 2016a) sebagai bagian dari aspek pariwisata (Jafari & Scott, 2014), hal ini menjadi tradisi keagamaan yang sudah berlangsung lama seiring dengan perkembangan sejarah

masyarakat Indonesia. Namun, konteks ini akan berbeda jika dikaitkan dengan bidang pariwisata sebagai bagian dari industri atau kegiatan bisnis yang dapat memberikan keuntungan secara ekonomi dan diproyeksikan dalam kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Jaelani, 2016b). Pada akhirnya, wisata halal bukan hanya meliputi keberadaan tempat wisata ziarah dan religi, melainkan pula mencakup ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat shalat, serta persyaratan lainnya.

Tulisan ini akan mendeskripsikan tentang beberapa konsep wisata halal yang menjadi tren ekonomi Islam global dari sisi perkembangan istilah dan praktik keagamaan Muslim di Indonesia. Studi ini akan menelusuri pula bagaimana perkembangan wisata halal di Indonesia sampai tahun 2016 ? bagaimana pula kebijakan pariwisata pemerintah Indonesia tentang praktik wisata halal dari sisi potensi dan prospek pembangunan industri pariwisata nasional di masa mendatang ?. Hal yang cukup unik antara lain, kajian tentang wisata halal ini secara akademik tergolong pada studi terbaru yang menjadi fokus para peneliti dan praktisi bisnis wisata di Indonesia, meskipun secara praktik sudah berlangsung lama, namun fakta menunjukkan bahwa fenomena wisata halal di beberapa destinasi wisata di Indonesia sangat diperhitungkan yang memungkinkan Indonesia menjadi kiblat wisata halal dunia.

Metodologi

Studi tentang industri wisata halal di Indonesia ini dilakukan dengan tahapan berikut ini. Pertama, menelusuri informasi yang bersumber dari media cetak dan elektronik dan literatur pariwisata tentang perkembangan wisata halal di dunia dan Indonesia. Kedua, mengumpulkan data berupa kebijakan pemerintah tentang pariwisata dan perkembangannya sampai dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Ketiga, melakukan analisis dengan mendeskripsikan dan menafsirkan data. Secara khusus, studi tentang wisata halal sebagai bagian dari praktik keagamaan Muslim secara metodologis akan diuraikan berdasarkan perspektif al-Qur'an dan hadits. Keempat, membuat kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan.

Pariwisata dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang terjadi ketika secara internasional, orang menyeberangi perbatasan untuk liburan atau bisnis dan tinggal setidaknya 24 jam tetapi kurang dari satu tahun (Mill dan Morrison, 1998: 2). Definisi WTO (World Tourism Organisation) tentang pariwisata sekarang ini menjadi salah satu yang paling banyak diterima di seluruh dunia. Chadwick (1994: 66) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan orang di luar lingkungannya dengan jangka waktu tertentu dan tujuan perjalanan utamanya selain pendidikan atau mencari pengalaman dengan membayar suatu kegiatan di tempat yang dikunjungi.

Pariwisata adalah konsep yang rumit mencakup berbagai pertimbangan sosial, perilaku, ekonomi, politik, budaya, dan lingkungan. Medic & Middleton (1973) menegaskan bahwa konsep pariwisata terdiri dari serangkaian kegiatan, layanan, dan manfaat yang memberikan pengalaman tertentu kepada para turis. Buhalis (2000: 98) meyakini bahwa tujuan wisata memiliki lima unsur penting, yaitu atraksi, akses, fasilitas, kegiatan, dan terkait sisi jasa pariwisata.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Bab I disebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kepariwisata merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Dalam pandangan Islam, *pertama*, perjalanan dianggap sebagai ibadah, karena diperintahkan untuk melakukan satu kewajiban dari rukun Islam, yaitu haji pada bulan tertentu dan umrah yang dilakukan sepanjang tahun ke baitullah. *Kedua*, dalam pandangan dunia Islam, wisata juga terhubung dengan konsep pengetahuan dan pembelajaran. Hal ini menjadi perjalanan terbesar yang dilakukan pada awal Islam dengan tujuan mencari dan menyebarkan pengetahuan (Q.S. al-Taubah: 112). *Ketiga*, tujuan wisata dalam Islam adalah untuk belajar ilmu pengetahuan dan berpikir. Perintah untuk berwisata di muka bumi muncul pada beberapa tempat dalam Al-Qur'an (lihat Q.S. al-An'am: 11-12 dan al-Naml: 69-70). *Keempat*, tujuan terbesar dari perjalanan dalam wisata Islam adalah untuk mengajak orang lain kepada Allah dan untuk menyampaikan kepada umat manusia ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad saw. Hal ini adalah misi Rasul dan para sahabat beliau. Para sahabat Nabi Muhammad menyebar ke seluruh dunia, mengajarkan kebaikan dan mengajak mereka untuk menjalankan kebenaran. Konsep wisata dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut. Akhirnya, wisata Islam juga termasuk kegiatan perjalanan untuk merenungkan keajaiban penciptaan Allah dan menikmati keindahan alam semesta ini, sehingga akan membuat jiwa manusia mengembangkan keimanan yang kuat dalam keesaan Allah dan akan membantu seseorang untuk memenuhi kewajiban hidup (Jaelani, 2016).

Tidak hanya untuk keuntungan spiritual, tapi aktivitas perjalanan juga penting untuk keuntungan fisik. Pada sisi lain, promosi wisata atas dasar tujuan agama dan tempat bersejarah untuk wisatawan internasional bisa memperoleh tambahan pendapatan ke negara Muslim. Selain itu, Organisasi Konferensi Islam (OKI) telah menekankan untuk mengembangkan kegiatan wisata bagi negara-negara anggotanya. Semakin banyak wisatawan muslim dalam dunia Islam dapat menyebabkan pemahaman yang lebih baik, merangsang kolaborasi dan melayani kepentingan umum.

Gagasan tentang wisata religi itu sendiri muncul cukup kontroversial, tidak hanya dari sudut pandang otoritas keagamaan, tetapi juga dari sisi akademik dalam studi pariwisata. Dalam setiap kasus, keadaan ini tidak harus menggunakan pendekatan ilmiah dalam menjawab persoalan ini dengan beberapa cabang ilmu-ilmu sosial, di antaranya pengetahuan geografis dapat memberikan kontribusi yang spesifik, khususnya melalui dua perspektif berupa geografi agama dan geografi pariwisata. Sebaliknya, menjadi subjek dalam evolusi konstan karena pola perilaku baru dan sikap terhadap agama, menjadi hampir wajib untuk memperjelas beberapa poin melalui upaya penelitian interdisipliner.

Pada saat ini muncul beberapa pertanyaan di bidang geografi, "mengapa dan atas dasar apa suatu ruang didefinisikan sebagai sakral; apa implikasi ini memiliki sebutan yang mungkin untuk penggunaan dan karakter daerah; bagaimana orang percaya menanggapi gagasan tempat suci, dan bagaimana tanggapan mereka (khususnya melalui ziarah) tercermin dalam arus geografis dan pola daerah" (Park & Yoon, 2009).

Tajzadeh Namin A.A. (2013) melakukan review tentang wisata syari'ah yang bersumber dari al-Qur'an. Wisata syari'ah ini memiliki arti: *studying the life of the people of the past (QS. 3: 137); studying the destiny of the people of the past (QS. 30:42); studying how prophets were raised (QS. 16: 36); studying the life of evildoers (QS. 6:11); thinking about the creation; thinking about what happened to wrongdoers; visiting safe and prosperous towns (QS. 34: 11); the Holy Quran calls people to travel and to learn lessons from what happened to the infidels and deniers of divine signs; in general, it can be said that traveling helps people achieve theoretical and practical explanations and to reaffirm their faiths in the resurrection day. Traveling helps people learn from the past and prevents tyranny and oppression; and travelling improves sight, hearing, and inner knowledge and rescue people from inactivity and inanition.*

Selain bersumber dari al-Qur'an, wisata syari'ah atau wisata halal dapat ditelusuri pula pada tradisi Nabi Muhammad saw. yang dikenal dengan hadits. Beberapa hadits menunjukkan suatu kegiatan yang disebut dengan wisata sekarang ini. Sebagai contoh Ibrahim Abu Isma'il As-Saksaki mendeskripsikan bahwa "Rasulullah saw reported to have said: I heard Abu Burda who accompanied Yazid bin Abi Kabsha on a journey. Yazid used to observe fasting on journeys. Abu Burda said to him, "I heard Abu Musa several times saying that Allah's Apostle said, When a slave falls ill or travels, then he will get reward similar to that he gets for good deeds practiced at home when in good health." (Sahih Bukhari, Vol. 4, Book 52, Hadith 239).

Pada hadits lain, Teoman Duman (2011:5) mengutip sebuah hadits bahwa, "Prophet Muhammad (Peace be upon him - PBH) said "The reward of deeds depends upon the intentions and every person will get the reward according to what he/she has intended." (Sahih-Al Bukhari, 2011). Sementara itu, Din (1989) menegaskan bahwa "the act of travel in Islam is considered a "purposeful" activity which puts great emphasis on Islamic motivations as acting in the cause of God (fi-sabilillah), submission to the ways of God (through the Hajj and the Umrah), realization of the smallness of man and the greatness of God, encouraging and strengthening the bond of sillaturrahim (Muslim fraternity) and conducting business. Muslims are encouraged to achieve physical, social and spiritual goals by travelling" (Din, 1989).

Hadits lainnya diriwayatkan oleh Abu Shuraih Al-Ka'bi: where Rasulullah saw. says: "Whoever believes in Allah and the Last Day, should serve his guest generously. The guest's reward is: To provide him with a superior type of food for a night and a day and a guest is to be entertained with food for three days, and whatever is offered beyond that, is regarded as something given in charity. And it is not lawful for a guest to stay with his host for such a long period so as to put him in a critical position." (Sahih Bukhari, Vol. 8, Book 73, Hadith 156).

Dengan demikian, praktik wisata halal telah dilakukan sejak masa Nabi Muhammad dan para sahabat untuk kepentingan sosial dan spiritual. Dari sisi hukum Islam, Nabi Muhammad saw. menjelaskan pula tentang adanya keringanan dalam

shalat dengan cara mengumpulkan atau meringkas jumlah rakaat shalat ketika seseorang sedang melakukan dalam perjalanan jauh dengan tujuan ibadah. Jadi, al-Qur'an dan hadits telah memberikan penjelasan hukum Islam tentang wisata dari sisi syari'ah melalui ketentuan hukum Islam itu sendiri.

Konsep tentang Wisata Religi, Wisata Syari'ah, dan Wisata Halal

Istilah wisata halal dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *Islamic tourism*, *syari'ah tourism*, *halal travel*, *halal friendly tourism destination*, *Muslim-friendly travel destinations*, *halal lifestyle*, dan lain-lain. Dari sisi industri, wisata syariah merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah.

Wisata religi yang dimaksudkan bisa berarti pula wisata ziarah. Secara etimologi, ziarah dapat berarti kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup maupun yang sudah meninggal, namun dalam aktivitas pemahaman masyarakat kunjungan kepada orang yang telah meninggal melalui kuburannya. Kegiatannya pun lazim disebut dengan ziarah kubur.

Dalam Islam, ziarah kubur dianggap sebagai perbuatan sunah. Praktik ziarah sebenarnya telah ada sebelum Islam, namun diletakkan sehingga Rasulullah sempat melarangnya. Tradisi inipun dihidupkan kembali bahkan dianjurkan untuk mengingat kematian. Praktik ziarah sebenarnya telah ada sebelum Islam, namun *overloud* sehingga Rasulullah SAW pernah melarangnya. Tradisi inipun dihidupkan kembali bahkan dianjurkan untuk mengingat kematian.

Barber (1993) mengartikan "pilgrimage as a journey resulting from religious causes, externally to a holy site, and internally for spiritual purposes and internal understanding" (see Galzacorta & Omil, 2016: 52). Pengertian wisata religi dikembangkan pula sebagai semua upaya pemasaran dan pengembangan produk yang diarahkan pada umat Islam, meskipun tidak terkait motivasi agama (Henderson, 2010), atau upaya yang menekankan pentingnya turis Muslim dan non-Muslim sebagai pasar baru dan tujuan untuk pariwisata (Ala al-Hamarneh, 2011). Dengan kata lain, *Islamic tourism* untuk mempromosikan pariwisata di kalangan umat Islam, mengembangkan tujuan wisata baru, dan memperkuat kerjasama antar organisasi dan antar-pemerintah di Dunia Islam.

Zamani Farahani and Anderson (2009) menegaskan bahwa "*Islamic tourism can be defined as traveling activities of Muslims when moving from one place to another or when residing at one place outside their place of normal residence for a period less than one year and to engage in activities with Islamic motivations. It should be noted that Islamic activities must be in accordance with generally accepted principles of Islam; i.e. halal*".

Jadi, pariwisata Islam dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan Muslim ketika bergerak dari satu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi Islam. Perlu dicatat bahwa kegiatan wisata dalam Islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berlaku umum, yaitu halal.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka indikator wisata religi dalam Islam dapat disimpulkan berikut ini:

1. Konsep budaya dalam kaitannya dengan pariwisata Islam (situs budaya-agama Islam) (Ala-Hamarneh, 2011).
2. Pariwisata identik dengan Muslim (tunduk pada kepatuhan dengan nilai-nilai Islam), meskipun dapat diperluas yang mencakup non Muslim (Shakiry, 2008)
3. Wisata religi (ziarah dan kunjungan ke tempat-tempat suci di seluruh dunia Islam) (Hassan, 2007).
4. Pariwisata Islam : suatu pariwisata dengan dimensi moral baru yang didasarkan pada nilai-nilai yang dapat diterima, berdimensi etis dan memiliki standar transendental (Hassan, 2004)
5. Wisata Islam: perjalanan yang bertujuan dengan motivasi “keselamatan” atau kegiatan yang berarti berasal dari motivasi Islam (Din K., 1989:552).

Pariwisata Islam atau wisata dalam Islam berfokus pada isu-isu seperti keterlibatan (Muslim), tempat (tujuan Islam), produk (daerah tempat tinggal, makanan, dan minuman), dimensi (ekonomi, budaya, agama, dll.), dan pengelolaan proses pelayanan (pemasaran dan isu-isu etis). Motivasi dan niat yang sangat penting dalam Islam, karena mereka terkait dengan sikap dan tujuan mereka (Ala-Hamarneh, 2011; Hassan, 2007; Henderson, 2010). Di beberapa negara, seperti Malaysia, Indonesia dan Brunei, istilah wisata religi atau wisata Islam lebih dikenal sebagai wisata syari’ah.

Wisata religi menunjukkan aktivitas perjalanan dengan motivasi atau tujuan keagamaan yang dilakukan oleh umat beragama (Muslim, Kristen, Hindu, Budha) yang biasanya dengan mengunjungi tempat-tempat suci agama atau tokoh agama. Pengertian tersebut berlaku juga untuk makna ziarah (*pilgrimage*) sebagai bagian dari aktivitas wisata. Karena itu, wisata religi sebagai suatu aktivitas ekonomi lebih tepat digunakan istilah wisata syari’ah jika yang melakukan aktivitas perjalanan adalah seorang Muslim, seiring dengan nomenklatur pada perkembangan ekonomi syari’ah di Indonesia.

Wisata religi dapat berfungsi sebagai suatu kegiatan yang memiliki motivasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kegiatan tersebut dapat mencakup haji, umrah, dan sebagainya. Bentuk lain dapat berupa ungkapan rasa syukur kepada Allah Yang Maha Rahman dan Maha Rahim dan pengakuan atas kebesaran-Nya yang dapat diamati di mana saja baik pada masa lalu maupun sekarang (Din, 1989, 551-2).

Wisata religi dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan Muslim ketika menuju satu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi agama. Perlu dicatat bahwa kegiatan tersebut harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu halal (Zamani Farahani dan Anderson, 2009).

Sofyan (2012:33) menegaskan bahwa definisi wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata syariah bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Adapun kriteria umum pariwisata syariah ialah; pertama, memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum. Kedua, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan. Ketiga, menghindari kemusyrikan dan khurafat. Keempat, bebas dari maksiat. Kelima, menjaga keamanan dan kenyamanan. Keenam, menjaga kelestarian lingkungan. Ketujuh, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Secara khusus, pariwisata halal merupakan kegiatan perdagangan atau bisnis (pariwisata halal). Dalam literatur Islam, istilah "halal" merujuk pada semua yang diperintahkan dalam ajaran agama dan menjadi landasan bagi perilaku dan kegiatan umat Islam (Diyana Isleri Baskanlig, 2011). Secara khusus, halal digunakan untuk pengertian semua yang dapat dikonsumsi menurut al-Quran atau Hadis Nabi (Gulen, 2011). Istilah sebaliknya adalah "haram" yang mengacu pada tindakan pelanggaran atas ajaran agama oleh umat Islam. Oleh karena itu, seorang muslim diwajibkan untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas yang halal dan menghindari hal-hal yang diharamkan agama.

Kata "halal" berarti sesuatu yang diizinkan dan biasanya digunakan untuk pengertian sah. Konsep halal dalam Islam memiliki motif yang sangat spesifik seperti untuk melestarikan kemurnian agama, untuk menjaga mentalitas Islam, untuk mempertahankan hidup, untuk melindungi properti, untuk melindungi generasi masa depan, untuk menjaga harga diri dan integritas. Juga, definisi halal mengacu pada semua aspek kehidupan seperti perilaku yang diperbolehkan, ucapan, pakaian, perilaku, cara dan diet (Ijaj, 2011).

Selain itu, definisi halal dieksplorasi dalam berbagai cara karena arti yang luas dari penggunaan bahasanya di Timur dan dalam konteks yang sempit juga digunakan di Barat. Untuk umat Islam, apa yang membuat halal atau diizinkan biasanya dikembalikan pada hukum Islam yang sebagian besar bersifat pasti dan tidak berubah, serta tidak seperti hukum sekuler. Syariah adalah sistem moral hidup yang tidak terbatas pada persyaratan makanan yang boleh dikonsumsi dan terus berkembang dalam hubungannya dengan penduduk Muslim. Oleh karena itu, konsep halal itu penting untuk menjadi bagian dari merek (Ijaj, 2011).

Selain itu, kata halal bukan hanya elemen merek saja melainkan juga bagian dari sistem kepercayaan, kode etik-moral, dan integral dalam kehidupan sehari-hari. Akibatnya, apakah istilah halal atau pemenuhan prinsip-prinsip syariah merupakan suatu proses atau nilai yang diperoleh dalam memainkan peran penting untuk membentuk pikiran konsumen Muslim, terutama ketika membutuhkan konsumsi. Namun, jenis konsumsi di tingkat produk apa yang harus ditawarkan oleh banyak merek sebagai pendekatan yang lebih luas dari definisi halal yang harus diterapkan pada merek barang atau makanan (Ijaj 2011).

Sebagai konsekuensi yang tumbuh dari pasar terkait konsumsi yang halal, maka dari sisi demografi konsumen Muslim memfokuskan pada ketentuan ini. Konsumsi yang halal memberikan pengaruh dalam membuka kemungkinan cakrawala baru. Perusahaan-perusahaan besar yang bersifat multinasional mampu memproduksi minuman ringan, permen karet, dan suplemen kesehatan, vaksin, susu formula, bahan dan banyak lagi. Konsumsi halal menargetkan sebagai segmen pemasaran baru. Selain itu, produk halal bagi konsumen memberikan ruang untuk oleh semua orang sebagai perkumpulan global di sekitar topik ini (Md. Aminul Islam and Laura Kärkkäinen, 2013).

Dengan demikian, istilah wisata halal sebagaimana disosialisasikan dalam Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 dan Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Gedung Pusat Niaga, JIExpo (PRJ), Jakarta (Rabu, 30/10/2013), President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caudry, menjelaskan bahwa, "wisata halal 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”. Dalam hal ini hotel yang mengesung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita (Wuryasti, 2013).

Untuk lebih jelas, seperti dirinci Hamzah dan Yudiana (2015) dalam Dini Andriani, et. al. (2015), perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah atau wisata halal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Perbedaan wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah

No.	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Syari’ah/Halal
1	Obyek	Alam, budaya, Heritage, Kuliner	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spritualitas	Meningkatkan spritualitas dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	Guide	Memahami dan Menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi Masyarakat dan Lingkungan Obyek Wisata	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip syariah
8	Agenda Perjalanan	Setiap waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Wisata Halal dalam Industri Pariwisata Nasional

Indonesia memiliki banyak potensi berupa pemandangan alam yang bagus dengan 17.100 pulau dan 742 bahasa. Selain itu, Indonesia yang berpenduduk 250 juta orang merupakan negara kepulauan terbesar dengan panjang 5.120 km dari barat ke timur dan 1.760 km dari utara ke selatan. Dalam pariwisata syariah diperlukan beberapa aspek utama, yaitu ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah yang memadai, pelayanan buka puasa selama Ramadhan, serta adanya pembatasan aktivitas-aktivitas yang tidak sesuai dengan syariah (Lukman Hakim, <http://travel.kompas.com>).

Sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia berupaya terus mengembangkan wisata syariah di Tanah Air. Daya saing pariwisata

Indonesia sekarang ini berada di peringkat 50 dunia, dari sebelumnya berada di posisi 70. Indonesia terus berusaha menjadi yang terbaik, sehingga pada 2019 Indonesia ditargetkan berada di posisi 30

Data statistik wisatawan mancanegara pada Kementerian Pariwisata RI mencatat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara dari 19 pintu masuk utama pada tahun 2015 sebanyak 9,420,240 orang, dan periode Januari – Desember 2016 mencapai 10,405,947 orang. Hal ini berarti pula bahwa kunjungan wisatawan mengalami pertumbuhan sebesar 10,46 % (www.kemenpar.go.id).

Sementara itu, Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), Bambang Brojonegoro memaparkan bahwa pertumbuhan jumlah wisatawan mancanegara sebesar 21,2 % dalam periode Triwulan III 2015 – Triwulan III 2016. Rata-rata kunjungan wisman triwulan III tahun 2016 berjumlah 1.023.793 kunjungan, dan merupakan yang tertinggi berdasarkan catatan statistik kedatangan wisman bulanan. Dampaknya adalah sektor pariwisata secara konsisten menjadi penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia (Bappenas, 2016). Pariwisata di tahun 2013 mencapai 10.0541 juta US Dollar, sedangkan pada tahun 2016 melonjak 11.761.7 juta USDollar.

Oleh karena itu, Bappenas telah merencanakan pembangunan sektor pariwisata, yakni konsisten pada arah pembangunan hingga tahun 2025 berupa pengembangan kepariwisataan agar mampu mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan citra Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, serta memberikan perluasan kesempatan kerja. Bambang Brojonegoro (2016) menegaskan bahwa pengembangan kepariwisataan dilakukan dengan memanfaatkan keragaman pesona keindahan alam dan potensi nasional sebagai wilayah wisata bahari terluas di dunia. Selain itu mendorong kegiatan ekonomi yang terkait dengan pengembangan budaya bangsa. Kebijakan lainnya berupa jaminan lokasi destinasi wisata, penciptaan ekonomi lokal dan sikap masyarakat, layanan kemudahan bagi turis yang berkunjung, SDM dan kelembagaan pariwisata, pengembangan 10 destinasi prioritas, dan promosi wisata Indonesia.

Pada Rakornas Kepariwisata ke-4 pada 6-7 Desember 2016 di Jakarta dengan tema “Indonesia Incorporated, Meraih Target 15 Juta Kunjungan Wisatawan mancanegara dan 265 Juta Perjalanan Wisatawan Nusantara Tahun 2017”, yang dihadiri lebih dari 700 orang stakeholder pariwisata Indonesia, Kementerian Pariwisata pertama kali mengumumkan Indeks Pariwisata Indonesia (IPI) yang mengacu pada Travel and Tourism Competitive Indeks (TTCI) World Economic Forum dan United Nations World Organization yang disesuaikan dengan kondisi di Indonesia untuk mengukur kesiapan daerah tujuan wisata. Sejumlah indikator lain juga diterapkan, seperti policy support (prioritas pariwisata, keterbukaan regional, daya saing harga, environment sustainability), tourism enabler (lingkungan bisnis, keamanan, kesehatan dan kebersihan, SDM dan tenaga kerja, kesiapan teknologi informasi), infrastructure (infrastruktur bandara, infrastruktur pelabuhan dan darat, infrastruktur pelayanan pariwisata), dan natural & cultural resources (sumber daya alam dan sumber daya budaya) (<http://lifestyle.liputan6.com>).

Berdasarkan IPI tersebut, daya saing tertinggi industri pariwisata Indonesia masih didominasi di kota-kota besar. Denpasar, Bali menduduki peringkat IPI tertinggi dengan skor 3,81 dari rentang skala 0 sampai 5. Berikut 10 kabupaten dan kota dengan peringkat tertinggi Indeks Pariwisata Indonesia.

Tabel 2.
10 Peringkat Tertinggi Indeks Pariwisata Indonesia Tahun 2016

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Denpasar, Bali	3,81
2	Surabaya, Jawa Timur	3,74
3	Batam, Riau	3,73
4	Sleman, Yogyakarta	3,72
5	Semarang, Jawa Tengah	3,59
6	Badung	3,55
7	Bandung, Jawa Barat	3,39
8	Banyuwangi, Jawa Timur	3,30
9	Bogor, Jawa Barat	3,27
10	Bantul, Jawa Timur	3,22

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Adapun dilihat dari indikator aspek lingkungan pendukung bisnis pariwisata, peringkat kota di Indonesia dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3.
5 Peringkat Tertinggi Aspek Lingkungan Pendukung Bisnis Pariwisata Tahun 2016

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Denpasar	3,71
2	Sleman	3,42
3	Semarang	3,26
4	Surabaya	3,21
5	Bantul	3,19

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Untuk aspek tata kelola pariwisata, maka peringkat kota di Indonesia dapat dilihat berikut ini:

Tabel 4.
5 Peringkat Tertinggi Aspek Tata Kelola Pariwisata Tahun 2016

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Surakarta	3,99
2	Denpasar	3,79
3	Badung	3,68
4	Makasar	3,59
5	Yogyakarta	3,54

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Sementara dari aspek pendukung pariwisata dengan indikator aspek infrastruktur pendukung pariwisata, data peringkatnya berikut ini:

Tabel 5.
5 Peringkat Tertinggi Aspek Infrastruktur Pendukung Pariwisata Tahun 2016

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Makasar	4,33
2	Denpasar	4,12
3	Bandung	4,12
4	Surabaya	3,89
5	Palembang	3,75

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Sedangkan dilihat dari indikator aspek potensi wisata alam dan wisata buatan, data peringkatnya dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 6.
5 Peringkat Tertinggi Aspek Potensi Wisata Alam dan Wisata Buatan

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Sukabumi	3,79
2	Badung	3,45
3	Bogor	3,39
4	Wakatobi	3,29
5	Raja Ampat	3,25

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Untuk mewujudkan pengembangan wisata halal dalam industri pariwisata nasional, Dirjen Pemasaran Pariwisata akan melakukan pelatihan SDM, *capacity building*, dan juga sosialisasi. Kementerian Pariwisata juga akan belajar dari negara-negara lain yang sudah menerapkan konsep wisata halal, seperti Malaysia yang sudah lebih dulu dikenal sebagai destinasi wisata halal, serta melakukan sosialisasi dengan organisasi-organisasi pelaku pariwisata di Indonesia, misalnya Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) dan *Association of the Indonesia Tours and Travel* (ASITA). PHRI bisa memastikan hotel-hotelnya halal untuk wisatawan Muslim, sementara ASITA bisa membuat paket-paket wisata ke tempat wisata religi dan ziarah.

Pariwisata halal adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kementerian Pariwisata, 2012). Pariwisata halal dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata halal adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata halal tidak terbatas hanya pada wisata religi (Dini Andriani, et.al., 2015).

Dalam perkembangan pariwisata halal, Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah, pasal 1, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Dari industri perbankan berkembang ke sektor lain, yaitu asuransi

syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah (Peraturan ini telah dicabut melalui Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 11 tahun 2016).

Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pembangunan kepariwisataan meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

Adapun usaha pariwisata sebagaimana diatur dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009, bab VI, Pasal 14, 2009, mencakup antara lain: daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan spa.

Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. Pembangunan kepariwisataan merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional.

Dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, bab I, pasal 3, dinyatakan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Adapun tujuan pariwisata nasional dapat dilihat berikut ini:



Gambar 1. Tujuan Pariwisata Nasional

Dalam pengembangan pariwisata halal, Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU). Mereka akan bekerja sama untuk mengembangkan potensi dan standar pariwisata yang menjunjung tinggi budaya dan

nilai-nilai Islami. Standar pariwisata syariah ini nantinya akan dituangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Tujuan pariwisata halal adalah meningkatkan kunjungan wisatawan dalam maupun luar negeri untuk mengunjungi berbagai destinasi maupun atraksi pariwisata yang memiliki nilai-nilai Islami, yang tersebar di seluruh Indonesia. Tujuan lainnya adalah untuk mendorong tumbuh kembang bisnis syariah dalam industri pariwisata (*www.indonesiatravel*)

Indonesia sebagai Kiblat Wisata Halal Dunia

Pengembangan wisata halal penting karena manfaatnya tidak hanya dapat dirasakan oleh wisatawan Muslim. Wisata halal bersifat terbuka untuk semua orang. Kemenparekraf akan menggerakkan wisata halal di hotel, restoran, serta spa. Diharapkan wisata halal dapat menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang ramah untuk wisatawan Muslim dan memerlukan standarisasi. Ciri wisata halal antara lain ada paket-paket wisata halal yang meliputi destinasi ramah wisatawan Muslim, serta hotel, restoran, dan spa yang halal (Kemenparekraf, 2013).

Salah satu tujuan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meluncurkan wisata halal adalah menarik semakin banyak wisatawan asing, terutama Muslim. Terselip pula alasan lain yang mendasari diluncurkannya wisata jenis ini. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata tahun 2013, dari sekitar 7 juta wisatawan dunia, 1,2 juta diantaranya adalah Muslim, yang tentunya mengharapkan wisata berbasis syariah. Dengan wisata halal, mereka akan mudah menemukan makanan halal dan tempat ibadah. Namun, Indonesia meluncurkan wisata halal bukan semata untuk menarik wisatawan asing hingga meningkatkan jumlah kunjungannya per tahun. Keinginan dari turis domestik juga menjadi alasan karena menurut Kemenparekraf, semakin banyak wisatawan yang mengungkapkan kebutuhan mereka akan wisata halal.

Esthy Reko Astuti, Dirjen Pemasaran Pariwisata Kemenpar RI menyatakan bahwa untuk wisatawan domestik, kesadaran mereka untuk menginginkan produk halal semakin tinggi, jadi semakin banyak permintaan. Semakin banyak wisatawan yang menginginkan restoran berlabel halal serta hotel yang aman bagi keluarga dan anak-anak. Otomatis wisata syariah di sini sangat dibutuhkan untuk memenuhi tuntutan tersebut (<http://lifestyle.liputan6.com>).

Di samping itu, kepariwisataan diselenggarakan dengan prinsip-prinsip:

- a. menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
- b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;
- c. memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- d. memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
- e. memberdayakan masyarakat setempat;
- f. menjamin keterpaduan antarsektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan;
- g. mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan

h. memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (UU RI No. 10/2009 tentang Kepariwisata, Bab III).

Untuk mewujudkan pengembangan wisata halal dalam industri pariwisata nasional, Dirjen Pemasaran Pariwisata Kemenparekraf akan melakukan pelatihan SDM, *capacity building*, dan juga sosialisasi. Kemenparekraf juga akan belajar dari negara-negara lain yang sudah menerapkan konsep wisata syariah, seperti Malaysia yang sudah lebih dulu dikenal sebagai destinasi wisata syariah. Kemenparekraf turut melakukan sosialisasi dengan organisasi-organisasi pelaku pariwisata di Indonesia, misalnya Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) dan *Association of the Indonesia Tours and Travel (ASITA)*. PHRI bisa memastikan hotel-hotelnya halal untuk wisatawan Muslim, sementara ASITA bisa membuat paket-paket wisata ke tempat wisata religi dan ziarah.

Wisata halal mengedepankan produk-produk halal dan aman dikonsumsi turis Muslim. Namun, bukan berarti turis non-Muslim tidak bisa menikmati wisata halal. Dalam menerapkan wisata syariah di Indonesia yang diluncurkan tahun 2014, Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk menentukan standar halal bagi produk-produk pariwisata. MUI dan Kemenpar menjamin, sertifikasi halal ini tidak hanya bisa dimanfaatkan oleh wisatawan Muslim.

Menurut Ma'ruf Amin, Ketua MUI, menegaskan bahwa bagi turis Muslim, wisata syariah adalah bagian dari dakwah. Bagi yang non-Muslim, wisata syariah dengan produk halal ini adalah jaminan sehat. Sertifikasi halal MUI sudah melewati Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) jadi pasti dijamin sehat dan bersih. Wisatawan Muslim tak perlu khawatir akan kehalalannya, dan wisatawan non-Muslim bisa meyakini bahwa makanan ini pasti bersih.

Dalam wisata halal, destinasi yang ditunjuk wajib menyediakan makanan halal, memberikan akses yang mudah ke tempat ibadah, dan juga akomodasi, serta pelayanan yang sesuai standar syaria'ah. Kementerian Pariwisata meluncurkan wisata halal di Indonesia dengan tujuan menjadikan Indonesia destinasi yang ramah bagi turis Muslim. Bukan hanya destinasi wisata, fasilitas yang menunjangnya harus sesuai standar halal dari MUI. Karena itu, wisata halal perlu dilakukan dan digerakkan pada agen-agen wisata agar bisa membawa wisatawan Muslim ke tempat yang ramah dan sesuai syaria'ah.

Dalam kompetisi World Halal Tourism Awards 2016 di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab, 24 Oktober - 25 November 2016, Indonesia berhasil meraih 12 penghargaan dari 16 kategori yang dilombakan. Menurut Menteri Pariwisata RI, Arief Yahya, kemenangan ini justru menjadi awal untuk membangun ekosistem baru wisata halal di Indonesia, yang akan memberi kontribusi besar bagi pencapaian target kunjungan wisata. Indonesia sudah menjadi kiblat wisata halal dunia.

Adapun penghargaan dalam World Halal Tourism Awards 2016 dengan 12 kategori yang diraih Indonesia adalah:

1. World's Best Airline for Halal Travelers: Garuda Indonesia.
2. World's Best Airport for Halal Travelers: Sultan Iskandar Muda International Airport, Aceh Indonesia.
3. World's Best Family Friendly Hotel: The Rhadana Hotel, Kuta, Bali, Indonesia.
4. World's Most Luxurious Family Friendly Hotel: Trans Luxury Hotel Bandung Indonesia.

5. World's Best Halal Beach Resort: Novotel Lombok Resort & Villas, Lombok, NTB.
6. World's Best Halal Tour Operator: Ero Tour, West Sumatera Indonesia
7. World's Best Halal Tourism Website: www.wonderfullomboksumbawa.com, Indonesia.
8. World's Best Halal Honeymoon Destination: Sembalun Village Region, Lombok, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
9. World's Best Hajj & Umrah Operator: ESQ Tours & Travel, Jakarta, Indonesia.
10. World's Best Halal Destination: West Sumatera, Indonesia.
11. World's Best Halal Culinary Destination: West Sumatera, Indonesia
12. World's Best Halal Cultural Destination: Aceh, Indonesia.

Sementara itu, Kepala Deputy Bidang Pengembangan dan Promosi Pariwisata Nusantara, Esthy Reko Astuty mengatakan, banyak alasan mengapa Indonesia bisa menjadi kiblat bagi pariwisata halal dunia. Pertama, Indonesia memiliki banyak atraksi wisata dunia yang sudah dilengkapi dengan amenities, seperti hotel berstandar internasional. Kedua, aksesibilitas, yaitu bandara yang berstandar internasional dan domestik, serta upaya mengembangkan soft infrastrukturnya berupa sumber daya manusia. Ketiga, produk pariwisata halal merupakan produk wisata alternatif, artinya setiap wisatawan juga bisa memanfaatkan berbagai fasilitasnya. Produk wisata halal bukan hanya untuk turis timur tengah, tetapi juga untuk negara-negara seperti China, Korea, dan Jepang yang juga merupakan pasar potensial. Keempat, Indonesia merupakan pasar wisata halal terbesar yang diperkuat dengan tim percepatan pembangunan produk wisata halal (<http://lifestyle.liputan6.com>).

Kesimpulan

Pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Industri wisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material dan psikologis bagi wisatawan itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah. Wisata halal ini tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan (Muslim dan Non-Muslim). Inti dari wisata halal menekankan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya. Karena itu, untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya, antara lain melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata.

Referensi

- Al-Hamarneh, A. (2011). Islamic tourism: A long term strategy of tourist industries in the Arab world after 9/11. *Centre for Research on the Arab World*. Retrieved from <http://www.staff.unimainz.de>.
- Aminul Islam, Md & Kärkkäinen, L. (2013). Islamic tourism as a prosperous phenomenon in Lapland. *Thesis*. Rovaniemi University of Applied Sciences.
- Asdhiana, I.M. (2013). Indonesia Berpotensi Kembangkan Wisata Syariah. Retrieved from <http://travel.kompas.com/read/2013/10/31/0852207/>. October 13, 2013.
- Barber, R. (1993). *Pilgrimages*. London: The Boydell Press.
- Brojonegoro, B. (2016). Kepala Bappenas Bambang: Daerah harus kompak bantu pariwisata. Retrieved from <http://lifestyle.liputan6.com/read/2672032/kepala-bappenas-bambang-daerah-harus-kompak-bantu-pariwisata>.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-152. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3).
- Chadwick, R. A. (1994). Concepts, definitions, and measures used in travel and tourism research. In *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers*, J. R. B. Ritchie and C. R. Goeldner, eds., 66. New York: John Wiley.
- Din, K. (1989). Islam and tourism: Patterns, issues, and options. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 542-563. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90008-X](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(89)90008-X).
- Dini Andriani, et al. (2015). *Laporan Awal Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.
- Diyanet Isleri Başkanlığı (2011). Helal (The Halal). Retrieved from <http://www.diyanet.gov.tr/turkish/dy/DiniBilgilerDetay.aspx?ID=1884>.
- Duman, Teoman. (2011). Value of Islamic tourism offering: Perspectives from the Turkish experience. In *World Islamic Tourism Forum (WITF 2011)*, July 12-13, 2011. Malaysia: GITO & IAIS.
- Franklin, A. (2003). *Tourism: A new introduction*. London: Sage Publications.
- Galzacorta, M.A. & Omil, B.G. (2016). Pilgrimage As Tourism Experience: The Case Of The Ignatian Way. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 4(4), 52.
- Graburn, N. (1998). A quest for identity. *Museum International*, 50(3), 13–18.
- Graburn, N. (2001). Secular Ritual: A general theory of tourism. In V.L. Smith (Eds.), *Hosts and guests revisited. Tourism Issues in the 21st Century*. New York: Cognizant Communication Corp.
- Graburn, N. H. H. (1983). The antropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 9–33.
- Gulen, F. (2011). Helal lokma ve iffetli nesiller (Halal bite and virtuous generations). Retrieved from: http://www.herkul.org/kiriktesti/index.php?view=article&article_id=4597.
- Hamzah, M. & Yudiana, Yi. (2015). Analisis komparatif potensi industri halal dalam wisata syariah dengan konvensional. Retrieved from <http://catatanek18.blogspot.co.id/2015/02/analisis-komparatif-potensiindustri.html>.
- Hassan, A.R. (2004). Islamic tourism: The concept and the reality. *Islamic Tourism*, 14(2), 35-45.

- Hassan, A.R. (2007). Islamic tourism revisited. *Islamic Tourism*, 32(2).
- Henderson, J.C. (2010). Sharia-compliant hotel. *Tourism and Hospitality Research* 10(3), 246-254. DOI: <http://dx.doi.org/10.1057/thr.2010.3>.
- Ibo, A. (eds.). (2016). Ini 10 daerah dengan indeks pariwisata tertinggi di Indonesia. Retrieved from <http://lifestyle.liputan6.com/read/2671822/ini-10-daerah-dengan-indeks-pariwisata-tertinggi-di-indonesia>. December 7, 2016
- Ibo, A. (eds.). (2016). Ini 5 Destinasi dengan Indeks Daya Saing Wisata Tertinggi. Retrieved from <http://lifestyle.liputan6.com/read/2673886/ini-5-destinasi-dengan-indeks-daya-saing-wisata-tertinggi>. December 9, 2016.
- Ijaj, A. 2011. Halal concept & brands. Retrieved from <http://halal-brands.blogspot.fi/>.
- Jaelani, A. (2016a). Islamic tourism development in Cirebon: The study heritage tourism in Islamic economic perspective. *Journal of Economics Bibliography*, 3(2), 215-235. Available at MPRA Paper No. 74833: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/74833/>.
- Jaelani, A. (2016b). Cirebon as the silk road: A new approach of heritage tourism and creative economy. *Journal of Economics and Political Economy*, 3(2), 264-283. Available at MPRA Paper No. 75189: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/75189/>.
- Jaelani, A., Setyawan, E., & Hasyim, N. (2016). Religious Heritage Tourism and Creative Economy in Cirebon: The Diversity of Religious, Cultures and Culinary. *Journal of Social and Administrative Sciences*, 3(1), 63-76. Available at MPRA Paper No. 75181: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/75181/>.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourism. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19.
- Kementerian Pariwisata. (2012). Kemenparekraf promosikan Indonesia sebagai destinasi pariwisata syariah dunia. Retrieved from <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042>.
- Medic dan Middleton (1973). Product formulation in tourism. *Tourism and Marketing*, 13:173-201.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1998). *The tourism system*. Iowa: Kendall.
- Nash, D. (1996). *Anthropology of tourism*. Oxford: Pergamon.
- Park, D.B. & Yoon, Y.S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99–108. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.011>
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19, 51-67.
- Sahih al-Bukhari, USC-MSA web (English) reference.
- Samori, Z., Md Salleh, N.Z. & Khalid, M.M. (2016). Current Trends in Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*, 19: 131–136. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>.
- Shackley, M. (2001). *Managing sacred sites*. London: Continuum.
- Shakiry, A.S. (2008). Tourism halal imposing themselves little by little. Retrieved from http://www.islamictourism.com/news_A.php/3838.
- Sigaux, J. (1996). *History of tourism*. London: Leisure Arts.
- Smith, V. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, V. (1992). The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19, 1-17.

- Sofyan, R. (2012). *Prospek bisnis pariwisata syariah*. Jakarta: Republika
- Tajzadeh, N.A. (2013). Value creation in tourism: An Islamic approach. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(5). 1252-1264.
- The Minister of Tourism. (2014). *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syari'ah*. Jakarta: Kemenpar.
- The Minister of Tourism. (2009). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan*. Jakarta: Kemenpar.
- Timothy, D.J., & Olsen, H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Oxford: Routledge.
- Vukonic, B. (1996). *Tourism and religion*. Oxford: Pergamon.
- Wuryasti, F. (2013). Wisata halal, konsep baru kegiatan wisata di Indonesia. Retrieved from <http://travel.detik.com/read/2013/10/30/152010/2399509/1382/>.
- Yahya, Arief. (2016). Alasan Indonesia Layak Jadi Kiblat Pariwisata Halal Dunia. Retrieved from <http://lifestyle.liputan6.com/read/2684766/alasan-indonesia-layak-jadi-kiblat-pariwisata-halal-dunia>. December 13, 2016.
- Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. C. (2009). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The cases of Iran and Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 12(1).