



halal tourism  
indonesia  
The Halal Wonders

DESAIN STRATEGI RENCANA AKSI  
**PARIWISATA  
HALAL**  
NUSA TENGGARA BARAT

KEMENTERIAN PARIWISATA  
INDONESIA  
2018

# **PARIWISATA HALAL**

**DESAIN STRATEGI DAN RENCANA AKSI (DSRA)**

**PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT**

**TAHUN 2018 - 2019**

## KATA PENGANTAR

Saat ini konsep pariwisata halal telah menjadi tren dalam ekonomi global, mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan, hingga gaya hidup. Sebagai tren baru gaya hidup, maka banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisatanya dengan konsep halal dan Islami. Bahkan negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru, dan sebagainya yang *notabene* bukan negara mayoritas berpenduduk muslim turut membuat produk wisata halal. Terminologi wisata halal masih belum memiliki batasan yang jelas. Dan masih menggunakan beberapa nama yang cukup beragam diantaranya *Islamic Tourism, Halal Friendly Tourism Destination, Halal Travel, Muslim-Friendly Travel Destinations, halal lifestyle*, dan lain-lain. Bahkan di Indonesia sendiri batasan konsep pariwisata halal juga belum jelas. Menurut beberapa pakar pariwisata 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. Penelitian ini mengidentifikasi kondisi wisata syariah di Indonesia dengan beberapa provinsi yang kuat akan ke-Islamiannya.

Adapun beberapa dukungan pemerintah apabila diberikan secara sinergis dapat membawa manfaat yang jauh lebih besar dibandingkan jika hanya dilakukan oleh masing-masing kementerian/lembaga. Untuk itu diperlukan adanya sinergitas konkret yang dapat mulai diinformasikan melalui DSRA ini.

Sehubungan dengan konsep pariwisata halal yang bersifat multidimensi dan multidisiplin, maka keikutsertaan Kementerian Pariwisata dan kementerian terkait lainnya memiliki andil besar dalam pembangunan pariwisata halal.

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1.    LATAR BELAKANG .....	1
1.2.    MAKSUD, TUJUAN DAN SASARAN PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK ..	6
1.3.    METODOLOGI PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK .....	8
1.4.    STRUKTUR ISI NASKAH AKADEMIK.....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS</b> .....	13
2.1.    KAJIAN TEORITIS .....	13
2.2.    KAJIAN TERHADAP ASAS-ASAS KEPARIWISATAAN DAN PRINSIP PEMBANGUNAN.....	47
2.3.    KAJIAN KODISI KEPARIWISATAAN DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT 57	
2.4.    KAJIAN PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT.....	59
2.5.    PROFIL TARGET PASAR MANCANEGARA PARIWISATA HALAL .....	73
<b>BAB III KAJIAN TERHADAP PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT</b> ...	75
3.1.    KAJIAN TERHADAP PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT KEPARIWISATAAN DI TINGKAT NASIONAL.....	75
3.2.    KAJIAN TERHADAP PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT KEPARIWISATAAN DI TINGKAT PROVINSI.....	94
<b>BAB IV JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN ISI DESAIN STRATEGI DAN     RENCANA AKSI (DSRA)</b> .....	99
4.1.    JANGKAUAN .....	99
4.2.    ARAH PENGATURAN.....	100

4.3.	ISI DSRA.....	103
------	---------------	-----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	TOP 20 OIC Destination.....	14
Gambar 2	<i>Destination Product</i> .....	18
Gambar 3	<i>Halal Tourism Market</i> .....	22
Gambar 4	<i>Size of the Islamic Travel Market (2014 – 2020f)</i> .....	23
Gambar 5	<i>Top Muslim Tourist Sources, by expenditure, 2013 (Billion USD)</i> .....	23
Gambar 6	<i>Size of the Islamic Travel Market (2014-2020f)</i> .....	24
Gambar 7	<i>Global Muslim Travel Index</i> .....	24
Gambar 8	Perbandingan Pasar Wisata Muslim.....	25
Gambar 9	Karakteristik Pariwisata Syariah .....	27
Gambar 10	Cakupan Destinasi Pariwisata .....	37
Gambar 11	Model Kompetensi SDM .....	42
Gambar 12	Model Pariwisata yang Bertanggung Jawab .....	50
Gambar 13	Pentahelix Role Model Kepariwisata .....	52
Gambar 14	Proses Manajemen Strategis.....	54
Gambar 15	Peta Destinasi Pariwisata Nasional di Provinsi NTB .....	58
Gambar 16	<i>Mataram’s Islamic Center</i> .....	62
Gambar 17	Pantai Senggigi .....	64
Gambar 18	Festival Bau Nyale.....	66
Gambar 19	Desa Sembalun .....	67
Gambar 20	Air Terjun Sendang Gile.....	68
Gambar 21	Gunung Tambora, Teluk Saleh, dan Pulau Moyo.....	71
Gambar 22	Istana Kesultanan Bima (Museum Asi Mbojo) .....	72
Gambar 23	Jalur Kereta Api Trans Sulawesi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Gambar 24 Peta Konektivitas Transportasi Darat .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 25 Konektivitas Transportasi Laut .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 27 Logo <i>friendly Lombok</i> .....	104

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tourist Arrivals .....	2
Tabel 2 GMTI Wisata Halal .....	15
Tabel 3 Operasional Pengelolaan Destinasi Pariwisata .....	39
Tabel 4 Standar Pariwisata Halal.....	44
Tabel 5 Daftar Kabupaten/Kota di Provinsi NTB.....	59
Tabel 7 Jumlah Daya Tarik dan Cagar Budaya Provinsi NTB .....	61
Tabel 8 Amenitas di Provinsi NTB .....	73
Tabel 9 Panjang Jalan Menurut Kondisi Jalan di Provinsi NTB Tahun 2016 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 10 Panjang Jalan Menurut Status Jalan di Provinsi NTB (km) Tahun 2015-2016 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 11 Daftar Maskapai Penerbangan Di Bandara Sultan Hasanuddin	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 12 Konektivitas Transportasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 13 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2017.....	74
Tabel 14 Pembagian Kewenangan Urusan Pemerintahan Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 .....	78
Tabel 15 Kawasan Pariwisata Unggulan .....	103
Tabel 16 Target Wisatawan 2019 .....	104
Tabel 17 <i>Destination Origin Timeline</i> .....	105
Tabel 18 Program Utama .....	106

Tabel 19 Program Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat ..... 107

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG

Berbagai perkembangan dan peristiwa dewasa ini membawa pengaruh besar pada perkembangan kepariwisataan, terutama kepariwisataan daerah. Banyak potensi dan sekaligus permasalahan serta isu baru yang muncul ke permukaan yang membutuhkan cara penanganan dengan pendekatan-pendekatan yang spesifik. Dinamika tersebut perlu diakomodasi ke dalam produk-produk rencana yang ada di daerah agar potensi, permasalahan serta isu-isu baru yang muncul dapat ditampung dan menjadi dasar dalam menyusun kebijakan serta program tindak.

Pariwisata saat ini sudah dianggap sebagai salah satu penggerak dalam keberhasilan ekonomi suatu daerah, karena dalam perkembangan dan kegiatannya pariwisata dianggap mampu memberikan peluang pekerjaan dan mendorong pertumbuhan ekonomi setempat. Pariwisata yang juga merupakan bidang yang bersifat *multiplier effect* tentu hanya mampu berdiri jika adanya suatu kesatuan yang menopang satu sama lain dan saling memberikan pengaruh untuk mensejahterakan masyarakat dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

Pariwisata merupakan salah satu kebutuhan manusia yang harus dipenuhi. Sebagai suatu aktivitas, pariwisata adalah salah satu fenomena antara manusia, barang dan jasa yang melewati proses berkesinambungan dan terikat erat dengan aspek-aspek lain yang ada dilingkungannya (Inskeep, 1991:269). Dalam penyediaannya, kegiatan pariwisata mempunyai banyak kebutuhan seperti daya tarik utama, akomodasi dan layanan jasa yang harus memadai. Salin itu,



pariwisata yang merupakan sebuah kesatuan dari berbagai bidang, tentunya dipenuhi pula oleh berbagai macam kondisi dari bidang-bidang lain disekitarnya.

Pariwisata saat ini dijadikan sebagai salah satu industri besar di berbagai negara termasuk Indonesia sebagai salah satu penghasil devisa dengan tujuan meningkatkan arus kunjungan wisatawan baik wisatawan dalam negeri dan mancanegara ke suatu negara/daerah, akan mendorong berbagai mata rantai aktifitas yang berdampak positif terhadap berbagai sendi kehidupan berbangsa dan bernegara, terutama dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, meghilangkan kemiskinan dan mengatasi pengangguran. Potensi pengembangan aktivitas pariwisata sudah sedemikian besarnya sehingga UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*) memprediksi perjalanan kepariwisataan global seperti tabel berikut :

**Tabel 1**  
**Tourist Arrivals**

Region	TOURIST ARRIVALS (million)			
	1995	2000	2010	2020
EUROPE	335	390	527	717
EAST ASIA/PACIFIC	80	116	231	438
AMERICAS	111	134	195	284
AFRICA	20	27	46	75
MIDDLE EAST	14	19	37	69
SOUTH ASIA	4	6	11	19
<b>WORLD</b>	<b>564</b>	<b>692</b>	<b>1.047</b>	<b>1.602</b>

Sumber : UNWTO

Hal lain yang mencakup isu kepariwisataan global yang perlu dicermati berdasarkan UNWTO 2011 adalah sebagai berikut :

1. Perjalanan *Short haul* dan *Regional* semakin populer,
2. Peningkatan konektivitas dengan semakin meningkatnya *Low Cost Carrier*,

3. Meningkatnya kebutuhan pengalaman wisatawan,
4. Ekspansi terhadap *distribution channel* pada produk wisata,
5. *Web* dan *mobile technologies* sebagai alat pemasaran yang utama,
6. Kemudahan akses informasi,
7. Pengembangan produk pariwisata baru

Dalam konteks pasar internasional, perkembangan pasar wisata Muslim juga mengalami peningkatan dengan semakin membaiknya kondisi negara-negara Islam dunia. Perjalanan wisatawan Muslim Internasional semakin meningkat terutama yang berasal dari Timur Tengah (Republika, 2012). Kegiatan berbelanja wisatawan Muslim internasional mengalami peningkatan dari sebesar 126 Milyar Dollar pada tahun 2011 dan diprediksi akan meningkat sebesar 192 Milyar Dollar pada tahun 2020.

Syarat utama dari destinasi yang menjadi tujuan wisata untuk segmen ini adalah makanan halal. Untuk wilayah Eropa, terdapat 9 populasi Muslim yang akan mencapai lebih dari 10% pada tahun 2030 (Republika, 2012) yang terdiri dari :

- |                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| 1. Kosovo 93,5%                | 5. Bulgaria 15,7% |
| 2. Albania 83,2%               | 6. Rusia 14,4%    |
| 3. Bosnia 42,7%                | 7. Georgia 11,5%  |
| 4. Republik Makedonia<br>40,3% | 8. Prancis 10,3%  |
|                                | 9. Belgia 10,2%   |

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Economist Intelligence Unit* rata-rata wisatawan internasional Muslim ini berusia 24 tahun dan memiliki tingkat pendidikan yang baik.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia dan juga sebagai destinasi pariwisata di Asia Pasifik diharapkan mampu menjadi destinasi Pariwisata Syariah. Pada tanggal 17 November 2013, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mendeklarasikan Gerakan Ekonomi Syariah (GERS) yang

diikuti oleh **Program Pariwisata Syariah** oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Pariwisata Halal secara global dimulai dengan diadakannya 1st *Organization Islamic Conference (OIC) International Forum on Islamic Tourism* di Jakarta yang menghasilkan beberapa rekomendasi antara lain :

1. Perlu adanya peningkatan *awareness* dan penjelasan mengenai Pariwisata Syariah dan signifikasinya terhadap perekonomian yang dapat membuat hubungan sesama umat Muslim dan lingkungan sekitarnya menjadi semakin erat,
2. Sekretariat Jenderal OKI bersama dengan negara-negara anggota hendaknya menyelenggarakan sejumlah pertemuan lanjutan mengenai Pariwisata Syariah, termasuk dalam mengembangkan *Branding* dan *Positioning* pada pasar Pariwisata dunia.
3. Mendorong Sekretariat Jenderal dan negara anggota OKI untuk mengadakan *Event International* tahunan pariwisata Syariah,
4. Mendorong arus wisatawan antara negara-negara OKI dengan mengimplementasikan kebijakan nasional melalui fasilitas visa, pembangunan kapasitas dan menyediakan iklim kondusif bagi investasi Pariwisata Syariah,
5. Mengimbau *Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC)*, *Islamic Centre for Development of Trade, Research Centre for Islamic History, Art and Culture (IRCICA)*, *Islamic Educational, Scientific and Cultural Organization* dan *Islamic Development Bank Group*, memberikan dukungan pembangunan kapasitas untuk pengembangan Pariwisata Syariah di negara-negara anggota OKI,
6. SESRIC hendaknya dapat menyediakan studi dan riset mendetail mengenai Pariwisata Syariah, perilaku wisatawan Muslim dan peluang investigasi Pariwisata Syariah serta memberikan hasilnya

pada Konferensi Menteri Pariwisata OKI yang ke-9 di Niger pada tahun 2015,

7. IRCICA juga diharapkan dapat menghasilkan studi pengembangan situs budaya dan menyediakan informasi sejarah, seni dan ilmu pengetahuan Islam dan menyerahkan hasilnya pada Konferensi Menteri Pariwisata OKI yang ke-9 di Niger pada tahun 2015,
8. *Standard and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC)* diharapkan dapat mengaktifkan kembali Komite Wisata dan membuat standar industri Pariwisata Syariah, produk dan jasanya,
9. Kamar Dagang dan Industri Syariah hendaknya mendorong transaksi bisnis Pariwisata Syariah diantara negara-negara OKI,
10. Meminta IDB Group membuat skema pembiayaan untuk pengembangan Pariwisata Syariah di negara-negara anggota OKI,
11. Pelaku industri Pariwisata Syariah di negara-negara anggota OKI hendaknya :
  - a. Menyebarluaskan program Pariwisata Syariah melalui asosiasi wisata nasional,
  - b. Bekerjasama aktif dengan pemerintah pusat dan daerah dalam mengembangkan Pariwisata Syariah,
  - c. Meningkatkan program pembangunan kapasitas untuk efektivitas Pariwisata Syariah,
  - d. Mempromosikan Pariwisata Syariah di tingkat internasional,
  - e. Menggunakan segala jenis media komunikasi termasuk sosial media dalam mempromosikan produk Pariwisata Syariah,
  - f. Menyediakan lebih banyak penyedia jasa Pariwisata Syariah yang tersertifikasi.
12. Mengusulkan untuk membentuk *Working Group* Pariwisata Syariah dan mengeksplorasi kemungkinan untuk membuat Rencana Aksi Pariwisata Syariah pada Konferensi Menteri pariwisata OKI,

13. Laporan dan rekomendasi dari forum ini diharapkan dapat diadopsi pada Konferensi Menteri Pariwisata OKI yang ke-9 di Niger pada tahun 2015.

Kepariwisataan pada era Presiden Joko Widodo menjadi perhatian utama dalam pengembangan ekonomi nasional, dengan target 20 juta wisatawan mancanegara dan 275 juta wisatawan nusantara pada tahun 2019 dari Kementerian Pariwisata. Pembangunan destinasi Pariwisata Syariah merupakan salah satu upaya *deferensiasi* produk maupun pasar wisata. Pembangunan destinasi Pariwisata Syariah, membutuhkan kebutuhan yang berbeda sehingga perlu dikembangkan kriteria maupun standar daya tarik maupun fasilitas wisatanya yang memenuhi syariah *compliance*.

Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (selanjutnya disebut UU 12 Tahun 2011) sebagai pengganti Undang-undang Nomor 10 Tahun 2004 dengan penambahan ketentuan yang terjadi dengan adanya Undang-undang baru tersebut, salah satunya keharusan menyertakan Naskah Akademik dalam rancangan peraturan yang diajukan. Naskah Akademik sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 angka 11 Undang-undang Nomor 12 Tahun 2011 adalah hasil penelitian atau pengkajian hukum dan hasil penelitian terhadap suatu masalah tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai pengaturan masalah dalam suatu Rancangan Undang-undang, Rancangan Peraturan Daerah Provinsi atau Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota sebagai solusi terhadap permasalahan dan kebutuhan hukum masyarakat lokal atau adat.

## **1.2. MAKSUD, TUJUAN DAN SASARAN PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK**

### **1.2.1 MAKSUD PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK**

Maksud dari penyusunan naskah akademik pengembangan destinasi pariwisata halal adalah untuk menjamin percepatan pengembangan pariwisata Halal yang dapat memenuhi target kunjungan wisatawan mancanegara muslim tahun 2019 dengan melibatkan seluruh stakeholder terkait secara sinergis dan optimal.

#### 1.2.2 TUJUAN PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK

Secara rinci tujuan penyusunan naskah akademik dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Kajian terhadap situasi pengembangan pariwisata halal di destinasi unggulan,
2. Kajian terhadap penetapan kawasan pariwisata unggulan dan target pasar mancanegara pariwisata halal,
3. Kajian terhadap strategi pengembangan pariwisata halal untuk meraih target pariwisata halal tahun 2019,
4. Kajian terhadap rencana aksi yang mencakup program pemasaran, program percepatan/penguatan destinasi, serta program percepatan/penguatan industri dan kelembagaan pariwisata halal.

#### 1.2.3 SASARAN PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK

Secara rinci sasaran penyusunan naskah akademik dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Teridentifikasi situasi pengembangan pariwisata halal di destinasi unggulan,
2. Ditetapkannya kawasan pariwisata unggulan dan target pasar mancanegara pariwisata halal,
3. Terumuskannya strategi pengembangan pariwisata halal untuk meraih target pariwisata halal tahun 2019,

4. Terumuskannya rencana aksi yang mencakup program pemasaran, program percepatan/ penguatan destinasi, serta program percepatan/ penguatan industri dan kelembagaan pariwisata halal.

### **1.3. METODOLOGI PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK**

Secara rinci metode dalam penyusunan naskah akademik dapat terbagi menjadi dua, yaitu metode penyusunan dan teknik alat kumpul data, sebagai berikut:

#### **1.3.1 METODE PENYUSUNAN**

Penyusunan naskah akademik akan mengacu kepada aspek utama yang diteliti yaitu aspek pemasaran, serta industri dan kelembagaan pariwisata halal. Dengan 3 (tiga) aspek penelitian maka dalam pemakaian pendekatan metode penelitian pun tidak bisa menggunakan satu pendekatan saja.

Metode studi yang digunakan dalam penyusunan naskah akademik ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang bertujuan membuat deskripsi atas suatu fenomena alam/sosial secara sistematis faktual dan akurat (Wardiyanta, 2006:5). Dalam penelitian ini semua aspek (produk dan pelayanan, dukungan pemerintah, sumberdaya manusia, infrastruktur dan tata kelola) yang merupakan aspek dalam penyusunan naskah akademik, akan dideskripsikan secara jelas dan gamblang terutama pada hal-hal yang berkaitan dengan potensi sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pariwisata halal.

Penelitian ini menemukan seluruh aspek pariwisata halal secara aktual dan potensial yang terdapat pada regional 1, sehingga dibutuhkan cara penelitian komprehensif dengan mengkombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dalam Wardiyanta (2006:4) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif, dalam

penelitian ini metode kuantitatif akan banyak digunakan pada aspek pasar dan pemasaran serta produk wisata, sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan data kualitatif, yang akan banyak diaplikasikan kepada aspek produk wisata, pasar dan pemasaran, serta aspek sosial, ekonomi dan budaya. Perbedaan metode ini akan berpengaruh pada langkah selanjutnya, masing-masing penelitian mempunyai sifat dan ciri masing-masing.

### 1.3.2 TEKNIK DAN ALAT KUMPUL DATA

Data adalah catatan mengenai fakta dari fenomena/ keadaan yang diamati. Tujuan pengumpulan data adalah memperoleh fakta yang diperlukan guna mencapai data yang telah dirumuskan. Kualitas data ditentukan oleh akurabilitas, reliabilitas, validitas dan variabilitas. Untuk memperoleh data yang baik, peneliti harus bisa memahami data secara mendalam, mulai dari jenis data, sampai dengan cara pengambilan. Data sekunder dan data primer, adalah dua jenis data yang diklasifikasikan berdasarkan sumber data. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber primer, informasi langsung dari responden. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden.

#### 1. Teknik Pengumpulan Data

##### a. FGD (*Focus Group Discussion*)

*Focus Group Discussion* dilakukan dengan melibatkan unsur pentahelix yang merupakan stakeholders terkait pengembangan pariwisata halal.

##### b. Observasi

Metode observasi adalah cara mengumpulkan data berdasarkan pada pengamatan langsung terhadap gejala fisik obyek penelitian.



Sanafiah Faisal (1990, dalam Sugiyono 2006:226) mengklarifikasikan oservasi menjadi observasi partisipatif, observasi secara terang-terangan dan tersamar, serta observasi tidak berstruktur. Observasi partisipatif, mengharuskan peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati, merasakan suka dan duka sumber data. Observasi tersamar dan terang-terangan, dalam penelitian peneliti menyatakan secara terang-terangan, untuk mencari data yang memang masih menjadi rahasia. Observasi tak berstruktur adalah observasi yang tidak disiapkan secara sistematis tentang apa yang akan di observasi. Dengan teknik observasi hal-hal yang menjadi obyek pengamatan berupa pengamatan terhadap 4 (empat) aspek pariwisata halal.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengambilan data melalui dokumen-dokumen atau catatan-catatan yang terkait dengan masalah yang diteliti. Untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan valid maka peneliti dapat mengevaluasi atau menilai data sekunder yang sudah didapatkan.

d. Teknik Wawancara

Teknik wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterberg, 2002 dalam Sugiyono, 2007:231). Dalam Sugiyono, Esterberg (2002) mengemukakan bahwa ada tiga macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, semi struktur dan tidak terstruktur. Dalam melakukan wawancara terstruktur peneliti harus mempunyai instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Wawancara semistruktur memungkinkan pewawancara

untuk mengemukakan permasalahan secara terbuka dan lebih bebas. Wawancara tidak berstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

## 2. Alat Kumpul Data

### a. Daftar Periksa (checklist)

Dalam observasi, seringkali diperlukan sebuah daftar yang dimaksudkan sebagai penolong untuk mencaat setiap faktor secara sistematis (Winarno, 1990:169). Setiap faktor yang diamati disusun dalam suatu bentuk yang menyerupai tabel dan pada waktu pengamatan, pekerjaan petugas adalah mengisi ruang atau lajur tertentu dengan tanda cek yang sudah ditetapkan terlebih dahulu. Daftar periksa digunakan untuk aspek produk pariwisata untuk mengidentifikasi aspek-aspek dalam pariwisata halal.

### b. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara berisi hal-hal yang menunjukkan siapa yang akan dihubungi dan dalam bentuk pertanyaan orang-orang itu dihubungi, jadi di dalam pedoman wawancara ini adalah bentuk-bentuk pertanyaan yang akan dimajukan, baik yang telah dirumuskan dengan lengkap maupun yang tidak. Pedoman wawancara digunakan untuk menilai aspek produk pelayanan, sumberdaya manusia, dukungan pemerintah, serta infrastruktur diajukan kepada pemerintah, pengelola daya tarik wisata dan usaha pariwisata serta tokoh-tokoh masyarakat dan masyarakat umum seperti pemuda dan keluarga.

#### 1.4. STRUKTUR ISI NASKAH AKADEMIK

Adapun struktur naskah akademik dalam pembuatan desain strategi dan rencana aksi (DSRA) Pariwisata Halal adalah sebagai berikut :

1. Analisis Situasi
  - a. Kawasan Pengembangan Pariwisata
  - b. Kondisi Eksisting Pariwisata Halal
  - c. Potensi dan Permasalahan
2. Formulasi Strategi
  - a. Pemetaan Pariwisata Halal
  - b. Visi, Misi dan Tujuan Pengembangan
  - c. Konsep Pengembangan
3. Implementasi Strategi
  - a. Strategi Pengembangan
  - b. Program Utama
4. Program Prioritas
  - a. Rencana Aksi
  - b. Quick Win

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS

#### 2.1. KAJIAN TEORITIS

##### 2.1.1 GLOBAL MUSLIM TRAVEL INDEX

Berdasarkan laporan *States of Global Islamic Economy (SGIE)* tahun 2015-2016, nilai pariwisata halal pada 2014 mencapai 14,2 miliar dolar AS, tumbuh 6,3 persen dibanding 2013 dengan mengecualikan haji dan umrah. Pelancong asal Timur Tengah dan Afrika Utara adalah penyumbang terbesar untuk pengeluaran di sektor ini dengan nilai 5,3 miliar dolar AS atau 37 persen dari total belanja wisatawan meski populasi hanya 3 (tiga) persen dari total populasi Muslim global pada 2014. Diperkirakan pada 2020 belanja Muslim untuk pariwisata diprediksi akan mencapai 233 miliar dolar AS. Terdapat 6 (enam) kebutuhan pokok wisatawan Muslim yang diidentifikasi dalam studi Crescent Rating di 130 negara yaitu:

1. Makanan Halal
2. Fasilitas Shalat
3. Kamar Mandi dengan air untuk wudhu
4. Pelayanan saat bulan Ramadhan
5. Pencantuman Label Non Halal (Jika ada makanan yang tidak halal)
6. Fasilitas rekreasi yang privat (tidak bercampur baur secara bebas)

*Global Muslim Travel Index (GMTI)* merupakan salah satu acuan yang saat ini dapat dijadikan indikator utama dalam melihat isu-isu terbaru terkait dengan pariwisata halal dan pasar pariwisata halal. GMTI juga telah mengidentifikasi bahwa Malaysia sebagai peringkat pertama "TOP 20 OIC DESTINATION" dan Indonesia pada peringkat 3 (tiga).

Gambar 1  
TOP 20 OIC Destination



Sumber : GMTI, 2017

Malaysia mampu secara konsisten memberikan fasilitas dan pelayanan untuk wisatawan muslim melingkupi 3 kriteria utama dalam penilaian GMTI 2016, yaitu (1) Destinasi yang aman dan ramah untuk aktifitas liburan keluarga, (2) Fasilitas dan pelayanan yang ramah muslim dan (3) Pemasaran dan kesadaran destinasi tentang wisata halal.

Secara detail GMTI telah menetapkan 3 kriteria dan 11 indikator wisata halal yang dapat dilihat berikut ini :

**Tabel 2**  
**GMTI Wisata Halal**

<b>3 KRITERIA DAN 11 INDIKATOR TURUNAN WISATA HALAL - GMTI</b>		
<p style="text-align: center;"><b>DESTINASI RAMAH KELUARGA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Destinasi wisata harus ramah keluarga</li> <li>- Keamanan umum bagi wisatawan Muslim</li> <li>- Jumlah kedatangan wisatawan Muslim yang cukup ramai</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>LAYANAN &amp; FASILITAS DI DESTINASI YANG RAMAH MUSLIM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pilihan makanan dan jaminan halalnya.</li> <li>- Akses ibadah yang mudah dan baik.</li> <li>- Fasilitas di bandara yang ramah Muslim.</li> <li>- Opsi akomodasi yang memadai.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>KESADARAN HALAL DAN DESTINASI PEMASARAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan komunikasi</li> <li>- Jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisatawan Muslim.</li> <li>- Konektivitas transportasi udara.</li> <li>- Serta persyaratan visa.</li> </ul>

Sumber : GMTI, 2017

Dalam GMTI 2016, ada tiga kelompok kriteria wisata halal yang dideskripsikan adalah; **Pertama**, destinasi ramah keluarga dengan indikatornya mencakup destinasi ramah keluarga, keamanan umum dan wisatawan Muslim, serta jumlah kedatangan wisatawan Muslim. **Kedua**, layanan dan fasilitas di destinasi yang ramah Muslim dengan indikator, adalah pilihan makanan dan jaminan halal, akses ibadah, fasilitas di bandara, serta opsi akomodasi. **Ketiga**, kesadaran halal dan pemasaran destinasi dengan indikator kemudahan komunikasi, jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisatawan Muslim, konektivitas transportasi udara, serta persyaratan visa.

#### 2.1.2 PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

*"Tourism is a planned, developed and managed in such a manner that its natural and cultural resources are not depleted or degraded, but maintain as viable resources on a permanent basis for continuous future used"*  
( Inskeep, 1991:29).

Melalui pendekatan ini pariwisata direncanakan, dikembangkan dan dikelola tanpa menyebabkan kerusakan dan penurunan kualitas sumber daya alam dan budaya yang ada dan tetap memperhatikan pemanfaatannya untuk penggunaan di masa yang akan datang.

*"Sustainable tourism development meets the needs of present tourist and host regions while protecting and enhancing opportunity for the future. It is envisaged as leading the management of all resources in such way that economic, social and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological process, biological diversity, and life support system"* ( John Wiley, 2002: 225).

Maksudnya adalah pembangunan pariwisata yang berkelanjutan mempertemukan kebutuhan dari wisatawan saat ini dengan daerah setempat dan juga melindungi/melestarikan dan meningkatkan kesempatan di masa yang akan datang. Hal ini dipertimbangkan sebagai pedoman pengelolaan dari semua sumber daya dan dengan cara itu kebutuhan perekonomian, sosial, dan kebutuhan estetika dapat terpenuhi selain itu juga untuk memelihara integritas budaya, proses dasar ekologi, keanekaragaman biologi dan sistem pendukung kehidupan. Konsep lain tentang pembangunan pariwisata yang berkelanjutan adalah :

*"Sustainable development is a process which allows development to take place without degrading or deplating the resource which make the development possible. This is generally achieved either by managing the resources so that they are able to renew themselves at the same rate as which they are used, or switching from the use of a slowly regenerating resource to one which regenerates more repiclly. In this way, resources remain able to support future as well as current generation"* ( Mcintyre, 1993:10).

Maksudnya adalah pembangunan pariwisata yang berkelanjutan merupakan pembangunan yang dilakukan dengan tidak merusak atau

menurunkan kualitas dari sumber daya. Hal ini biasanya dilakukan dengan mengelola sumber daya sedemikian rupa agar sumber daya mampu untuk memperbaharui sendiri dalam level yang sama dalam penggunaannya, atau dengan mengganti dari sumber daya yang digunakan regenerasi lambat ke regenerasi yang lebih cepat. Dengan cara seperti ini sumber daya bisa tetap dinikmati dimasa datang sebaik dimasa sekarang.

### 2.1.3 PRODUK WISATA

Selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata (destinasi wisata), mereka memerlukan pelayanan akomodasi dan transportasi untuk menjelajahi destinasi tersebut, makanan, toko souvenir, dan sesuatu yang akan dilakukan dan yang akan dilihatnya. Singkatnya, mereka akan mengkonsumsi produk. Istilah produk mencakup segala sesuatu yang dibeli atau dikonsumsi oleh orang yang disebut pengunjung atau wisatawan. Menurut teori UN-WTO (2003), produk (pariwisata) didefinisikan sebagai :

*"...any good or service purchase by, or consumed by, a person defined as a visitor" Menurut Burkhat dan Medlik (dalam buku Yoeti, 1996:164) memberikan rumusan bahwa produk pariwisata adalah :*

*"...The tourism product may be seen as a composite product, as an amalgam of attractions, transport, accomodation and of entertainment"*

Menurut Medlik dan Meddleton dalam tulisannya, *The Product Formulation in Tourism* yang diterbitkan oleh Association International d'Experts du Tourism (AIEST) dalam tahun 1973, yang dimaksud dengan produk pariwisata adalah *"As far as the tourist concerned, the product cover the complete experince from the time he leaves home to time he retruns to it"*



**Gambar 2**  
***Destination Product***



Sumber : Morrison, 2012

Morrison, 2012 telah menetapkan konsep Destination Mix telah menetapkan kekuatan destinasi pariwisata dengan 4 (empat) indicator sebagai berikut :

1. *Physical Product* adalah meliputi atraksi wisata, fasilitas, transportasi dan infrastruktur,
2. *People* adalah masyarakat di destinasi pariwisata menyediakan sumber daya pelayanan sebagai tuan rumah dan pelayanan lainnya. Selain sebagai sumber daya pelayanan, budaya masyarakat serta gaya hidupnya dapat menjadi daya tarik wisata,
3. *Packages*, paket dikembangkan oleh agen perjalanan, *tour operator* dan usaha lainnya yang mana mengkombinasikan seluruh elemen destinasi sebagai totalitas pengalaman perjalanan,
4. *Programs*, elemen-elemen tersebut meliputi event, festival yang disusun dan diprogramkan untuk wisatawan.

Sementara itu menurut Kotler (2006) komponen sebuah produk wisata/ destinasi pariwisata harus memiliki kriteria sebagai berikut:

1. *Destination Attraction*

2. *Destination Facilities*
3. *Accessibility*
4. *Destination Image and Perception*
5. *Price*

#### 2.1.4 PARIWISATA HALAL

Pariwisata sudah ada di Al Quran yang di sebutkan dengan istilah Ziarah atau Perjalanan. Secara rinci dapat disebutkan sebagai berikut :

1. Hijja (حجّة) melibatkan perjalanan dan ziarah ke Mekah. Perjalanan ini merupakan persyaratan untuk setiap Muslim dewasa yang sehat. Setidaknya sekali dalam seumur hidup untuk mengambil haji.
2. Zejara (زيارة) mengacu pada kunjungan ke tempat-tempat suci lainnya.
3. Rihla (رحلة) adalah perjalanan untuk alasan lain, seperti pendidikan dan perdagangan.

Penekanannya adalah pada gerakan terarah, sebagai komponen dari perjalanan spiritual dalam pelayanan Tuhan. Shari'ah (شريعة) hukum menentukan apa yang dapat diterima - halal (حلال), dan apa yang tidak diterima - haram (حرام) dalam kehidupan sehari-hari dan selama perjalanan (Kovjanic, 2014).

Oleh karena itu, pengembangan pariwisata syariah secara langsung memiliki dampak positif baik bagi agama maupun ekonomi. Konferensi Wisata Syariah Negara-negara Anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI) yang berlangsung di Jakarta pada tanggal 2-3 Juni 2014 menghasilkan 13 rekomendasi untuk ditindaklanjuti dalam pengembangan wisata syariah ke depan. Ke 13 rekomendasi itu adalah sebagai berikut :

1. Perlu adanya peningkatan *awareness* dan penjelasan mengenai wisata syariah dan signifikansinya terhadap perekonomian yang

dapat membuat hubungan sesama umat muslim dan lingkungan sekitarnya menjadi semakin erat,

2. Sekretariat Jenderal OKI bersama dengan negara-negara anggota hendaknya menyelenggarakan sejumlah pertemuan lanjutan mengenai wisata syariah, termasuk dalam mengembangkan branding dan positioning pada pasar pariwisata dunia,
3. Mendorong Sekretariat Jenderal dan negara anggota OKI untuk mengadakan event internasional tahunan wisata syariah,
4. Mendorong arus wisatawan antara negara-negara OKI dengan mengimplementasikan kebijakan nasional melalui fasilitasi visa, pembangunan kapasitas, dan menyediakan iklim kondusif bagi investasi wisata syariah,
5. Mengimbuai Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC), Islamic Centre for Development of Trade, Research Centre for Islamic History, Art and Culture (IRCICA), Islamic Educational, Scientific and Cultural Organization dan Islamic Development Bank Group, memberi dukungan pembangunan kapasitas untuk pengembangan wisata syariah di negara-negara anggota OKI,
6. SESRIC hendaknya dapat menyediakan studi dan riset mendetail mengenai wisata syariah, perilaku wisatawan muslim dan peluang investasi wisata syariah serta memberikan hasilnya pada Konferensi Menteri Pariwisata OKI yang ke-9 di Niger pada 2015,
7. IRCICA juga diharapkan dapat menghasilkan studi pengembangan situs budaya dan menyediakan informasi sejarah, seni, dan ilmu pengetahuan dan Islam, dan menyerahkan hasilnya pada Konferensi Menteri Pariwisata OKI yang ke-9 di Niger pada 2015,

8. *Standard and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC)* diharapkan dapat mengaktifkan kembali Komite Wisata dan membuat standar industri wisata syariah, produk dan jasanya,
9. Kamar Dagang dan Industri Syariah hendaknya mendorong transaksi bisnis wisata syariah diantara negara-negara OKI,
10. Meminta IDB Group membuat skema pembiayaan untuk pengembangan wisata syariah di negara-negara anggota OKI,
11. Pelaku industri wisata syariah di negara-negara anggota OKI hendaknya:
  - a. Menyebarluaskan program wisata syariah melalui asosiasi wisata nasional,
  - b. Bekerjasama aktif dengan pemerintah pusat dan daerah dalam mengembangkan wisata syariah,
  - c. Meningkatkan program pembangunan kapasitas untuk efektivitas wisata syariah,
  - d. Mempromosikan wisata syariah di tingkat internasional,
  - e. Menggunakan segala jenis media komunikasi, termasuk sosial media, dalam mempromosikan produk wisata syariah.
12. Menyediakan lebih banyak penyedia jasa wisata syariah yang tersertifikasi,
13. Mengusulkan membentuk Working Group Wisata Syariah dan mengeksplorasi kemungkinan untuk membuat Rencana Aksi Wisata Syariah pada Konferensi Menteri Pariwisata OKI,
14. Laporan dan rekomendasi dari forum ini diharapkan dapat diadopsi pada Konferensi Menteri Pariwisata OKI yang ke-9 di Niger pada 2015.

Berdasarkan Global Muslim Travel Index, 2015, beberapa kunci dari pengembangan wisatawan muslim yang dapat dijadikan masukan dalam pengembangan wisata sejarah, sebagai berikut:

1. Pengeluaran dari konsumen muslim untuk makanan dan gaya hidup secara global meningkat 9,5% atau sebesar US\$ 2 Triliun dibandingkan tahun 2013,
2. Pengeluaran untuk makanan dan minuman telah mencapai 10,8% *to reach* \$1,292 Billion di tahun 2013. Ini menunjukkan peningkatan dari makanan halal sebesar 17,7% dari pengeluaran global di tahun 2013 dibandingkan sebesar 16,6% pada tahun 2012,

**Gambar 3**  
***Halal Tourism Market***

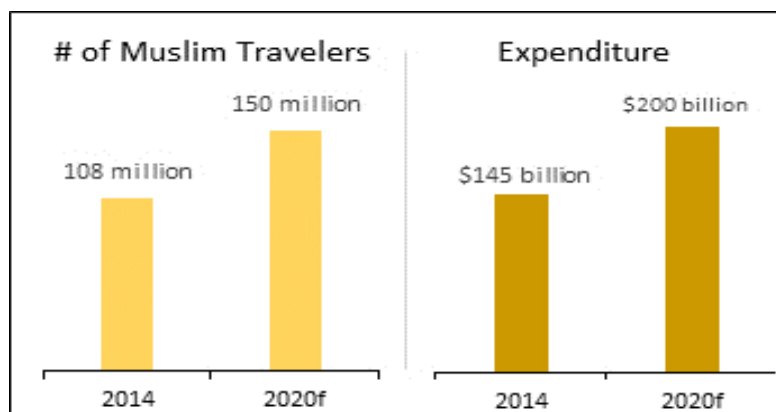


**The Halal tourism market  
is expected to reach  
\$238 billion by 2019**

Sumber : GMTI, 2015

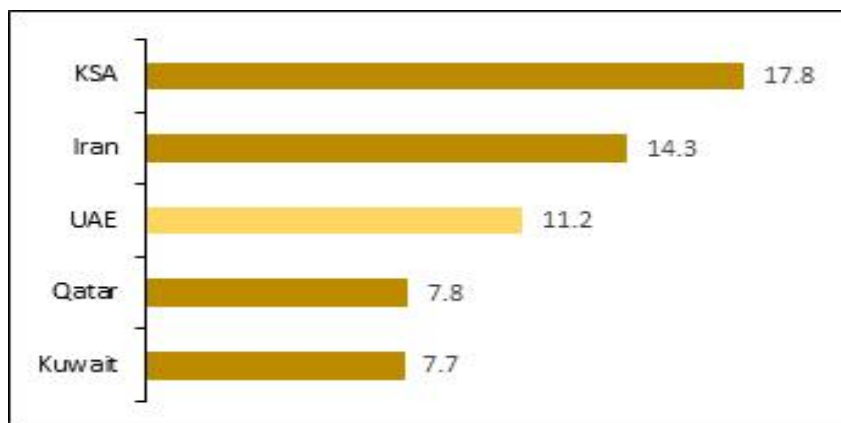
3. Pasar wisata, Outbound wisatawan Muslim telah meningkat **7,7%** atau **sebesar US\$140 Billion** di 2013 (termasuk Haji dan Umrah). Nilai ini adalah sebesar 11,6% dari pengeluaran pariwisata global dan diramalkan akan mencapai US\$238 Milliar pada tahun 2019. Negara terbesar asal wisatawan Muslim didasarkan pada pengeluarannya adalah : Saudi Arabia (US\$17,8 Milliar), Iran (US\$14,3 Milliar), The United Arab Emirates (US\$11,2 Milliar), Qatar (US\$7,8 Milliar), Kuwait (US\$7,7 Milliar) dan Indonesia (US\$7,5 Milliar),

**Gambar 4**  
**Size of the Islamic Travel Market (2014 – 2020f)**



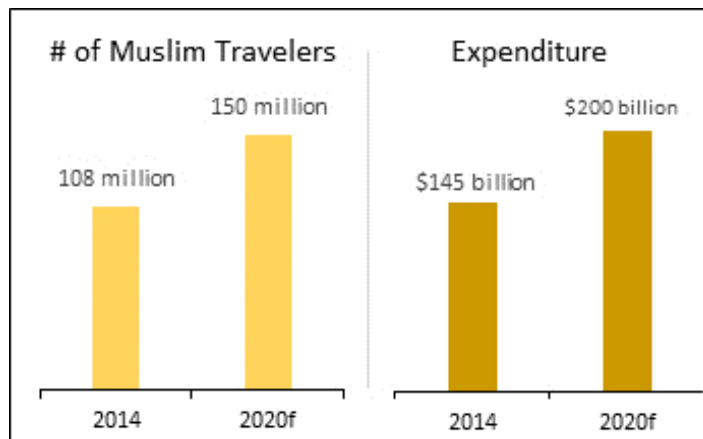
Sumber : DCCI, Mastercard – Crescentrating GMTI 2015

**Gambar 5**  
**Top Muslim Tourist Sources, by expenditure, 2013 (Billion USD)**



Sumber : DCCI, Thomson Reuters

**Gambar 6**  
*Size of the Islamic Travel Market (2014-2020f)*



Sumber : DCCI, Mastercard – Crescentrating GMTI 2015

4. Trend Pengembangan negara asal dan tujuan wisata bagi wisatawan Muslim adalah :

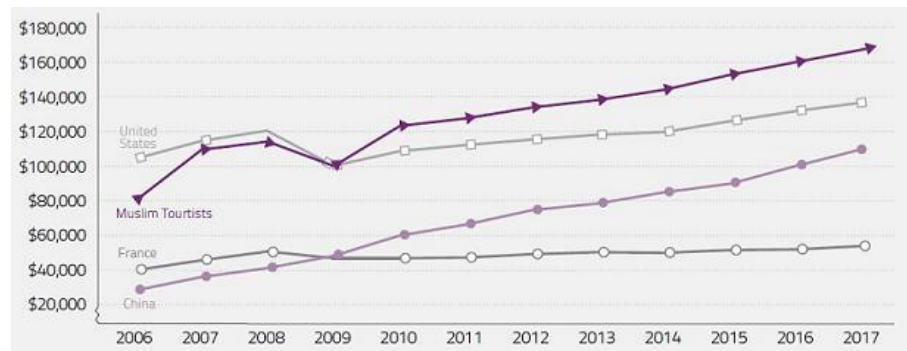
**Gambar 7**  
*Global Muslim Travel Index*



Sumber : GMTI ,2015

5. Perbandingan pasar wisata Muslim, dimana pengeluaran wisatanya lebih besar dari pada wisatawan German maupun Cina:

**Gambar 8**  
**Perbandingan Pasar Wisata Muslim**



Sumber : GMTI, 2015

6. Pariwisata Halal memberikan kontribusi 12% dari total pengeluaran wisatawan global.

Wisata halal atau yang dahulu sering disebut sebagai pariwisata berbasis syariah telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah (Munirah, 2012).

Kata syariah berasal dari kata *يشرع-يشرع-شرع* yang berarti "menerangkan atau menjelaskan sesuatu, undang-undang (hukum-hukum yang diperintahkan oleh Allah)".<sup>20</sup> Atau berasal dari kata *شرية-شرعة* yang berarti suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain.

Di dalam kaitan ini maka bila dunia pariwisata membawa kepada kemanfaatan maka pandangan agama adalah positif. Akan tetapi apabila sebaliknya yang terjadi, maka pandangan agama niscaya akan negatif terhadap



kegiatan wisata itu. Di dalam hal ini belaku kaidah menghindari keburukan (mafsadat) lebih utama daripada mengambil kebaikan (maslahat).

Oleh karena itu, pandangan agama akan positif kalau dunia kepariwisataan itu dijalankan dengan cara yang baik untuk mencapai tujuan yang baik. Agama akan berpandangan negatif terhadap wisata walaupun tujuan baik untuk menyenangkan manusia dan masyarakat tetapi dilakukan dengan cara-cara yang menyimpang dari kemauan syariat, maka hal itu ditolak.

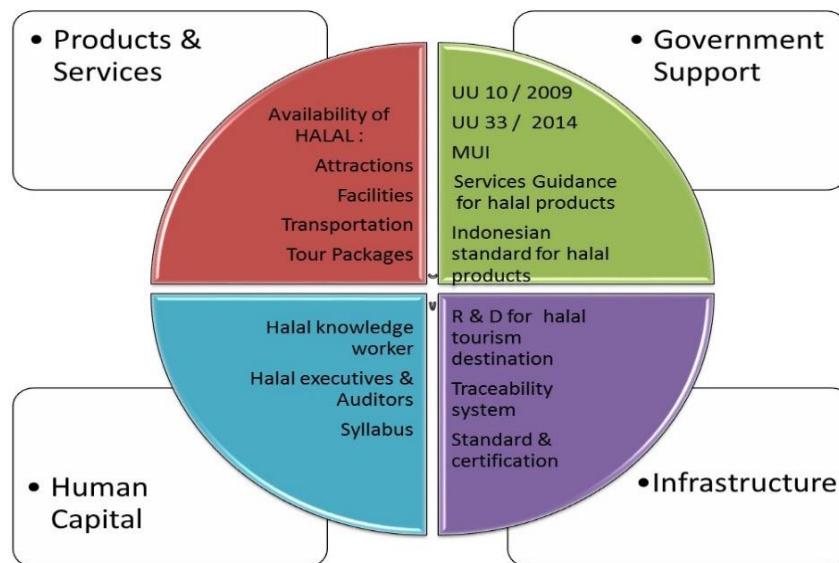
Sedangkan arti wisata menurut Islam memiliki beberapa pengertian, seperti wisata yang dikaitkan dengan ibadah, wisata yang dikaitkan dengan ilmu pengetahuan, wisata untuk mengingat keagungan Allah, dan wisata untuk berdakwah. Menurut beberapa pengertian diatas, pariwisata berarti perjalanan dari suatu tempat ke tempat tertentu dengan tujuan tertentu. Apapun tujuan dari perjalanan itu, maka tetap dapat disebut wisata atau pariwisata.

Karakteristik pariwisata syariah dikembangkan oleh Chekaew, 2015 dalam Alim, Riansyah, Hidayat, Muslim, Adityawarman, 2015 adalah :

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

Dari karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan Chukaew (2015), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan bagi sebuah destinasi yang diperbolehkan dalam kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan untuk dapat untuk menunjang suatu pariwisata syariah, adalah sebagai berikut :

**Gambar 9**  
**Karakteristik Pariwisata Syariah**



Sumber : Chukaew, 2015

1. Produk dan Pelayanan Wisata
  - a. Atraksi/ Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi motivasi utama bagi pengunjung dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata tertentu. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pengertian daya tarik wisata menurut Middleton (1998) dalam Swarbrooke (1996:3) yaitu "*...a designated permanent resources which is controlled and managed for the enjoyment, amusement, entertainment, and education of the visiting public*". Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa daya tarik wisata merupakan sesuatu yang didesain dari sumber daya yang bersifat

permanen yang dikendalikan dan diatur agar dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sebagai tempat rekreasi dan hiburan, pendidikan, serta kegiatan wisata lainnya dan secara langsung terkait dengan atraksi wisata.

Dalam melakukan pengembangan daya tarik wisata pada suatu daya tarik wisata (DTW) atau kawasan tertentu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Hal ini diungkapkan oleh Sukarsa (1999:42). Hal-hal yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) DTW atau Kawasan yang dimaksud memiliki apa yang disebut dengan "*Something to See*" dimana DTW atau kawasan yang dimaksud mempunyai sesuatu yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
- 2) DTW atau Kawasan yang dimaksud memiliki apa yang disebut dengan "*Something to Do*" dimana DTW atau kawasan ini memiliki ragam aktivitas wisata yang dapat dilakukan dan berbagai fasilitas wisata guna menunjang aktivitas wisata tersebut. Keberadaan aktivitas dan fasilitas wisata ini bertujuan untuk membuat pengunjung/wisatawan memiliki waktu kunjungan yang relatif lama.
- 3) DTW atau Kawasan yang dimaksud memiliki apa yang disebut dengan "*Something to Buy*" dimana DTW atau kawasan ini memiliki daya jual sehingga pengunjung/wisatawan dapat mengeluarkan sebagian dari pendapatan mereka untuk melakukan aktivitas wisata di DTW atau kawasan yang dimaksud. Hal ini terkait dengan sistem pemasaran dan promosi dari DTW atau kawasan tersebut.

Pernyataan di atas dipertegas oleh pengertian daya tarik wisata menurut Hainim (1987:1) yaitu segala sesuatu (area/tempat,

fasilitas wisata, dan aktivitas wisata) yang memiliki karakteristik tertentu guna menarik pengunjung atau wisatawan untuk dikunjungi, disaksikan, dan dinikmati di suatu DTW atau kawasan tertentu.

Menurut Inskeep (1991:77) ada tiga kategori dari daya tarik wisata, dimana sebenarnya secara tidak langsung istilah "Atraksi Wisata" mengacu kepada pengertian daya tarik wisata. Sehingga daya tarik wisata dapat dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut:

1) *Natural Attractions*

*"Natural attractions that are based on features of the natural environment, such as climate, scenic beauty, beaches, and marine area, special environmental features, parks and conservation areas, and also health tourism".*

Berdasarkan pernyataan Inskeep tersebut diketahui bahwa daya tarik wisata alam didasari oleh keberadaan dan keunikan dari lingkungan alam dari suatu ODTW atau kawasan tertentu seperti iklim, pemandangan alam, pantai, keunikan dari fenomena alam tertentu, dan sebagainya.

2) *Cultural Attractions*

*"Cultural attractions are everything that based on man's activities such as archeological, historical, and cultural sites, distinctive cultural patterns, arts and handicrafts, interesting economic activities, museums, and other cultural facilities, festivals, and friendliness of residents".*

Daya tarik wisata budaya menurut Inskeep ini menjelaskan bahwa atraksi wisata juga dapat berupa situs-situs sejarah dan

keperbakaan, pola kebudayaan, seni dan kerajinan tangan, pola perekonomian masyarakat, museum, serta fasilitas kebudayaan, festival, dan keramah tamahan dari masyarakat setempat.

### 3) *Special Types of Attractions*

*"Special types of attractions that are artificially create, such as theme park, amusement park and circuses, shopping, meetings, conferences and conventions, special events, entertainment, recreations, sports, and also resort".*

#### b. Fasilitas Wisata

*"Facilities and services necessary for tourist development including tour and travel operations(also called receptive services), restaurant and other types of eating establishments"* (Inskoop, 1991:38).

"Semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya." ( Yoeti, 1996:186).

Menurut Wahab dalam bukunya *Tourism Managment*, membagi prasarana (*infrastructures*) atas tiga bagian yaitu :

#### 1) Prasarana Umum

Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak atau umum yang pengadaannya bertujuan untuk membantu kelancaran roda perekonomian.

- a) Pembangkit tenaga listrik dan sumber energi lainnya,
- b) Sistem penyediaan air bersih,
- c) Sistem jaringan jalan raya dan jalan kereta api,
- d) Sistem irigasi,
- e) Perhubungan dan telekomunikasi

2) Kebutuhan Masyarakat

Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak. Termasuk kedalam kelompok ini adalah rumah sakit, apotik, kantor pos, pom bensin, administrasi pemerintahan (polisi, pengadilan, pemerintah umum dan badan legislatif lainnya).

3) Prasarana Kepariwisata

Menurut Salah Wahab (2011), yang dimaksud dengan prasarana kepariwisataan/ *tourist infrastructures* diantaranya adalah :

a) *Receptive Tourist Plant*

Segala bentuk badan usaha atau organisasi yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata. Pertama perusahaan yang kegiatannya adalah bagi orang yang melakukan perjalanan wisata (contohnya adalah *travel agent* dan *tour operator*) dan yang kedua Badan atau organisasi yang memberikan penerangan, penjelasan, promosi dan propaganda tentang suatu daerah tujuan wisata (contohnya adalah *tourist information centre* – yang terdapat di *airport*, di pelabuhan, terminal atau suatu *resort*).

b) *Residential Tourist Plant*

Yaitu semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan para wisatawan untuk menginap dan tinggal untuk sementara di daerah tujuan wisata (contohnya : hotel, motel, apartement, pension, wisma, *home stay*, *cottages* atau akomodasi yang termasuk kedalam "*social tourism establishment*" seperti perkemahan (*camping*), *caravan sites*, *youth hostel*, etc).

c) *Recreative and Sportive Plant*

Yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan olahraga. Termasuk dalam kelompok ini ialah, fasilitas main golf, main ski (laut dan pegunungan), kolam renang, perahu layar (*boating*), berselancar (*surfing*), memancing (*fishing*), lapangan tenis (*tennis court*) dan fasilitas lainnya.

Fasilitas merupakan sarana atau jasa untuk melayani kebutuhan wisatawan di daerah tujuan wisata. Menurut Manuel Baud Bouvy & Fred Lawson, *Tourism & Recreation Handbook of Planning and Design* (Architectural Press, 1998) terdapat dua kategori fasilitas wisata:

1) *Basic facilities*/ fasilitas umum yang menyediakan kebutuhan umum wisatawan seperti akomodasi, makanan, hiburan, *leisure & relaxation*, dan penyediaan infrastruktur yang dibutuhkan dalam operasi sebuah resort. Elemen standar dalam fasilitas tersebut, pada umumnya yang paling utama adalah akomodasi, yang dikategorikan sebagai berikut :

- a) *Hotels*
- b) *Guesthouse & pensions*
- c) *Motels & Lodges*

- d) *Hotels garnis*
  - e) *Hostel accommodation*
  - f) *Condominiums*
  - g) *Holiday villages*
  - h) *Individual housing*
  - i) *Camping sites, caravan sites*
- 2) *Specific facilities/* fasilitas khusus yaitu karakter dari fasilitas tersebut sesuai dengan sumber daya wisata yang dimiliki kawasan wisata tersebut, seperti : *mooring area, look—out post* dan tempat ganti pakaian.

c. Aksesibilitas

Sebuah destinasi harus memiliki aksesibilitas yang mudah dijangkau, jenis transportasi yang digunakan untuk menuju daerah tujuan diantaranya, dibagi menjadi 3 yaitu darat, laut dan udara. Transportasi darat apa saja yang ada, stasiun dan terminal yang masih digunakan seperti apa. Transportasi laut pada umumnya memiliki syarat harus memiliki pelabuhan atau dermaga, jenis kapal yang dapat digunakan, hingga tingkat keamanan dalam perjalanan. Transportasi udara memiliki kriteria, harus memiliki bandara, pesawat yang dapat digunakan dan dapat dituju dari daerah mana saja. Menurut Inskeep (1991;38) aksesibilitas adalah :

*"Transportation facilities and services -Transportation acces into the country, region, or development area, the internal transportation system linking the attractions and development areas and transportation within development areas, including all types of facilities and services related to land, water and air transportation"*

Aksesibilitas menurut Bovy dan Lawson (1998;107)



*"... should be possible by public transport and bicycle trails, by pedestrian paths (from neighborhoods) and by cars (mainly families, with an average of three persons/car)".*

Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju suatu destinasi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata. Aspek fisik yang menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi transportasi umum dari terminal terdekat. Menurut Bovy dan Lawson (1998;202), jaringan jalan memiliki dua peran penting dalam kegiatan pariwisata, yaitu :

- 1) Sebagai alat akses, transportasi, komunikasi antara pengunjung atau wisatawan dengan atraksi rekreasi atau fasilitas,
- 2) Sebagai cara untuk melihat-lihat (*signseeing*) dan menemukan suatu tempat yang membutuhkan perencanaan dalam penentuan pemandangan yang dapat dilihat selama perjalanan. Pada peran kedua, menunjukkan aspek non fisik yang juga merupakan faktor penting dalam mendukung aksesibilitas secara keseluruhan, dapat berupa keamanan sepanjang jalan, dan waktu tempuh dari tempat asal menuju ke destinasi.

Lebih lanjut Bovy dan Lawson (1998;203) membagi jalan untuk kepentingan wisatawan menjadi tiga kategori, yaitu :

- 1) Jalan Utama yang menghubungkan wilayah destinasi utama dengan jaringan jalan nasional atau jalan utama di luar kawasan.
- 2) Jalan Pengunjung, yaitu jalan sekunder yang biasanya beraspal yang menghubungkan dengan fasilitas wisata yang spesifik seperti resort, hotel yang terpisah, restoran atau atraksi rekreasi lainnya.
- 3) Sirkuit Pengunjung, untuk kegiatan melihat-lihat dengan pemandangan yang menarik disepanjang jalannya.

Sementara untuk transportasi, perlu dikembangkannya penerapan sistem transportasi selain daripada keamanan dan kenyamanan sarana transportasi, seperti sistim pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan (Utomo, 2014).

#### d. Paket Perjalanan

Pada saat sekarang ini kegiatan usaha pengurusan perjalanan wisata merupakan kegiatan yang memberikan keuntungan yang cukup besar, beberapa perusahaan perjalanan malah membuat kegiatan ini sebagai kegiatan utama perusahaan perjalanan mereka. Termasuk dalam kegiatan usaha ini adalah upaya perusahaan perjalanan membuat :

- 1) *Ready Made Tour* yaitu tour yang sudah dipersiapkan oleh perusahaan perjalanan dan ditawarkan sebagai produk jadi mereka kepada calon konsumen,
- 2) *Tailor Made Tour* yaitu tour yang dibuat berdasarkan permintaan khusus wisatawan.

Berdasarkan wilayah penjelajahan perjalanan wisata, maka perjalanan tersebut akan dibagi kedalam :

- 1) ***Inbound Tour*** yaitu perjalanan wisata yang dilakukan di dalam negeri yang pesertanya adalah wisatawan manca negara atau warga negara dari DTW yang menetap di luar negeri.
- 2) ***Domestic Tour*** yaitu perjalanan wisata yang dilakukan di dalam negeri yang pesertanya adalah warga negara dari DTW atau warga negara asing yang menetap di negara tersebut.

3) **Overseas Tour** yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh warga negara atau warga negara asing yang tinggal di negara pelaksana pelaksana produk tour ke luar kawasan negaranya.

2. Dukungan Pemerintah

Pengelolaan suatu destinasi pariwisata melibatkan pengelola dari berbagai pihak baik pemerintah, industri, dan masyarakat yang secara holistik akan saling terkait dan jelas akan menimbulkan implikasi terhadap isu koordinasi internal maupun external dalam pengelolaannya. Para pelaku kegiatan pariwisatanya (*stakeholders*), baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung.

Pada aspek pelaku kegiatan, maka indikatornya adalah sebagai berikut :

**Gambar 10**  
**Cakupan Destinasi Pariwisata**



Sumber : Morrison (2012)

Kegiatan kepariwisataan merupakan suatu industri pelayanan terpadu (*Tourism, Hospitality and Travel Industry*), maka dalam pengelolaannya tidak terlepas dari keterlibatan berbagai *stakeholder* yang memiliki peranan dalam pengelolaan pariwisata secara bersinergi dan berkelanjutan oleh karena itu perlu difasilitasi pembentukan suatu organisasi /badan yang terintegrasi dengan mekanisme pengelolaan mandiri. Secara ideal, suatu destinasi wisata harus memiliki pemangku kepentingan berupa organisasi-organisasi yang bidang kerjanya satu dengan yang lainnya saling melengkapi. Organisasi-organisasi tersebut antara lain: Pemerintah pusat melalui Departemen Kebudayaan dan Pariwisata; Pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tingkat Provinsi, Kabupaten, dan Kota; Asosiasi Perusahaan Pariwisata; Asosiasi Profesi Pariwisata;

Lembaga Swadaya Masyarakat; Perguruan Tinggi; Masyarakat; Investor/Developer; Pers dan Media Massa. Keanekaragaman para pemangku kepentingan ini sesuai dengan karakteristik pembangunan pariwisata yang multi disiplin dan multi sektor.

Pengelola destinasi pariwisata dalam pengelolaan destinasi pariwisata syariah dapat merupakan sebuah organisasi yang terdiri dari berbagai pemangku kepentingan dan akan memiliki fungsi :

- a. Sebagai "*economic driver*" dalam menghasilkan pendapatan daerah, lapangan pekerjaan, dan penghasilan pajak yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal,
- b. Sebagai "*community marketer*" dalam visualisasi gambar tujuan wisata, kegiatan pariwisata, sehingga menjadi pilihan pengunjung,
- c. Sebagai "*industry coordinator*" yang memiliki kejelasan terhadap fokus pertumbuhan industri yang mendatangkan hasil melalui pariwisata,
- d. Sebagai "*quasi-public representative*" yaitu keterwakilan pendapat terhadap industri pariwisata yang dinikmati pengunjung ataupun group pengunjung,
- e. Sebagai "*builder of community pride*" dengan peningkatan kualitas hidup.

Operasional fungsi dari organisasi tersebut terhadap pengelolaan destinasi pariwisata dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3**  
**Operasional Pengelolaan Destinasi Pariwisata**

<b>Kriteria</b>	<b>Karakteristik Pengelolaan Destinasi</b>
<b>Karakter Organisasi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penunjukan</li> <li>• Pengelolaan</li> <li>• Kordinasi Aktivitas</li> </ul>
<b>Misi</b>	Menciptakan destinasi pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing dengan mengembangkan secara terintegrasi terhadap penciptaan kreasi dan operasional pada destinasi pariwisata
<b>Tujuan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memenuhi Kebutuhan Wisatawan</li> <li>• Menciptakan Manfaat dan Keuntungan</li> <li>• Meningkatkan peran serta masyarakat dalam proses pengembangan destinasi pariwisata dalam upaya meningkatkan taraf hidup mereka</li> <li>• Perlindungan Lingkungan</li> </ul>
<b>Fungsi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan</li> <li>• Pengembangan</li> <li>• Pengawasan</li> <li>• Kerjasama Usaha Pariwisata</li> </ul>
<b>Aktivitas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan Kejasama</li> <li>• Pemahaman Terhadap Kebutuhan dan Keinginan ( wisatawan, pemerintah, usaha pariwisata, masyarakat, assosiasi/organisasi kepariwisataan)</li> </ul>
<b>Struktur Organisasi</b>	Hirarki yang secara terstruktur dari level tertinggi (pemerintah pusat ) sampai terendah ( DTW)
<b>Karakteristik Organisasi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persiapan SDM Profesional dan Organisasi Yang Efisien</li> <li>• Kontribusi Seluruh <i>Stakeholders</i> Kepariwisataan</li> <li>• Independent</li> </ul>
<b>Finansial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Self Maintaining</li> <li>• Dukungan Level Tertinggi ( Pemerintah Pusat )</li> </ul>

Sumber : Dr. Marten Lengyel; *Regional (destination) Tourism Management*, 2007

Dalam kerangka berpikir itulah maka kajian terhadap fungsi dan tata kelola bagi suatu pengelolaan destinasi pariwisata yang merupakan ujung tombak pengaturan dan pengelolaan destinasi wisata menjadi sangat penting, karena organisasi inilah yang akan menjalankan *daily operation of tourism-related activities* seperti disebutkan diatas.

### 3. Sumber Daya Manusia

Pembinaan SDM adalah salah satu aspek strategis yang dapat mendorong peningkatan kualitas kinerja dan produktivitas individu dan organisasi. Pembinaan SDM berbasis kompetensi merupakan salah satu model yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan dan sasaran pembinaan SDM dan organisasi berbasis standar kinerja yang ditetapkan.

Dilihat dari segi bahasanya, kata kompetensi merupakan suatu istilah kata yang merupakan saduran dari bahasa Inggris "*competence*" yang berarti kecakapan atau kemampuan. Selanjutnya kompetensi diistilahkan sebagai dimensi dengan dasar pemikiran bahwa setiap individu memiliki karakteristik yang kompetensi tidak harus sama, sehingga bila seseorang kebetulan tidak memiliki kompetensi tertentu yang diharapkan, bukan berarti orang tersebut 'inkompetensi' yang berarti tidak mampu.

Spencer Jr, Lyle M. PhD. dan Spencer, Signe M. (1993) dari kelompok konsultan Hay & MacBer memberikan sebuah definisi yang sekarang banyak dianut oleh para praktisi manajemen sumber daya manusia. Menurut mereka kompetensi adalah :

*" an underlying characteristic of an individual that is casually related to criterion-referenced effective and/or superior performance in a job or situation."*

Atau karakteristik dasar seseorang (individu) yang mempengaruhi cara berpikir dan bertindak, membuat generalisasi terhadap segala situasi yang dihadapi, serta bertahan cukup lama dalam diri manusia.

Sejalan dengan definisi diatas, komponen-komponen atau elemen yang membentuk sebuah kompetensi adalah:

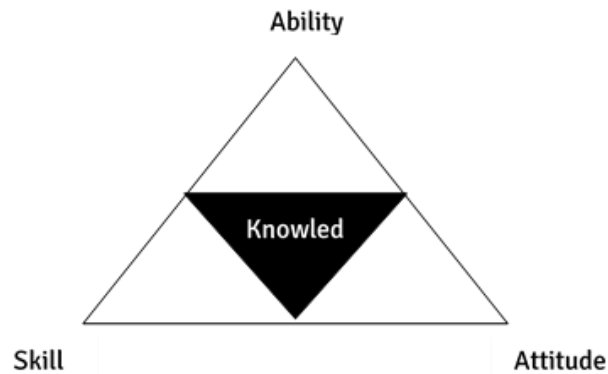
- a. Motif (*motives*). Motif adalah sesuatu yang secara konsisten dipikirkan atau di kehendaki oleh seseorang, yang selanjutnya akan mengarahkan, membimbing, dan memilih suatu perilaku tertentu terhadap sejumlah aksi atau tujuan.
- b. Karakter pribadi (*traits*). Karakter pribadi adalah karakteristik fisik dan reaksi atau respons yang dilakukan secara konsistenterhadap suatu situasi atau informasi.
- c. Konsep diri (*self concept*). Konsep diri adalah seperangkat sikap, sistem nilai atau citra diri yang dimiliki seseorang.
- d. Pengetahuan (*knowledge*). Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki seseorang terhadap suatu area spesifik tertentu.
- e. Keterampilan (*skills*). Keterampilan adalah kemampuan untuk mengerjakan serangkaian tugas fisik atau mental tertentu.

Dalam model kompetensi teori, khususnya terkait dengan peningkatan kinerja SDM. Model kompetensi menunjukkan perkembangan pesat dalam dunia manajemen. Perkembangan ini ditunjang oleh perkembangan pesat dunia manajemen. Perkembangan ini ditunjang oleh perkembangan ilmu otak (brain science). Brain Science lebih banyak mengeksplorasi kerja otak dan meyakini bahwa sentral tindakan serta perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh pola pikir (mind set) individu yang bersangkutan, termasuk pula pengaruh dari tingkat motivasi individu. Salah satu



model kompetensi yang memberikan kontribusi kepada peningkatan kinerja SDM dapat ditunjukkan pada gambar berikut :

**Gambar 11**  
**Model Kompetensi SDM**



Sumber : Rusdiyanto, Johny and David (2002)

Seseorang dapat dikatakan kompeten pada bidang pekerjaannya apabila telah mampu mendemostrasikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diisyaratkan dalam melaksanakan suatu pekerjaan yang ditugaskan kepada seorang individu. Menjadi kompeten berarti mampu untuk :

- a. Task Skill ; bekerja pada tingkat keahlian yang dapat diterima
- b. Task Management Skill : mengorganisasikan tugas – tugas yang dibutuhkan
- c. Contingency Skill : memberi respon dan reaksi yang sesuai bila terjadi kesalahan
- d. Environment/ Job Role Skill : menjalankan peran yang diharapkan dalam lingkungan pekerjaan
- e. Transfer Skill : mentransfer keterampilan dan pengetahuan pada situasi baru.

Dalam pengembangan destinasi pariwisata syariah, maka sumber daya manusia yang tersedia harus memiliki kompetensi yang berbasis

kepada kebutuhan pada tugas dan tanggung jawab serta memiliki sikap maupun nilai ke Islamian.

#### 4. Infrastruktur

Infrastruktur pada konteks pariwisata syariah merupakan hal yang sangat berbeda dimana penekanannya lebih kepada penerapan sistim dan standar sebuah destinasi pariwisata. Pengembangan infrastruktur pada destinasi pariwisata dapat dibagi ke dalam :

- a. Penelitian dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Syariah, dalam hal ini adalah pelaksanaan penelitian dan pengembangan destinasi pariwisata syariah yang berbasis kepada produk dan jasa yang ditawarkan, pengelolaan destinasi pariwisata serta peningkatan sumber daya manusia.
- b. Standar dan Sertifikasi, adalah penyusunan standar serta pemberian sertifikasi usaha jasa pariwisata yang halal. Standar maupun sertifikasi usaha jasa pariwisata berbasis syariah saat ini di Indonesia baru pada usaha akomodasi dengan Permen Pariwisata dan ekonomi Kreatif no 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. Berbasis kepada UU no 10 tahun 2009, masih diperlukannya 12 standar usaha jasa pariwisata lainnya yang perlu dikembangkan dengan bentuk usaha jasa pariwisata syariah.
- c. *Traceability System*, adalah tersedianya suatu sistim yang berbasis teknologi informasi yang mampu mengidentifikasi produk dan jasa pariwisata halal serta pengelolaan standar maupun sertifikasi.

**Tabel 4**  
**Standar Pariwisata Halal**

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	
Destination Product	1. Attraction	1	Memiliki Citra yang Positif dan aman
		2	Tersedia Toilet yang memiliki kelengkapan yang ramah terhadap muslim
		3	Tersedia tempat ibadah (mushola) yang memiliki kelengkapan yang ramah terhadap muslim
		4	Kemudahan dalam menemukan masjid untuk melaksanakan Shalat Jumat
		5	Tersedia pilihan jasa makanan dan minuman yang bersertifikat halal
		6	Tersedia pilihan aktivitas seni dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi dan kemusyrikan
		7	Berpakaian dan perpenampilan sopan bagi pramuwisata dan tenaga pelayanan
		8	Tersedia pilihan jajanan/oleh-oleh bersertifikat halal
		9	Tersedia pramuwisata yang telah mendapatkan pelatihan tentang pariwisata Halal dari lembaga yang telah DSN MUI
		10	Terdapat penunjuk arah menuju tempat ibadah (masjid/mushola)
	2. Facility	1	Tersedia pilihan BPW yang tersertifikasi Halal
		2	Tersedia pilihan restoran dan café yang tersertifikasi Halal
		3	Tersedia pilihan hotel yang tersertifikasi Halal
		4	Tersedia pilihan jasa hiburan dan rekreasi yang tidak mengarah pada pornoaksi dan pornografi

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	
	3. Accessibility	1	Tersedia toilet yang memiliki kelengkapan yang ramah terhadap muslim di fasilitas transportasi (terminal, stasiun, bandara)
		2	Tersedia tempat ibadah (mushola) yang memiliki kelengkapan yang ramah terhadap muslim di fasilitas transportasi (terminal, stasiun, bandara)
		3	Terdapat penunjuk arah menuju tempat ibadah (mushalla/masjid)
	4. Program & Package	1	Tersedia minimal satu paket wisata Halal
		2	Tersedia minimal satu even life style halal
		3	Tersedia minimal satu festival life style halal
Government Support	1. Policy (regulation & guideline)	1	Tersedia dasar hukum (pusat dan daerah) untuk mendukung Malang sebagai destinasi pariwisata halal
		2	Terdapat kebijakan pemerintah untuk menjadikan Malang sebagai destinasi pariwisata Halal
		3	Terdapat kebijakan pemerintah daerah untuk mendukung Malang sebagai destinasi pariwisata halal
		4	Tersedia pedoman "pengembangan pariwisata halal"
	2. Planning	1	Tersedia database Kota Malang sebagai destinasi pariwisata halal
		2	Terdapat program strategis pemerintah daerah untuk mendukung Malang sebagai destinasi pariwisata Halal
	3. Development	1	Sosialisasi Pariwisata Halal
		2	Pembinaan dan pengawasan terhadap penerapan destinasi pariwisata halal
		3	Dukungan pemerintah provinsi dan atau Kabupaten/Kota untuk sertifikasi usaha pariwisata halal (dalam bentuk subsidi

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	
			sebagian atau keseluruhan biaya sertifikasi halal)
		4	Dukungan MUI dan LPPOM dalam pengembangan pariwisata halal
		5	Fasilitas pelatihan pariwisata halal
		6	Dukungan stakeholders terhadap pariwisata halal (ormas islam, dll)
	1. "Halal" knowledge worker	1	Jumlah SDM pariwisata yang telah mengikuti training terkait "halal tourism/product"
		2	Memiliki pengalaman menangani "halal tourism/product"
	2. "Halal" executive	1	Tingkat pemahaman pimpinan pariwisata halal
		2	Kebijakan yang sudah dibuat terkait dengan penerapan kebijakan halal
		3	Adanya kebijakan untuk menerapkan pariwisata halal
	3. "Halal" Auditor	1	Tersedia auditor "halal tourism/product"
		2	Adanya peran MUI dalam pengembangan auditor pariwisata halal
Infrastructure	1. R & D for halal tourism	1	Partisipasi stakeholders (pemerintah, swasta, lembaga pendidikan) dalam R & D halal tourism
		2	Penelitian produk wisata halal
		3	Penelitian jasa pariwisata halal
		4	Penelitian sistem pengelolaan jasa pariwisata halal
		5	Penelitian sistem pengelolaan produk wisata halal
	2. Traceability system	1	Terdapatnya sistem informasi destinasi pariwisata halal tertelusur
		2	Terdapat media kit tentang destinasi pariwisata halal (daya tarik wisata, hotel, restoran, BPW, spa)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	
	3. "Halal" standard & Certification	1	Tersedia standar tentang pariwisata halal
		2	Tersedia jenis sertifikat usaha pariwisata halal
		3	Tersedia sertifikasi pariwisata halal
	4. "Halal" Training	1	Terlaksana analisis kebutuhan pelatihan pariwisata halal
		2	Tersedia program pelatihan pariwisata halal
		3	Pelaksanaan pelatihan pariwisata halal
		4	Terlaksana evaluasi pelatihan pariwisata halal

Sumber : Kemenpar, 2016

## 2.2. KAJIAN TERHADAP ASAS-ASAS KEPARIWISATAAN DAN PRINSIP PEMBANGUNAN

Dalam pembangunan kepariwisataan memerlukan prinsip-prinsip dasar yang dapat mempengaruhi pengembangan dan pencapaian visi dan misi, yaitu:

1. Pembangunan pariwisata harus dilaksanakan secara bertanggung jawab dengan menjunjung tinggi norma agama, nilai budaya dan tradisi masyarakat, serta mengikuti kaidah-kaidah ekologi,
2. Pembangunan pariwisata harus didasarkan pada komitmen pola keseimbangan antara ekonomi dan lingkungan (sumber daya alam, sosial budaya, fisik/buatan termasuk prasarana dan sarana wisata), serta jaminan terhadap ketersediaan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia bidang pariwisata yang memadai dan berkualitas,
3. Pembangunan pariwisata harus melibatkan masyarakat sebagai subyek pembangunan dan memberikan manfaat untuk kesejahteraan, yang didukung dengan peran serta para stakeholder

pemerintah daerah, akademisi, pengusaha, dan media dalam tata kelola destinasi pariwisata,

4. Pembangunan pariwisata harus direncanakan sebagai satu kesatuan ekosistem, keterpaduan lintas sektoral, lintas pemangku kepentingan kepariwisataan, serta lintas inter dan intra perwilayahan, dan
5. Pembangunan pariwisata harus mematuhi kode etik kepariwisataan global.

Kegiatan kepariwisataan yang berlangsung di suatu kawasan pada wilayah tertentu selalu akan memiliki pengaruh timbal balik dengan wilayah sekitarnya. Kegiatan pembangunan pariwisata pada suatu daerah dapat menjadi daya tarik dan juga daya dorong bagi berkembangnya masyarakat, daerah, dan wilayah. Apapun bentuk pembangunan yang dilakukan dalam program pengembangan kepariwisataan tentu saja akan berpengaruh kepada sumber daya manusia dan lingkungan (sumber daya alam, sosial budaya, fisik/buatan). Konsep pembangunan pariwisata dilaksanakan dengan berpedoman pada :

1. Pembangunan pariwisata yang bertanggung jawab

Pariwisata yang bertanggung jawab (responsible tourism) merupakan segala bentuk kegiatan pariwisata yang dikembangkan dengan cara yang lebih bertanggung jawab. Pembangunan pariwisata dilakukan untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi yang lebih besar dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta dengan meminimalkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang negatif.

Pariwisata yang bertanggung jawab mengharuskan pelaku usaha pariwisata, pemerintah, masyarakat, dan juga wisatawan secara bersama mewujudkan aktivitas pariwisata yang lebih berkelanjutan dan menunjukkan tanggung jawab mereka sesuai peran yang dilakukannya.

Dengan kata lain, pariwisata yang bertanggung jawab mendorong tumbuhnya komitmen bersama dari wisatawan, usaha pariwisata, dan masyarakat lokal untuk bekerjasama 'menggunakan' pariwisata untuk kepentingan semua pihak dan meminimalkan dampak negatifnya.

Beberapa ciri dari penerapan pariwisata yang bertanggung jawab antara lain :

- a. Meminimalkan dampak negatif ekonomi, lingkungan, dan sosial;
- b. Menghasilkan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperbaiki kondisi kerja, dan akses ke usaha pariwisata;
- c. Melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan pembangunan pariwisata;
- d. Memberikan kontribusi positif terhadap konservasi warisan alam dan budaya, serta untuk pemeliharaan keanekaragaman lingkungan;
- e. Memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi wisatawan melalui interaksi yang lebih bermakna dengan masyarakat lokal, dan pemahaman yang lebih besar tentang isu / masalah budaya, sosial, dan lingkungan;
- f. Menyediakan akses yang lebih besar bagi difabel;
- g. Lebih peka budaya, menumbuhkan respek antara wisatawan dan tuan rumah, dan membangun rasa kepercayaan diri dan kebanggaan masyarakat;

Dengan demikian, fokus pembangunan pariwisata yang bertanggung jawab tidak hanya mengacu pada kepentingan lingkungan alam semata, melainkan juga pada kepentingan kesejahteraan masyarakat setempat, baik ditinjau dari sudut pandang dan kepentingan manfaat



ekonomi, sosial budaya, keamanan, ketertiban, ketentraman, dan sebagainya.

**Gambar 12**  
**Model Pariwisata yang Bertanggung Jawab**



Sumber: UNWTO, 2015

Penerapan konsep ini pada pembangunan pariwisata halal dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain:

- a. Pembentukan citra destinasi didasarkan pada upaya mewujudkan reputasi destinasi dalam hal pemenuhan hak-hak wisatawan, pelibatan komunitas, dan perlindungan sumberdaya alam dan budaya yang islami,
- b. Destinasi pariwisata halal dikembangkan dengan mengusung nilai dan prinsip pariwisata yang bertanggung jawab sebagai POD dengan cara membuktikan bahwa klaim tersebut terimplementasi dalam bentuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan muslim dalam berwisata secara utuh,
- c. Contoh dalam konteks pemasaran pariwisata, adalah strategi untuk menjadikan pariwisata halal sebagai *point of difference / POD* dari produk wisata yang ditawarkan, upaya pengembangan pasar, dan upaya untuk memenangkan kepercayaan pasar wisatawan muslim,

d. Dan lain-lain.

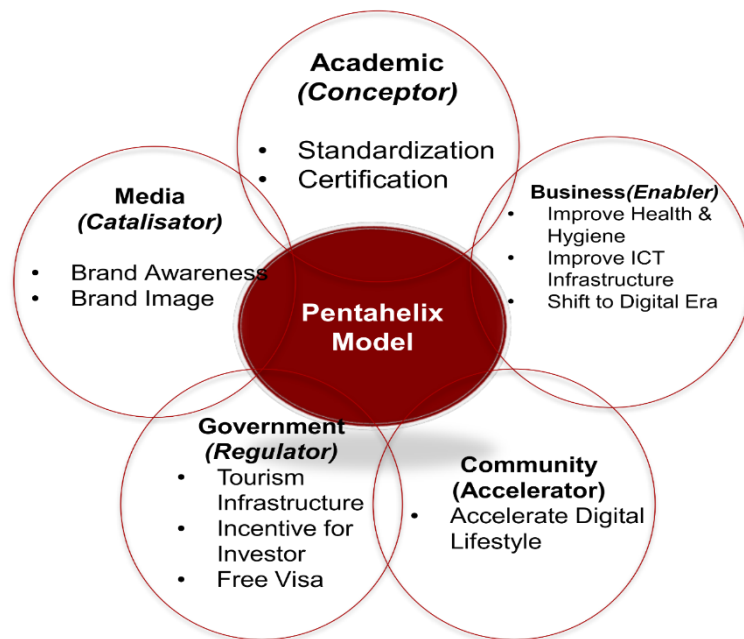
2. Pendekatan Sinergi Stakeholders / Pentahelix

Pembangunan kepariwisataan memerlukan landasan yang kokoh antara lain kebijakan strategis untuk dapat menciptakan partisipasi aktif seluruh lapisan guna memanfaatkan aktivitas pembangunan kepariwisataan secara luas untuk mendapatkan hasil yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat.

Pembangunan kepariwisataan adalah pembangunan yang mencoba untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan lingkungan, meningkatkan pendapatan daerah, dan mempertahankan budaya, yang melibatkan seluruh stakeholders-nya dalam suatu sinergi. Permasalahan yang sering muncul dalam pengembangan kepariwisataan nasional maupun pada tingkat destinasi adalah sinergi antar *stakeholders* pariwisata dalam merumuskan arah pembangunan dan pengembangan kepariwisataan. Hal yang sering terjadi adalah dalam penetapan rencana pengembangan pariwisata umumnya kurang terjadi suatu kordinasi antar *stakeholders* dalam hal ini bahwa pengembangan dan perencanaan pariwisata dapat dikatakan kurang optimal mengingat bahwa kegiatan pariwisata adalah kegiatan multidisiplin dan multisektoral. Menurut penelitian Bill Fualkner, Griffith University yang mengatakan bahwa "effective involvement & coordination all of stakeholder who have a role of play in tourism development and/or potentially affected by such development". Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kurang terjadinya sinergi antar *stakeholders* dalam menyusun rencana serta pengelolaan pariwisata di mengakibatkan pengembangan kepariwisataan kurang optimal. Kondisi ini terjadi hampir di seluruh wilayah Indonesia.

Dalam rangka pembangunan pariwisata halal sebagai tema destinasi wisata unggulan, maka dalam proses perencanaannya harus melibatkan berbagai pihak yang terkait satu dengan lainnya. Penyusunan DSRA juga harus diarahkan pada pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditentukan dengan tepat, yang sesuai dengan karakteristik destinasi serta melibatkan seluruh stakeholders yang ada. Salah satu tujuan tersebut adalah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, yang berdampak pada pendapatan nasional yang berarti pula peningkatan pendapatan masyarakat.

**Gambar 13**  
**Pentahelix Role Model Kepariwisataan**



Sumber : Paparan Kementerian Pariwisata 2017

Perlunya sinergitas antar stakeholders dalam pembangunan pariwisata nasional, Kementerian Pariwisata menerapkan konsep pentahelix model dalam mendukung percepatan pembangunan kepariwisataan guna meningkatkan kinerja dan kunjungan wisata ke Indonesia.

3. *Statistic based* dalam pembangunan pariwisata

Pengambilan keputusan pembangunan pariwisata, baik dalam tingkatan stratejik maupun operasional harus didasarkan pada data statistik yang kuat. Database pariwisata harus ditempatkan pada posisi yang penting dalam pengelolaan destinasi pariwisata. Dalam pembangunan kepariwisataan, kebutuhan akan data statistik diterapkan dalam model "*Tourism Satelite Account*" yaitu database model yang memberikan informasi terkait data sebagai berikut:

- a. *Tourism consumption*, yaitu data terkait jumlah pengeluaran wisatawan selama beraktivitas di suatu destinasi pariwisata,
- b. *Tourism supply*, yaitu data terkait jumlah usaha pariwisata dalam suatu destinasi pariwisata,
- c. *Production factors*, yaitu data terkait jumlah tenaga kerja (sumber daya manusia), modal, dan produk inovasi yang menggunakan teknologi,
- d. *Tourism specific products*, yaitu data terkait jumlah daya tarik wisata / atraksi wisata yang terdapat dalam suatu destinasi pariwisata,
- e. *Standard international classification tourism activities*, yaitu data terkait jumlah aktivitas wisata yang berstandar internasional.

Informasi data statistik yang didapatkan dari "*Tourism Satelite Account*" dapat menjadi parameter dan indikator peningkatan kuantitas pembangunan pariwisata yang dapat dikelola sesuai dengan tahapan pengembangan destinasi pariwisata.

4. *Penerapan manajemen strategis dalam pembangunan pariwisata*

Konsep manajemen strategis dalam pembangunan pariwisata

digunakan dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan, strategi, program dan kegiatan yang sesuai dengan visi, misi, tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Dalam hal ini dapat diartikan dalam upaya mengembangkan destinasi pariwisata memerlukan sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk mencapai sasaran, termasuk penganalisaan, formulasi, implementasi, evaluasi dan pengendalian.

**Gambar 14**  
**Proses Manajemen Strategis**



Sumber : David, F.R and Forest, R. (2015).

Aplikasi manajemen strategis dalam pembangunan pariwisata pada umumnya dijabarkan dalam penyusunan rencana strategis dengan ruang lingkup sebagai berikut :

- a. Perencanaan skala besar yang mencakup seluruh komponen destinasi pariwisata yang dijabarkan menjadi perencanaan operasional, kemudian program kerja dan proyek tahunan,

- b. Berorientasi masa depan dan memiliki visi dan misi jangka panjang yang menyesuaikan dengan kemampuan sumber daya dan perkembangan tren,
- c. Pemilihan strategi induk yang mengarahkan pada tujuan dan sasaran – sasaran khusus yang hendak dicapai dengan melibatkan manajemen puncak,
- d. Menerapkan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengelolaan, pengorganisasian, implementasi, dan kontrol).

Pertimbangan lain dalam mengelola destinasi pariwisata yang efektif dibutuhkan perencanaan pariwisata jangka panjang, pengawasan rutin yang berkesinambungan, serta evaluasi terhadap rencana dan implementasi yang dihasilkan berdasarkan target dan sasaran yang diharapkan. Jika terjadi permasalahan atau ketidaksesuaian antara rencana dan realisasi, maka diperlukan kecepatan, kekinian, dan ketepatan para stakeholder dalam pengambilan keputusan yang bersifat strategis maupun teknis dan taktis.

5. Kebutuhan spesifik pariwisata halal

Istilah halal didefinisikan sebagai "sesuatu yang diperbolehkan, sehubungan dengan yang tidak ada pembatasan, dan melakukan sesuai dengan hukum Allah, " (Al-Qaradhawi, 2013; p. XXV). Oleh karena itu, istilah Halal berarti 'diperbolehkan' menurut ajaran Islam (hukum Syariah). Halal juga salah satu dari lima tindakan (al-ahkam al-khamsah) yang mengkategorikan moralitas tindakan manusia dalam Islam, yaitu Fard (wajib), mustahabb (dianjurkan), Makruh (tidak menyukai), dan Haram (dilarang) (Faruki, 1966).

Dari perspektif Islam, Halal sebagaimana didefinisikan di atas mengacu pada praktek atau kegiatan di bidang pariwisata yang

'diperbolehkan' menurut ajaran Islam. (Battour M, Nazari Mohd Ismail, 2015 Halal tourism concept, practices, challenges and futures. Elsevier journal).

Bicara kebutuhan wisatawan Muslim, ada 4 hal mendasar yang diperlukan Muslim dalam keseharian mereka termasuk ketika melakukan aktifitas wisata. Kebutuhan dasar tersebut adalah:

- a. Kebutuhan untuk bersuci dengan air,
- b. Kebutuhan sarana dan prasarana untuk beribadah,
- c. Kebutuhan akan makanan yang terjamin kehalalannya,
- d. Kebutuhan akan aktifitas wisata yang tidak bertentangan dengan nilai Islam seperti tidak ada unsur pornografi/pornoaksi (maksiat) dan kemunkaran.

Dikatakan kebutuhan mendasar karena bagi seorang Muslim kewajiban beribadah dilakukan setiap hari. Dalam kondisi normal (menetap dan tidak berpergian) seorang Muslim wajib melaksanakan ibadah shalat 5 kali sehari. Dan untuk shalat perlu tempat dan sarana berwudhu. Bila sebelum berwudhu Muslim tadi melakukan buang air kecil atau besar maka dia wajib bersuci dengan air. Bila dia tidak bersuci shalatnya tidak akan sah walaupun dia sudah berwudhu.

Dalam kondisi tidak normal (diantaranya berpergian / berwisata) seorang masih tetap berkewajiban melaksanakan shalat dan tidak bisa ditangguhkan apalagi ditinggalkan.

Disamping ibadah, kewajiban Muslim lainnya adalah mengkonsumsi makanan yang halal. Untuk kondisi sekarang maka makanan halal tidak hanya sebatas menu yang bebas dari babi. Tapi sekarang dengan adanya teknologi pangan banyak bahan-bahan makanan yang dihasilkan dari bahan babi karena dari sisi ketersediaannya yang banyak dan murah. Maka untuk memastikan apakah makanan dan

bahannya halal adalah melalui sertifikat halal. Sebagai contoh dalam proses penfilteran air kemasan ada bahan yang bernama karbon aktif. Karbon aktif ini terbuat dari tulang atau batok kelapa. Kalau terbuat dari tulang, maka kebanyakan adalah dari tulang babi. Jika karbon aktif yang digunakan untuk filter air berasal dari tulang babi maka air tadi akan terkontaminasi dengan zat yang tidak halal maka hasilnya adalah air tersebut menjadi tidak halal. Untuk mengetahui apakah karbon aktif itu dari tulang babi atau tidak maka disinilah perlunya sertifikasi halal. Karena tidak mungkin orang awam akan mampu mengetahui dan menelusurinya.

Sedangkan kebutuhan dasar dalam kaitannya dengan aktifitas wisata adalah tersedianya objek wisata dan aktifitas wisata yang bebas dari kemaksiatan atau kemunkaran. Dalam hal ini tidak ada unsur muatan pornografi dan pornoaksi atau kemunkaran lainnya. Lebih baik lagi kalau aktifitas wisata tersebut bisa memberikan pencerahan, membangkitkan semangat dan kegairahan hidup secara fisik, pemikiran dan jiwa. Kebutuhan ini didasarkan pada kewajiban seorang Muslim untuk menjaga mata dan penglihatannya dari yang diharamkan seperti hal-hal yang berbau pornografi dan pornoaksi yang dapat membangkitkan nafsu syahwat serta kemunkaran lainnya.

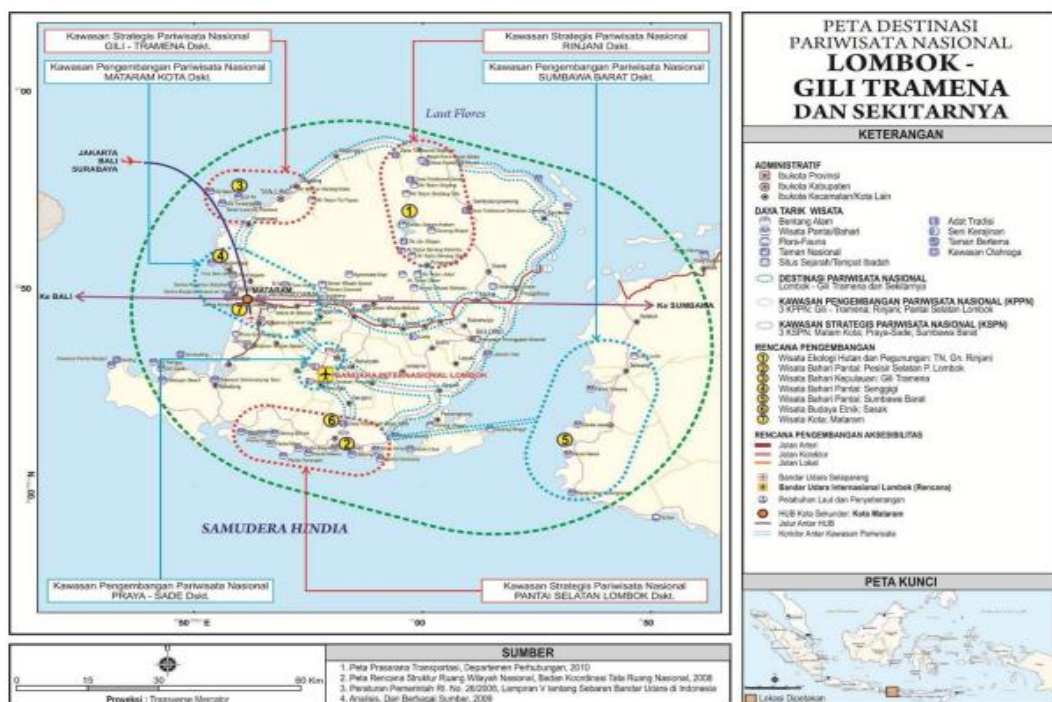
### **2.3. KAJIAN KODISI KEPARIWISATAAN DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT**

Provinsi Nusa Tenggara Barat yang termasuk ke dalam salah satu Provinsi yang ada di Indonesia, dalam konstelasi RIPPARNAS masuk ke dalam Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Lombok-Gili Tramen dan sekitarnya dan secara lebih



spesifik memiliki empat Kawasan Strategis Pariwisata Nasional, yaitu KPPN Rinjani dan sekitarnya, KPPN Lombok-Gili Tramena dan sekitarnya, serta KPPN Moyo dan sekitarnya. Secara lebih jelas, berikut Peta Destinasi Pariwisata Nasional Lombok-Gili Tramena dan sekitarnya dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 15**  
**Peta Destinasi Pariwisata Nasional di Provinsi NTB**



Sumber : RIPPARNAS 2010-2025 (PP. No. 50 Tahun 2011, Lampiran 2)

Dalam PP No. 50 Tahun 2011 pada lampiran 4 terdapat indikasi pembangunan kepariwisataan nasional yang terbagi kedalam 4 bagian, dimana dari salah satu dari bagian tersebut membahas mengenai indikasi program pembangunan promosi pariwisata yang tertuang pada bagian b. Pada area kebijakan satu tentang pengembangan pasar wisatawan, DPN Lombok-Gili Tramena dan sekitarnya termasuk dalam destinasi pariwisata nasional yang dijadikan sebagai salah satu fokus indikasi program untuk mengembangkan kelompok pasar wisata

Provinsi Nusa Tenggara Barat didirikan pada tanggal 14 Agustus 1958 berdasarkan Dasar Hukum UU No. 64 Tahun 1958. Namun tanggal 17 Desember ditetapkan sebagai Hari Jadi Provinsi Nusa Tenggara Barat. Adapun Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki luas wilayah 18.572,32Km<sup>2</sup> yang terbagi kedalam 2 kota Administrasi dan 8 kabupaten Administrasi, dengan perincian sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Daftar Kabupaten/Kota di Provinsi NTB**

No.	Kabupaten/Kota	Ibu kota	Luas Wilayah
1	Kabupaten Bima	Woha	3.405,63 km <sup>2</sup>
2	Kabupaten Dompu	Dompu	2.391,54 km <sup>2</sup>
3	Kabupaten Lombok Barat	Gerung	896,56 km <sup>2</sup>
4	Kabupaten Lombok Tengah	Praya	1.095,03 km <sup>2</sup>
5	Kabupaten Lombok Timur	Selong	1.230,76 km <sup>2</sup>
6	Kabupaten Lombok Utara	Tanjung	776,25 km <sup>2</sup>
7	Kabupaten Sumbawa	Sumbawa Besar	6.643,98 km <sup>2</sup>
8	Kabupaten Sumbawa Barat	Taliwang	1.849,02 km <sup>2</sup>
9	Kota Bima	Bima	222,25 km <sup>2</sup>
10	Kota Mataram	Mataram	61,3 km <sup>2</sup>

Sumber : BPS Nusa Tenggara Barat, 2017

## 2.4. KAJIAN PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT

### 2.4.1 KAWASAN PENGEMBANGAN PARIWISATA

Nusa Tenggara Barat adalah sebuah provinsi di Indonesia yang berada pada bagian barat Kepulauan Nusa Tenggara. Provinsi ini beribukota di Mataram dan memiliki 10 Kabupaten/Kota. Nusa Tenggara Barat terdiri dari Pulau Lombok dan Pulau Sumbawa, memiliki luas wilayah 20.153,15 km<sup>2</sup>. Terletak antara 115° 46' - 119° 5' Bujur Timur dan 8° 10' - 9 °g 5' Lintang Selatan. Berdasarkan posisi geografisnya, Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki batasbatas: Utara - Laut Jawa dan Laut Flores; Selatan -

Samudera Hindia; Barat - Selat Lombok dan Provinsi Bali; Timur - Selat Sape dan Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Berdasarkan data statistik dari lembaga meteorologi, temperatur maksimum pada tahun 2001 berkisar antara 30,9° – 32,1 °C, dan temperatur minimum berkisar antara 20,6° - 24,5&degC. Temperatur tertinggi terjadi pada bulan September dan terendah ada bulan November. Sebagai daerah tropis, NTB mempunyai rata-rata kelembaban yang relatif tinggi, yaitu antara 48 - 95 %.

Berdasarkan data Proyeksi Penduduk tahun 2010 - 2020 jumlah penduduk Nusa Tenggara Barat Tahun 2016 mencapai 4.896.162 jiwa. Sebagian besar dari penduduk Lombok berasal dari suku Sasak, sementara suku Bima dan Sumbawa merupakan kelompok etnis terbesar di Pulau Sumbawa. Mayoritas penduduk Nusa Tenggara Barat beragama Islam (94%). Mayoritas masyarakat NTB ialah beragama Islam dengan persentase sebesar 96,78%.

Sungai-sungai di Nusa Tenggara Barat dikelompokkan ke dalam dua wilayah sungai, yaitu Wilayah Sungai (WS) yaitu WS Lombok dan WS Sumbawa.[5] WS Lombok terdiri atas 197 DAS dan WS Sumbawa 555 DAS. Selong merupakan kota yang mempunyai ketinggian paling tinggi, yaitu 148m dari permukaan laut, sementara Raba terendah dengan 13m dari permukaan laut. Dari tujuh gunung yang ada di Pulau Lombok, Gunung Rinjani merupakan gunung tertinggi dengan ketinggian 3.775m, sedangkan Gunung Tambora merupakan gunung tertinggi di Sumbawa dengan ketinggian 2.851m.

#### 2.4.2 KONDISI EKSISTING PARIWISATA HALAL

Provinsi NTB merupakan salah satu dari beberapa destinasi prioritas untuk wisata halal di Indonesia, yang mana industri pariwisata Provinsi NTB terus mengalami kemajuan yang cukup baik. Hal tersebut tidak terlepas dari

adanya keterbukaan masyarakat wilayah Provinsi NTB. Dalam konteks pariwisata halal sendiri, pariwisata NTB telah memiliki beberapa prestasi. Beberapa prestasi pariwisata NTB tersebut antara lain adalah

1. Daya Tarik Wisata Unggulan yang akan Dikembangkan

Atraksi wisata merupakan salah satu komponen yang akan memberikan dorongan bagi wisatawan dalam melakukan aktivitas pariwisatanya. Provinsi NTB sebagai salah satu destinasi pariwisata halal nasional saat ini teridentifikasi daya tarik wisata cagar budaya, yang secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 6**  
**Jumlah Daya Tarik dan Cagar Budaya Provinsi NTB**

NO	DESKRIPSI	JUMLAH
1	Daya Tarik Alam	
2	Daya Tarik Budaya	
3	Daya Tarik Buatan	
4	Bangunan Cagar Budaya	
5	Seniman/Budayawan	
6	Sanggar	

Sumber : KEMENPAR, 2017

Pariwisata menjadi sumber peningkatan ekonomi masyarakat dan daerah di Provinsi NTB yang sangat potensial, karena wilayah ini memiliki beraneka ragam jenis daya tarik wisata. Daya tarik wisata seperti wisata alam, sosial maupun wisata budaya yang tersebar di wilayah Makassar dan sekitarnya. Dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata halal di Provinsi NTB, destinasi wisata yang akan menjadi unggulan terjabarkan sebagai berikut :

a. Mataram - Islamic Center

Sejak tahun 2014 yang lalu pemerintah provinsi NTB giat mempromosikan wisata religi di daerahnya termasuk dengan

mempromsikan destinasi wisata masjid masjid kuno dan bersejarah serta tempat tempat perkembangan dan pendidikan Islam. Pemerintah daerah setempat juga mempromosikan destinasi destinasi wisata tersebut dengan merangkum semua informasi ke dalam satu buku. Seluruh aktivitas tersebut dipusatkan di Islamic Center Mataram yang telah menjadi landmark baru di pusat kota Mataram.

**Gambar 16**  
***Mataram's Islamic Center***



Sumber : [travelingyuk.com](http://travelingyuk.com)

Bangunan Islamic Center ini dilengkapi dengan menara setinggi 99 meter sesuai dengan 99 nama nama Allah (Asma'ul Husna). Bangunan menara ini dibuka sebagai objek wisata untuk memandang wajah kota Mataram dari ketinggian baik saat siang maupun malam hari. Lokasinya yang strategis di pusat kota Mataram di Pulau Lombok yang selain sudah lama terkenal sebagai tujuan wisata oleh turis mancanegara, pulau Lombok juga sudah lama terkenal sebagai pulau Seribu

masjid, karena di pulau ini memang bertabur masjid masjid kuno hingga masjid masjid modern yang menawan. Sebutan tersebut juga mewakili suasana religius masyarakat setempat.

Selain sebagai penanda Kota Mataram, Islamic Center Mataram ini berfungsi sebagai pusat kebudayaan, wisata religi, pasar seni, dan aktivitas religius lainnya. Dalam upaya mempromosikan wisata religi yang berpusat di Islamic Center ini, pemerintah setempat mensinergikan sumber daya setempat termasuk memberdayakan para perajin garmen dan kayu cukli yang merupakan produk kerajinan unggulan di Kota Mataram agar mereka membuat berbagai cinderamata bertemakan Islamic Center. Hasil kerajinan cinderamata tersebut seperti gantungan kunci, pulpen, baju kaus bergambar Islamic Center, batik sasak samawa mbojo (sasambo) bermotif Islamic Center, serta aksesoris lainnya. Kini Masjid Islamic Center Mataram ini merupakan bangunan Masjid terbesar dan termegah di propinsi Nusa Tenggara Barat.

b. Lombok Barat - Senggigi

**Gambar 17**  
**Pantai Senggigi**



Sumber : Booking.com

Pantai Senggigi terletak di sebelah barat pesisir Pulau Lombok tepatnya berada di Jl. Raya Senggigi Km 6 – 10 Kecamatan Batulayar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan jarak tempuh sekitar 1 jam dari Bandara Lombok ke Senggigi atau sekitar 20 menit dari pusat Kota Mataram. Pantai Senggigi merupakan salah satu daya tarik wisata terkenal yang berada di NTB. Kondisi ombak yang tidak terlalu besar karena formasi terumbu karang yang menjulang ketengah menyebabkan ombak pecah sebelum mendekati pantai. Namun pada titik tertentu, terdapat ombak yang cukup baik untuk digunakan berselancar. Pantai Senggigi juga merupakan pusat resort di sekitar Lombok yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas wisata, seperti restoran, kafe, dan penginapan.

Keindahan alam Pantai Senggigi Lombok cukup menajubkan, kawasan ini terdiri dari beberapa pantai berteluk yang panjang di mulai dari selatan, yaitu Pantai Batulayar, Batu Bolong, Senggigi, Kerandangan dan Mangsit. Di setiap tempat tersebut memiliki keindahan tersendiri yang dapat Anda nikmati ketika berkunjung ke Senggigi. Pantai Batulayar merupakan tempat wisata religi bagi umat muslim dan juga tempat diadakannya acara tahunan Suku Sasak yaitu Lebaran Topat yang biasanya di adakan 1 minggu setelah idul fitri, di pinggir jalan yang bertebing di pesisir pantai terdapat gardu pandang untuk menikmati pemandangan. Sedangkan di Pantai Batu Bolong terdapat pura tua umat hindu yang di dirikan di atas batu hitam yang menjulur ke laut, batu ini memiliki lubang yang di gunakan sebagai akses jalan. Pura Batu Bolong merupakan destinasi yang rame dikunjungi.

c. Lombok Tengah - Kuta, Bau Nyale

Bau Nyale merupakan budaya, legenda lombok tengah serta menjadi wahana promosikan potensi wisata yang ada di Lombok Tengah. Festival Bau Nyale yang menjadi festival rutin masyarakat Pulau Lombok pada umumnya dan masyarakat Lombok Tengah khususnya. Festival ini diadakan tepat di 16 titik pantai Selatan Lombok Tengah yang memanjang sejauh puluhan kilometer dari arah Timur hingga barat seperti di Pantai Seger di Desa Kuta.

Festival Bau Nyale adalah festival yang berdasarkan pada sebuah legenda. Nyale sendiri berasal dari nama sejenis cacing laut yang biasa hidup di dasar laut atau lubang-lubang batu



karang. Menurut cerita masyarakat setempat Nyale adalah jelmaan dari rambut Putri Mandalika.

Rangkaian acara yang biasa diadakan dalam festival sangat beragam. Rangkaian acara tersebut biasanya diisi dengan pawai ilustrasi Putri Mandalika, berbagai tari-tarian khas Sasak yang diiringi dengan musik khas Lombok, pentas teatrikal Putri Mandalika, hingga pemilihan Putri Mandalika .

**Gambar 18**  
**Festival Bau Nyale**



Sumber : [magazine.happyholiday.travel](http://magazine.happyholiday.travel)

#### d. Lombok Timur - Sembalun

Sembalun adalah nama sebuah kecamatan di kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Kecamatan Sembalun memiliki luas wilayah 217,08 Km<sup>2</sup>. Secara geografis Kecamatan Sembalun di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Sambelia, di sebelah selatan berbatasan dengan Aikmel dan Pringgasela, di sebelah barat dengan Kabupaten Lombok Barat

sedangkan di sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Pringgabaya.

Kecamatan ini terdiri dari 6 desa yaitu Desa Sembalun Bumbung, Desa Sembalun Lawang, Desa Sajang, Desa Bilok Petung, Desa Sembalun, dan Desa Sembalun Timba Gading. Desa-desa yang berada di Kecamatan Sembalun memiliki ketinggian yang bervariasi antara 800 hingga 1.200 meter di atas permukaan laut. Jarak tempuh tiap desa ke ibukota kecamatan relatif dekat, jarak yang paling jauh yaitu dari Desa Sajang dan Desa Bilok Petung yang mencapai 6 km dan 15 km. Sedangkan jarak terdekat ke ibu kota kecamatan adalah Desa Sembalun yaitu 0,025 km (25 m), karena kantor kecamatan ada di desa tersebut.

**Gambar 19**  
**Desa Sembalun**



Sumber : Dronestagram

Sembalun terkenal dikalangan wisatawan, terutama para pendaki gunung dikarenakan Sembalun merupakan pintu masuk menuju jalur pendakian ke Gunung Rinjani yang memiliki ketinggian 3.726 Meter di atas permukaan laut (Mdpl). Pesona

desa Sembalun terletak pada alamnya yang indah, meskipun juga ada wisata budaya yang menarik untuk dikunjungi. Beberapa daya tarik wisata sebagai pesona desa Sembalun Lombok ialah Desa Adat Belek Suku Sasak, Kebun Strawberry Desa Sembalun, Rumah Tenun Sembalun, Bukit Selong Spot Melihat Sunrise, dan Bukit Siswa Untuk Paralayang

e. Lombok Utara - Sendang Gile

Air terjun Sendang Gile berada di kawasan desa Senaru, 2 kilometer dari desa Bayan. Objek wisata ini masih berada dalam kawasan Taman Nasional Gunung Rinjani. Ini disebabkan karena air terjun ini merupakan pintu masuk pendakian menuju Gunung Rinjani. Air terjun yang berketinggian 600 meter di atas permukaan tanah dan memiliki ketinggian kurang lebih 31 meter dari dasar sungai.

**Gambar 20**  
**Air Terjun Sendang Gile**



Sumber : dilombok.com

Air terjun ini sering juga disebut oleh penduduk setempat sebagai Batu Ko' atau dalam bahasa Indonesia bermakna batu kerbau. Menurut cerita rakyat setempat, pada zaman dulu Sendang Gile adalah tempat bidadari mandi ketika turun ke bumi. Namun ada juga yang berpendapat bahwa nama ini berasal dari seseorang yang menemukan air terjun ini secara tidak langsung saat memburu singa yang masuk ke hutan setelah mengacaukan sebuah kampung. Penduduk kampung setempat menyebut singa gila dengan sebutan sengang gile, namun, lambat laun pelafalan tersebut menjadi sendang gile.

Untuk menuju ke tempat ini, para pengunjung harus melalui dua ratusan anak tangga yang mencapai ketinggian 40 meter, dan jembatan berlubang melalui sebuah lembah yang membutuhkan waktu penjelajahan sekitar 15 menit. Perjalanan alternatif juga bisa dilakukan dengan cara menyusuri pinggir lembah yang agak curam dan mengikuti saluran irigasi serta menyeberangi jembatan yang terbuat dari rotan.

f. Sumbawa – Samota

Samota adalah akronim untuk nama tiga kawasan wisata di Sumbawa yakni Teluk Saleh, Pulau Moyo, dan Gunung Tambora. Panorama di kawasan Samota sangat potensial mendatangkan wisatawan, baik itu nusantara maupun mancanegara. Samota juga menjadi tempat diselenggarakannya kegiatan Sail to Saleh Moyo Tambora tahun 2018.

Tambora memiliki Savana Doro Ncanga dan Doro Bente. Destinasi ini berada pada kawasan National Geopark Tambora. Savana Doro Ncanga merupakan lokasi bentangan padang rumput lebih dari 6.000 hektare. Kawasan ini juga menjadi lokasi penggembalaan sapi, kerbau, hingga kuda. Masih di kawasan Tambora, terdapat Doro Bente yang merupakan kaldera yang tidak aktif lagi. Doro Bente memiliki ketinggian 80 mdpl dan berbatasan langsung dengan laut.

Sedangkan Teluk Saleh memiliki kedalaman mencapai 200 meter ini memiliki daya tarik sendiri. Kawasan ini familiar sebagai akuarium raksasa karena memiliki biota laut yang sangat lengkap. Beragam jenis spesies terumbu karang dan ikan ada di sana. Yang menjadi idola adalah manta atau pari paka.

Selanjutnya Pulau Moyo memiliki pesona berupa Air Terjun Mata Jitu yang memiliki ketinggian 15 meter dengan 12 kolam bertingkat. Wisatawan juga bisa menjumpai Burung Maleo beserta sarangnya yang unik. Pulau Moyo juga memiliki 16 site atau point diving. Kawasan ini terkenal dengan angel reef dan sea fan. Idola para diver yang berkunjung kesini adalah hiu sirip hitam dan hiu sirip putih. Selain itu, perairan ini juga memiliki spot unik, yaitu SS Sumbawa yang berupa kapal tenggelam dengan kedalaman 19 meter. Ukuran kapal tersebut yakni 20x10x5 meter dengan kondisi masih utuh dan lengkap dengan terumbu karangnya.

**Gambar 21**  
**Gunung Tambora, Teluk Saleh, dan Pulau Moyo**



Sumber : dilombok.com

g. Bima - Istana Raja Bima

**Gambar 22**  
**Istana Kesultanan Bima (Museum Asi Mbojo)**



Sumber : travel Kompas

Istana Kesultanan Bima dibangun pada tahun 1927 – 1930 dibangun oleh arsitektur dari Ambon yang bernama Mr. Obzicter Rehatta dengan perpaduan konstruksi tradisional dan Eropa. Saat ini, Istana Kesultanan Bima berubah fungsinya menjadi sebuah museum, yaitu Museum Asi Mbojo. Istana Kesultanan Bima berlokasi di jalan Sultan Ibrahim No. 2 Kota Bima, NTB.

2. Dukungan Amenitas

Pembagian pengembangan destinasi pariwisata di Provinsi NTB dapat di dukung oleh usaha pariwisata yang dapat dijelaskan berikut ini:

**Tabel 7**  
**Amenitas di Provinsi NTB**

NO	DESKRIPSI	JUMLAH
1	Biro/Agen Perjalanan	
2	Rumah Makan	
3	Hotel Non Bintang	
4	Hotel Berbintang	
5	Salon	
6	Masjid	

Sumber : FGD Destinasi Halal 2018

## 2.5. PROFIL TARGET PASAR MANCANEGERA PARIWISATA HALAL

Sektor pariwisata akan menjadi aset Indonesia apabila mampu dikelola dengan baik dan menjadi penopang perekonomian negara karena dapat membantu sektor lain seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat dan lain sebagainya karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata. Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara diharapkan akan mampu menghasilkan devisa yang berdampak langsung terhadap penerimaan negara. Pembangunan suatu destinasi pariwisata bertujuan untuk mendatangkan wisatawan yang akan memberikan dampak secara ekonomi kepada destinasi. Dampak secara ekonomi tersebut akan didapatkan dari kunjungan wisatawan yang membelanjakan uangnya.



**Tabel 11**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara**  
**di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2017**

ASAL NEGARA	BULAN												TOTAL
	JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	
Singapura	269	168	427	505	461	632	483	344	394	292	342	556	4,873
Malaysia	3,883	4,512	6,137	6,464	5,343	3,111	4,544	4,585	4,292	3,831	3,348	3,537	53,587
Korea Selatan	225	176	180	296	298	333	661	759	434	593	311	89	4,355
Tiongkok	743	535	274	556	574	411	1,191	1,121	755	843	387	267	7,657
Australia	132	109	117	290	114	214	331	132	208	133	83	127	1,990
Amerika Serikat	149	102	182	163	123	157	229	167	84	130	83	144	1,713
Inggris	276	194	306	590	299	411	719	599	366	492	184	340	4,776
Jerman	191	197	351	360	207	307	509	592	427	385	196	167	3,889
Perancis	124	151	138	288	183	156	423	484	187	242	68	112	2,556
Lainnya	3,402	2,631	3,193	3,692	4,190	3,469	3,378	3,424	2,885	3,129	2,702	1,897	37,992
<b>TOTAL</b>	<b>9394</b>	<b>8775</b>	<b>11305</b>	<b>13204</b>	<b>11,792</b>	<b>9,201</b>	<b>12,468</b>	<b>12,207</b>	<b>10,032</b>	<b>10,070</b>	<b>7,704</b>	<b>7,236</b>	<b>123,388</b>

Sumber : Kementerian Pariwisata, 2017

Pariwisata Provinsi NTB telah menunjukkan peningkatan secara signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Dalam konteks wisatawan mancanegara, saat ini Provinsi NTB terdapat 5 (lima) besar sumber utama wisatawan mancanegara berdasarkan asal negara yaitu :

1. Malaysia (53.587 wisatawan)
2. Tiongkok (7.657 wisatawan)
3. Singapura (4.873 wisatawan)
4. Inggris (4776 wisatawan)
5. Korea Selatan (4.355 wisatawan)

Sebagai destinasi pariwisata halal, Provinsi NTB telah menjadikan segmen wisatawan mancanegara dari negara **Malaysia dan Tiongkok** sebagai segmen utama untuk destinasi pariwisata halal. Sementara untuk segmen pasar sekunder berasal dari Timur Tengah dan Eropa

## BAB III

# KAJIAN TERHADAP PERATURAN PERUNDANG- UNDANGAN TERKAIT

### 3.1. KAJIAN TERHADAP PERATURAN PERUNDANG- UNDANGAN TERKAIT KEPARIWISATAAN DI TINGKAT NASIONAL

Pembangunan kepariwisataan merupakan bagian yang tidak terlepas dari pembangunan nasional. Target sektor pariwisata nasional diharapkan dapat menggantikan sektor migas sebagai penyumbang devisa negara terbesar di Indonesia, Dengan target sebesar 20 juta wisatawan mancanegara dan 275 juta wisatawan nusantara pada tahun 2019, dan dianggap sektor yang tidak terkena dampak krisis ekonomi global, pariwisata memiliki posisi yang penting dalam pembangunan nasional.

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pasal 8, Ayat (2), juga dinyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional. Dengan demikian, kajian terhadap kebijakan pembangunan nasional, khususnya Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) sangat penting dalam penyusunan rencana pembangunan kepariwisataan.

Peraturan perundangan di tingkat pusat yang akan dikaji bagi kepentingan penyusunan naskah akademik DSRA Pengembangan Wisata Halal Pada Regional 1 adalah:

1. UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945,
2. Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah,

3. Undang-Undang No. 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005 – 2025,
4. Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang,
5. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan,
6. Peraturan Pemerintah No. 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota,
7. Peraturan Pemerintah No. 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional,
8. Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisatan Nasional Tahun 2010 – 2025,
9. Instruksi Presiden No. 16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Kepariwisataaan.

#### 3.1.1 UUD NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1945

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (3) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 disebutkan bahwa Negara Indonesia adalah negara hukum, sehingga segala perbuatan yang dilakukan oleh penguasa seharusnya didasarkan pada aturan hukum. Adanya landasan hukum disamping sebagai pembatasan kekuasaan pemerintah juga merupakan sarana perlindungan hukum bagi rakyat. Sebab dengan adanya dasar hukum, penguasa dapat mengetahui secara jelas hak dan kewajibannya sehingga kecil kemungkinan terjadinya perbuatan melanggar hukum oleh penguasa. Apabila dilihat dari sisi masyarakat maka dengan adanya landasan hukum yang memungkinkan masyarakat untuk untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan pemerintahan, disamping itu dengan adanya landasan hukum yang jelas pula masyarakat akan lebih memahami hak dan kewajibannya sehingga kecil kemungkinan masyarakat dijadikan obyek kekuasaan oleh penguasa.

Berdasarkan Pasal 18 Ayat (2) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dinyatakan bahwa pemerintahan daerah propinsi, daerah kabupaten dan kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan. Dari ketentuan tersebut maka daerah memiliki hak untuk mengurus dan mengatur sendiri urusan pemerintahannya di luar urusan yang menjadi urusan pemerintah pusat, salah satunya adalah dalam sektor pariwisata. Urusan yang termasuk untuk menyelenggarakan otonomi dan tugas pembantuan wajib dituangkan di dalam Peraturan Daerah sebagai wewenang atribusi daerah sebagaimana diatur di dalam Pasal 18 Ayat (6) Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang sekaligus wajib dicantumkan pada urutan pertama Dasar Hukum dalam setiap Peraturan Daerah.

### 3.1.2 UUD NO 23 TAHUN 2014 TENTANG PEMERINTAH DAERAH

UU No. 23 Tahun 2014 sebagai pengganti UU No. 32 Tahun 2004 memberikan kewenangan yang luas, nyata dan bertanggung jawab kepada Daerah, sehingga ada peluang dan kebebasan bagi Daerah untuk lebih leluasa mengatur dan melaksanakan kewenangannya atas prakarsa sendiri, sesuai dengan kepentingan masyarakat setempat dan potensi setiap Daerah. Kewenangan Pemerintah Daerah dilaksanakan secara luas, utuh dan bulat yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, pengendalian, dan evaluasi pada semua aspek pemerintahan.

Pembagian kewenangan ini pada hakikatnya merupakan pembagian tugas, kewajiban, dan tanggung jawab. Hubungan kewenangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah juga merupakan hubungan dan pembagian tugas dari Negara kepada penyelenggara negara pada tingkat Pusat secara nasional dan Daerah secara regional dan lokal untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat, pemerataan dan keadilan, efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintah daerah.

**Tabel 12**  
**Pembagian Kewenangan Urusan Pemerintahan Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014**

<b>KEWENANGAN</b>			
Pemerintah Pusat	Pemerintah Provinsi/Kabupaten Kota		
<b>a) politik luar negeri;</b> <b>b) pertahanan;</b> <b>c) keamanan;</b> <b>d) yustisi;</b> <b>e) moneter dan fiskal nasional;</b> <b>f) agama</b>	<b>URUSAN WAJIB BERKAITAN DENGAN PELAYANAN</b> 1. pendidikan; 2. kesehatan; 3. pekerjaan umum dan penataan ruang; 4. perumahan rakyat dan kawasan permukiman; 5. ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat; dan 6. sosial.	<b>URUSAN WAJIB TIDAK BERKAITAN DENGAN PELAYANAN</b> 1. tenaga kerja; 2. pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak; c. pangan; 3. pertanian; 4. lingkungan hidup; 5. administrasi kependudukan dan pencatatan sipil; pemberdayaan masyarakat dan Desa; 6. pengendalian penduduk dan keluarga berencana; 7. perhubungan; 8. komunikasi dan informatika; 9. koperasi, usaha kecil, dan menengah; 10. penanaman modal; 11. kepemudaan dan olah raga; 12. statistik; 13. persandian; 14. kebudayaan; 15. perpustakaan; dan 16. kearsipan.	<b>URUSAN WAJIB</b> 1. kelautan dan perikanan; 2. pariwisata; 3. pertanian; 4. kehutanan ; 5. energi dan sumber daya mineral; 6. perdagangan; 7. perindustrian; dan 8. transmigrasi.

Sumber : Undang-undang No 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah

Berdasarkan Tabel diatas, pembagian kewenangan urusan pemerintahan antara Pemerintah dengan Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota sudah sangat jelas perbedaannya, khususnya dari lingkup urusan. Sementara itu, pembagian kewenangan urusan pemerintahan antara Pemerintah Provinsi dengan Pemerintah Kabupaten/Kota hanya dibedakan dari skala urusan, lingkup urusan kedua tingkatan pemerintahan tersebut adalah sama. Skala urusan yang menjadi kewenangan Pemerintah Provinsi adalah skala provinsi dan lintas kabupaten/kota, sedangkan yang menjadi kewenangan Pemerintah Kabupaten/Kota adalah urusan skala kabupaten/kota. Dari tabel di atas juga dapat diketahui bahwa pariwisata tidak termasuk dalam

urusan wajib bagi Pemerintah, Pemerintah Provinsi, maupun Pemerintah Kabupaten/Kota. Pariwisata merupakan urusan pilihan, yaitu urusan pemerintahan yang secara nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi, kekhasan, dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan. Dengan demikian, pariwisata tidak harus dibangun di setiap provinsi maupun kabupaten/kota.

### 3.1.3 UNDANG-UNDANG NO 17 TAHUN 2007 TENTANG RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA PANJANG NASIONAL TAHUN 2005 – 2025

Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025, memang tidak mengatur secara khusus pembangunan kepariwisataan di Daerah, namun memuat kebijakan yang bersifat lebih umum untuk seluruh sektor pembangunan di tingkat nasional. Hal-hal yang mengatur tentang pembangunan kepariwisataan dalam RPJPN bersifat arahan pembangunan secara umum.

Dalam RPJPN 2005-2025, pembangunan kepariwisataan dilakukan untuk mendukung upaya memperkuat perekonomian domestik dengan orientasi dan berdaya saing global. Arahan pembangunan kepariwisataan yang ditetapkan pada RPJPN tersebut mengatur bahwa kepariwisataan dikembangkan agar mampu mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan citra Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, serta memberikan perluasan kesempatan kerja. Pengembangan kepariwisataan dilakukan dengan memanfaatkan keragaman pesona keindahan alam dan potensi nasional sebagai wilayah wisata bahari terluas di dunia secara arif dan berkelanjutan, serta mendorong kegiatan ekonomi yang terkait dengan pengembangan budaya bangsa.

### 3.1.4 UNDANG-UNDANG NO 26 TAHUN 2007 TENTANG PENATAAN RUANG

Sebagai bagian dari ruang wilayah provinsi, pembangunan kepariwisataan juga harus memperhatikan Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang. Dalam Undang-Undang tersebut, bagian penjelasan, dijelaskan bahwa kawasan pariwisata dalam penataan ruang merupakan bagian dari kawasan budi daya. Lebih jauh lagi dijelaskan bahwa kawasan pariwisata dapat menjadi salah satu dari kawasan budidaya yang memiliki nilai strategis provinsi dan kabupaten/kota. Karena pariwisata menjadi salah satu kawasan yang harus diatur dalam penataan ruang, termasuk penataan ruang provinsi/kabupaten/kota, maka pembangunan kepariwisataan provinsi dan kabupaten/kota juga harus mengacu pada kebijakan penataan ruang wilayah nasional.

### 3.1.5 UNDANG-UNDANG NO 10 TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN

Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata mengatur tentang penyelenggaraan dan pembangunan kepariwisataan di Indonesia, baik pada tingkat nasional, provinsi, maupun daerah. Berkaitan dengan pembangunan kepariwisataan daerah, dalam UU ini telah disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas-asas hukum yang tercantum pada Pasal 2.

Lebih lanjut dijelaskan pada Pasal 6 bahwa pembangunan kepariwisataan diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pasal 8 Ayat (1) Undang-Undang yang sama menegaskan bahwa 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. Ayat (2) pasal yang sama juga menjelaskan bahwa rencana induk

pembangunan kepariwisataan ini merupakan bagian dari rencana pembangunan jangka panjang. Pada pasal 9, ditegaskan bahwa rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi ditetapkan dengan Peraturan Daerah provinsi. Aspek-aspek yang diatur dalam rencana induk pembangunan kepariwisataan mencakup empat hal, yaitu industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, dan kelembagaan kepariwisataan. Hal terkait aspek industri pariwisata menjelaskan bahwa usaha pariwisata di Indonesia saat ini dikelompokkan menjadi 13 (tiga belas), yaitu usaha daya tarik wisata, usaha kawasan pariwisata, usaha jasa transportasi wisata, usaha jasa perjalanan wisata, usaha jasa makanan dan minuman, usaha penyediaan akomodasi, usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, usaha penyelenggaraan MICE (meeting, incentive, convention, exhibition), usaha jasa informasi pariwisata, usaha jasa konsultan pariwisata, usaha jasa pramuwisata, usaha jasa wisata tirta, dan usaha spa.

Dari ketentuan UU No.10 Tahun 2009 kewenangan Pemerintah adalah sebagai berikut:

1. Menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi;
2. Mengoordinasikan Pengembangan Pariwisata diwilayah-nya;
3. Melaksanakan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata;
4. Menetapkan destinasi pariwisata Kabupaten;
5. Menetapkan daya tarik wisata Kabupaten;
6. Memfasilitasi promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya;
7. Memelihara aset Kabupaten yang menjadi daya tarik wisata; dan
8. Mengalokasikan anggaran kepariwisataan.



Sementara itu, aspek-aspek yang terkait dengan destinasi pariwisata yang diatur dalam UU adalah penetapan kawasan strategis pariwisata (pasal 12), baik di tingkat nasional, provinsi, maupun kabupaten/kota. Kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Penetapan kawasan strategis pariwisata dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal berikut ini:

1. Sumber daya pariwisata alam dan budaya yang potensial menjadi daya tarik pariwisata.
2. Potensi pasar
3. Lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan bangsa dan keutuhan wilayah.
4. Perlindungan terhadap lokasi tertentu yang mempunyai peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup.
5. Lokasi strategis yang mempunyai peran dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan asset budaya,
6. Kesiapan dan dukungan masyarakat.
7. Kekhususan dari wilayah.

Kawasan strategis pariwisata dikembangkan dengan tujuan berpartisipasi dalam terciptanya persatuan dan kesatuan bangsa, keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam pengembangannya, kawasan strategis pariwisata harus memperhatikan aspek budaya, sosial, dan agama masyarakat setempat. Selain penetapan kawasan strategis pariwisata, aspek destinasi pariwisata yang juga diatur dalam UU No. 10 tahun 2009 adalah tentang penanaman modal dalam negeri dan modal asing di bidang kepariwisataan. Pada pasal

10 UU tersebut dinyatakan bahwa rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, provinsi, dan kabupaten/kota harus mampu mendorong penanaman modal di bidang kepariwisataan.

Pembangunan aspek pemasaran pariwisata yang diatur dalam UU No. 10 tahun 2009 hanyalah yang terkait dengan pembentukan Badan Promosi Pariwisata Indonesia maupun daerah. Badan Promosi Pariwisata merupakan lembaga swasta yang bersifat mandiri, tetapi pembentukannya ditetapkan oleh Pemerintah maupun Pemerintah Daerah. Badan Promosi Pariwisata berfungsi sebagai: 1) koordinator promosi pariwisata yang dilakukan dunia usaha di pusat dan daerah; dan 2) mitra kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Pembangunan kelembagaan kepariwisataan dalam UU No. 10 tahun 2009 menekankan pada koordinasi strategis lintas sektor pada tataran kebijakan, program, dan kebijakan kepariwisataan (Pasal 33). Koordinasi lintas sektor dilakukan pada:

1. Bidang pelayanan kepabeanan, keimigrasian, dan karantina.
2. Bidang keamanan dan ketertiban.
3. Bidang prasarana umum yang mencakup jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan kesehatan lingkungan.
4. Bidang transportasi darat, laut, dan udara.
5. Bidang promosi pariwisata dan kerjasama luar negeri.

Apabila disimpulkan dengan perkembangan perspektif birokrasi pemerintahan, akan terlihat relasi dan korelasi dari peranan pemerintah di dalam menyediakan fasilitas-fasilitas, sarana dan prasarana pariwisata bagi komplementaritas antara kebutuhan pengadaan infrastruktur pariwisata dengan obyeknya.

### 3.1.6 PERATURAN PEMERINTAH NO 50 TAHUN 2011 TENTANG RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL

Paradigma kepariwisataan dalam konteks kekinian bukan lagi masalah regional semata, akan tetapi termasuk juga berkaitan dengan masalah nasional dan bahkan global. Oleh karena itu, sektor kepariwisataan diharapkan mampu bersaing secara global akan tetapi dalam rangka mewujudkan hal tersebut diperlukan koordinasi antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah, baik daerah propinsi maupun kabupaten/kota.

Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (Ripparnas) yang telah ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 merupakan penjabaran dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang mengamanatkan penyusunan rencana induk pembangunan kepariwisataan di tingkat nasional, provinsi, kabupaten/kota. Pada prinsipnya Ripparnas mengatur tentang visi dan misi, tujuan dan sasaran, arah kebijakan, strategi, dan indikasi program pariwisata sampai dengan 2025.

Ripparnas menjadi strategis karena menjadi kerangka acuan bagi koordinasi pembangunan kepariwisataan dan target-target yang harus tercapai sampai dengan 2025. PP Nomor 50 Tahun 2011 ini memuat visi pembangunan kepariwisataan nasional yaitu **“Terwujudnya Indonesia Sebagai Negara Tujuan Pariwisata Berkelas Dunia, Berdaya Saing, Berkelanjutan, dan Mampu Mendorong Pembangunan Daerah dan Kesejahteraan Rakyat”**.

Untuk mewujudkan visi tersebut, dalam Ripparnas ditetapkan empat misi pembangunan kepariwisataan, yaitu:

1. Destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah, dan masyarakat
2. Pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara

3. Industri pariwisata yang berdaya saing, kredibel, menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya;
4. Organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya Pembangunan Kepariwisata yang berkelanjutan.

Dalam Ripparnas 2010-2025, ditetapkan pula tujuan pembangunan kepariwisataan nasional, yaitu:

1. meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata;
2. mengkomunikasikan destinasi pariwisata Indonesia dengan menggunakan media pemasaran secara efektif, efisien, dan bertanggung jawab;
3. mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian nasional;
4. mengembangkan kelembagaan kepariwisataan dan tata kelola pariwisata yang mampu mensinergikan pembangunan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, dan industri pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien.

Tujuan pembangunan kepariwisataan nasional dijabarkan ke dalam sasaran pembangunan, yaitu meningkatkan:

1. jumlah kunjungan wisatawan mancanegara;
2. jumlah pergerakan wisatawan nusantara;
3. jumlah penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara;
4. jumlah pengeluaran wisatawan nusantara; dan
5. produk domestik bruto di bidang kepariwisataan.

Dalam Ripparnas juga dikemukakan bahwa arah pembangunan kepariwisataan Indonesia dilakukan:

1. Dengan berdasarkan prinsip Pembangunan Kepariwisata yang berkelanjutan;
2. dengan orientasi pada upaya peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan;
3. dengan tata kelola yang baik;
4. secara terpadu secara lintas sektor, lintas daerah, dan lintas pelaku; dan
5. dengan mendorong kemitraan sektor publik dan privat.

PP No. 50 Tahun 2011 ini menegaskan bahwa arah pembangunan kepariwisataan nasional tersebut menjadi dasar bagi arah kebijakan, strategi, dan indikasi program kepariwisataan nasional dalam kurun waktu 2010 – 2025 yang meliputi pembangunan:

1. Pembangunan Destinasi Pariwisata  
Arah kebijakan, strategi, dan indikasi program destinasi pariwisata nasional meliputi aspek-aspek berikut ini:
  - a. Perwilayahan pembangunan destinasi pariwisata nasional
  - b. Pembangunan daya tarik wisata
  - c. Pembangunan aksesibilitas pariwisata
  - d. Pembangunan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata
  - e. Pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan
  - f. Pengembangan investasi di bidang pariwisata

PP No. 50 Tahun 2011 ini juga membagi perwilayahan destinasi pariwisata menjadi 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang tersebar di 33 provinsi, dan 88 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang tersebar di 50 DPN. Pembangunan KSPN juga diatur untuk disesuaikan dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW)

nasional. Dalam sistem perwilayahan destinasi pariwisata nasional, di Provinsi Riau ditetapkan 3 (tiga) Destinasi Pariwisata Nasional.

Arah pembangunan daya tarik wisata ditetapkan pada perintisan daya tarik wisata, pembangunan daya tarik wisata, pemantapan daya tarik wisata, dan revitalisasi daya tarik wisata. Pembangunan aksesibilitas pariwisata dimaksudkan untuk mendukung pengembangan kepariwisataan dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam DPN. Sementara itu, pembangunan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata diarahkan pada:

- a. Pengembangan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan DPN;
- b. Peningkatan prasarana umum, kualitas fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata yang mendukung pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya saing DPN;
- c. Pengendalian prasarana umum, pembangunan fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata bagi destinasi-destinasi pariwisata yang sudah melampaui ambang batas daya dukung.

Pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata dilakukan dengan arahan pembangunan berikut ini:

- a. Pengembangan potensi, kapasitas, dan partisipasi masyarakat melalui pembangunan kepariwisataan.
- b. Optimalisasi pengarusutamaan gender melalui pembangunan kepariwisataan.
- c. Peningkatan potensi dan kapasitas sumber daya lokal melalui pengembangan usaha produktif di bidang pariwisata.
- d. Penyusunan regulasi dan pemberian insentif untuk mendorong perkembangan industri kecil dan menengah dan usaha pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang

- dikembangkan masyarakat lokal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- e. Penguatan kemitraan rantai nilai antar usaha di bidang kepariwisataan.
  - f. Perluasan akses pasar terhadap produk industri kecil dan menengah dan usaha pariwisata skala usaha mikro, kecil, dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal.
  - g. Peningkatan akses dan dukungan permodalan dalam upaya mengembangkan produk industri kecil dan menengah dan usaha pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal;
  - h. Peningkatan kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan terkait dalam mewujudkan sapta pesona untuk menciptakan iklim kondusif kepariwisataan setempat.
  - i. Peningkatan motivasi dan kemampuan masyarakat dalam mengenali dan mencintai
  - j. bangsa dan tanah air melalui perjalanan wisata nusantara.
  - k. Pengembangan investasi di bidang pariwisata juga tidak kalah pentingnya dengan komponen-komponen pembangunan destinasi pariwisata lainnya.
  - l. Pengembangan investasi nasional di bidang pariwisata pada Ripparnas diarahkan pada:
  - m. Peningkatan pemberian insentif investasi di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - n. Peningkatan kemudahan investasi di bidang pariwisata.
  - o. Peningkatan promosi investasi di bidang pariwisata.
2. Pembangunan Industri Pariwisata
- Arah kebijakan, strategi, dan indikasi program industri pariwisata nasional meliputi komponen-komponen berikut ini: - penguatan

struktur industri pariwisata; peningkatan daya saing produk pariwisata; - pengembangan kemitraan usaha pariwisata; - penciptaan kredibilitas bisnis; - pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Arah kebijakan penguatan struktur industri pariwisata diwujudkan dalam bentuk penguatan fungsi, hierarki, dan hubungan antar mata rantai pembentuk industri pariwisata untuk meningkatkan daya saing industri pariwisata. Arah kebijakan peningkatan daya saing daya tarik wisata diwujudkan dalam bentuk pengembangan kualitas dan keragaman usaha daya tarik wisata. Arah kebijakan peningkatan daya saing fasilitas pariwisata diwujudkan dalam bentuk pengembangan kapasitas dan kualitas fungsi dan layanan fasilitas pariwisata yang memenuhi standar internasional dan mengangkat unsur keunikan dan kekhasan lokal. Arah kebijakan pengembangan kemitraan usaha pariwisata wujudkan dalam bentuk pengembangan skema kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat. Arah kebijakan penciptaan kredibilitas bisnis diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen dan pelayanan usaha pariwisata yang kredibel dan berkualitas.

Arah kebijakan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen usaha pariwisata yang mengacu kepada prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan, kode etik pariwisata dunia, dan ekonomi hijau.

### 3. Pembangunan Pemasaran Pariwisata

Arah kebijakan, strategi, dan indikasi program pemasaran pariwisata nasional meliputi komponen-komponen berikut ini:

#### a. Pengembangan pasar wisatawan;



- b. Pengembangan citra pariwisata;
- c. Pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata;
- d. Pengembangan promosi pariwisata.

Arah kebijakan pengembangan pasar wisatawan diwujudkan dalam bentuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar untuk mengoptimalkan pengembangan destinasi pariwisata dan dinamika pasar global. Target jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2025 mencapai 20 juta orang, wisatawan nusantara 371 juta perjalanan, penerimaan devisa dari pariwisata mencapai US\$17 miliar, dan kontribusi pariwisata terhadap PDB yaitu 6 %.

Arah kebijakan pengembangan citra pariwisata meliputi: a) peningkatan dan kemantapan citra pariwisata Indonesia secara berkelanjutan baik citra pariwisata nasional maupun citra pariwisata destinasi; dan b) peningkatan citra pariwisata Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing. Sementara itu, arah kebijakan pengembangan promosi meliputi: a) penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata Indonesia di dalam negeri; dan b) penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata Indonesia di luar negeri.

#### 4. Pembangunan Kelembagaan Kepariwisata

Arah kebijakan, strategi, dan indikasi program kelembagaan kepariwisataan nasional meliputi komponen-komponen berikut ini:

- a. Penguatan organisasi kepariwisataan;
- b. Pembangunan sumber daya manusia pariwisata;
- c. Penyelenggaraan penelitian dan pengembangan.

Arah kebijakan penguatan organisasi kepariwisataan meliputi:

- a. Reformasi birokrasi kelembagaan dan penguatan mekanisme kinerja organisasi untuk mendukung misi kepariwisataan sebagai portofolio pembangunan nasional;
- b. Memantapkan organisasi kepariwisataan dalam mendukung pariwisata sebagai pilar strategis pembangunan nasional;
- c. Mengembangkan dan menguatkan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang pemasaran pariwisata;
- d. mengembangkan dan menguatkan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang industri pariwisata;
- e. mengembangkan dan menguatkan organisasi kepariwisataan yang menangani bidang destinasi pariwisata.

Pembangunan sumber daya manusia pariwisata mencakup sumber daya manusia pariwisata di kalangan pemerintahan dan sumber daya manusia pariwisata di dunia usaha dan masyarakat. Arah kebijakan pembangunan sumber daya manusia pariwisata di kalangan pemerintahan diwujudkan dalam bentuk peningkatan kapasitas dan kapabilitas sumber daya manusia pariwisata. Arah kebijakan pembangunan sumber daya manusia pariwisata di dunia usaha dan masyarakat diwujudkan dalam bentuk peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia pariwisata.

Sementara itu, arah kebijakan penyelenggaraan penelitian dan pengembangan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan meliputi:

- a. Peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan destinasi pariwisata;
- b. Peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan pemasaran pariwisata;
- c. Peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan industri pariwisata;

- d. Peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan kelembagaan dan sumber daya manusia pariwisata.

### 3.1.7 INTRUKSI PRESIDEN NO 16 TAHUN 2005 TENTANG KEBIJAKAN PEMBANGUNAN KEBUDAYAAN DAN KEPARIWISATAAN

Instruksi Presiden Nomor 16 tahun 2005 ditetapkan untuk mewujudkan keterpaduan pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan Indonesia. Keterpaduan pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan Indonesia ini diperlukan untuk:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada publik dalam bentuk jasa atau kemudahankemudahan yang diperlukan bagi wisatawan mancanegara yang hendak berkunjung ke Indonesia dan kemudahan bagi wisatawan nusantara dalam melakukan perjalanan untuk mengenali dan mencintai alam dan ragam budaya Indonesia.
2. Mengambil langkah-langkah nyata guna mengoptimalkan akselerasi pembangunan kebudayaan dan pariwisata nasional dalam upaya menyejahterahkan masyarakat, membuka lapangan kerja, memberantas kemiskinan dan pemeratakan pembangunan.
3. Secara proaktif melakukan upaya perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan sumber daya alam dan budaya untuk pembangunan kebudayaan dan pariwisata.

Pelaku atau aktor yang terlibat dalam mewujudkan keterpaduan pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan Indonesia adalah para Menteri, Kepala Lembaga Pemerintah Nondepartemen, Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia, para Gubernur, Bupati, dan Walikota. Rencana induk pengembangan kepariwisataan daerah sudah ditetapkan pada Inpres ini sebagai tugas dan tanggung jawab Gubernur, Bupati, dan Walikota. Karena pada saat Inpres Nomor 16 tahun 2005 ini, pembangunan

kepariwisataan Indonesia masih mengacu pada Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990, maka aspek pengembangannya terdiri dari pengembangan produk, pemasaran, serta sarana dan pelayanan/sumber daya manusia.

### 3.1.8 UNDANG-UNDANG NO 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL

Pertimbangan dalam pembuatan Undang-undang ini adalah bahwa populasi muslim dunia diperkirakan meningkat dari 1,7 milyar di tahun 2014 menjadi 2,2 milyar di tahun 2030. Sesuai dengan hasil riset Pew Research Center yang menyatakan bahwa populasi muslim dunia tumbuh dua kali lipat dari populasi non muslim dunia lebih dari 2 dekade ke depan, dengan perbandingan tingkat pertumbuhan rata-rata 1,5% muslim : 0,7% non muslim. Dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sekitar 1,80% ( $\pm$  117.000.000) per tahun, maka prospek pengembangan pasar produk halal dunia menjadi sangat potensial.

Undang –undang ditetapkan sebagai pedoman terkait kewajiban pengusaha untuk mengikuti regulasi jaminan produk halal untuk semua masyarakat khususnya Muslim terkait produk (barang dan jasa) yang beredar di wilayah RI, dengan tujuan :

1. memberikan kenyamanan, keamanan,keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk; dan
2. meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan menjual produk halal.

Ditegaskan dalam undang-undang ini bahwa sifat pengaturan sertifikasi halal adalah “wajib” (mandatory) bertahap dalam waktu 5 (lima) tahun terhitung sejak Undang-Undang JPH diundangkan (Pasal 4 Undang-Undang JPH).

Menindaklanjuti amanat Pasal 67 ayat (2) Undang-Undang JPH, maka sebelum kewajiban sertifikasi halal bagi seluruh produk yang beredar dan diperdagangkan diberlakukan di Indonesia pada tahun 2019, pemerintah menetapkan jenis produk wajib bersertifikat halal secara bertahap sejak 1 November 2016, yaitu:

1. Tahun pertama: produk makanan dan minuman
2. Tahun kedua: produk kosmetik, produk kimiawi, produk rekayasa genetik, dan barang gunaan
3. Tahun ketiga: produk obat dan biologi

### **3.2. KAJIAN TERHADAP PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT KEPARIWISATAAN DI TINGKAT PROVINSI**

Tercantum dalam Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2013-2028, Visi pembangunan kepariwisataan Daerah adalah terwujudnya Nusa Tenggara Barat sebagai Destinasi Pariwisata unggulan di Indonesia yang Berdaya Saing Internasional. Dalam mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan daerah sebagaimana dimaksud, maka dilaksanakan melalui misi pembangunan kepariwisataan daerah sebagai berikut :

1. Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat;
2. Pemasaran Pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;

3. Industri Pariwisata yang berdaya saing, kredibel, menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya;
4. Organisasi Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien untuk mendorong terwujudnya Pembangunan Kepariwisata yang berkelanjutan.

Tujuan dan Sasaran Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata pemerintah Provinsi NTB ialah sebagai berikut:

1. meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
2. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
3. memajukan kebudayaan;
4. meningkatkan citra kawasan pariwisata daerah dan apresiasi terhadapnya sehingga mampu menarik kunjungan Wisatawan mancanegara dan Wisatawan nusantara;
5. mengembangkan Kelembagaan Kepariwisata dan Tata Kelola Pariwisata yang mampu mensinergikan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, dan Industri Pariwisata secara profesional, efektif dan efisien.

Dalam RIPPAN Provinsi NTB 2013-2028, pengembangan kepariwisataan terbagi atas :

1. DPD Pulau Lombok yang meliputi pengembangan:
  - a. KSPD Mataram dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Kota Mataram, Islamic Center, Loang Baloq, Taman Mayura, Sekarbela, Taman Narmada, Suranadi dan Lingsar sebagai kawasan wisata budaya, religi, kuliner, belanja dan MICE;
  - b. KSPD Senggigi-Tiga Gili dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Batulayar, Batu Bolong, Senggigi, Tiga Gili, Sindang Gila,

Senaru, Dusun Tradisional Segenter sebagai kawasan wisata pantai, bawah laut, olah raga berbasis bahari, budaya, religi dan kuliner;

- c. KSPD Kuta Mandalika dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Gili Gede, Gili Nanggu, Bangko-Bangko, Selong Blanak, Sade, Kute, Gili Indah sebagai kawasan wisata pantai, bawah laut, olah raga berbasis bahari, dan budaya;
- d. KSPD Rasimas-Semalun dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Benang Stokel, Gili Sulat, Semalun, Gunung Rinjani, Otak Kokoq sebagai kawasan wisata agro, pegunungan dan kuliner;

2. DPD Pulau Sumbawa yang meliputi pengembangan:

- a. KSPD Alasutan dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Agrotamasa, Pulau Bedil, Pulau Bungin, sebagai kawasan wisata pantai, agro, budaya, dan kuliner;
- b. KSPD Pototano - Maluk dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Pototano dan Maluk sebagai kawasan wisata pantai, olah raga berbasis bahari, budaya, dan kuliner;
- c. KSPD Batu Hijau- Dodorinti dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Batuhijau dan Dodorinti sebagai kawasan wisata pegunungan, tambang, budaya, dan kuliner;
- d. KSPD SAMOTA (Teluk Saleh-Moyo-Tambora) dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Ai bari, Moyo, Batubulan, dan Tambora sebagai kawasan wisata alam dan Teluk Saleh sebagai kawasan wisata pantai, bawah laut, olah raga berbasis bahari, budaya, dan kuliner;
- e. KSPD Hu'u dan sekitarnya sebagai kawasan wisata pantai, bawah laut, olah raga berbasis bahari, dan kuliner;

- f. KSPD Teluk Bima dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Pantai Lawata, Amahami, kalaki, pulau kambing, wadu pa'a, Benteng Asakota sebagai kawasan wisata pantai, bawah laut, olah raga berbasis bahari, sejarah, budaya, dan kuliner;
- g. KSPD Teluk Waworada - Wane dan sekitarnya meliputi kawasan wisata teluk Waworada, Pantai Baba, Pantai Sera Nae, Rontu, Wane, Woro dan Pantai Marada sebagai kawasan wisata pantai, bahari, dan minat khusus; dan
- h. KSPD Sape-Pulau Sangiang dan sekitarnya meliputi kawasan wisata Sangiang Pulau, Pulau ular, Gili Banta, Pulau Kelapa, Bajo Pulau, Pantai Papa sebagai wisata bahari, minat khusus, bawah laut, wisata alam dan kuliner serta Uma Lengge Maria dan Sambori sebagai kawasan wisata budaya.

Terkhusus untuk Pariwisata Halal, Pemerintah Provinsi NTB memiliki Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal. Dalam Perda tersebut menjelaskan beberapa peraturan, diantaranya :

1. Destinasi Pariwisata Halal meliputi atraksi wisata alam dan wisata budaya.
2. Pengelola Destinasi pariwisata halal harus membangun fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan halal.
3. Fasilitas umum sebagaimana dimaksud terdiri atas:
  - a. tempat dan perlengkapan ibadah wisatawan Muslim;
  - b. fasilitas bersuci yang memenuhi standar syari'ah;
4. Dalam hal sertifikat halal belum terpenuhi, setiap penyedia makanan dan minuman harus mencantumkan tulisan halal/nonhalal pada setiap jenis makanan/minuman; dan terjaga lingkungan yang sehat dan bersih.
5. Setiap Pengelola Biro Perjalanan Pariwisata Halal wajib:



- a. memahami pengelolaan destinasi Pariwisata Halal;
- b. menyediakan informasi tentang paket Pariwisata Halal dan perilaku wisatawan (code of conduct) pada destinasi pariwisata halal; dan
- c. menyelenggarakan paket perjalanan wisata yang sesuai dengan kriteria Pariwisata Halal berdasarkan Prosedur Operasional Standar (SOP) yang mengacu ketentuan DSN-MUI.

## BAB IV

# JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN ISI DESAIN STRATEGI DAN RENCANA AKSI (DSRA)

### 4.1. JANGKAUAN

DSRA pariwisata halal Provinsi Nusa Tenggara Barat 2018 – 2019 akan menjangkau seluruh pemangku kepentingan yang terkait dengan pengembangan pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, meliputi:

1. **Pemerintah**, khususnya kementerian pariwisata dan kementerian lain yang terkait dengan upaya mengembangkan pariwisata halal.
2. **Pemerintah Provinsi** Provinsi Nusa Tenggara Barat, khususnya Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD).
3. **Kelembagaan terkait pariwisata halal** adalah kesatuan unsur beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi pemerintah, pemerintah Daerah, lembaga yang menangani penerapan syariah Islam di Provinsi Nusa Tenggara Barat, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan pariwisata halal.
4. **Usaha Pariwisata** yang berusaha di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat, terutama usaha daya tarik wisata; usaha kawasan pariwisata; usaha jasa transportasi wisata; usaha jasa perjalanan wisata; usaha jasa makanan dan minuman; usaha penyediaan akomodasi; usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; usaha jasa informasi pariwisata; usaha jasa pramuwisata; usaha wisata tirta; dan usaha spa.

5. **Kompetensi** adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja Pariwisata untuk mengembangkan profesionalitas kerja. Dengan demikian, hal ini terkait dengan lembaga pendidikan kepariwisataan dan sumber daya manusia yang bekerja di usaha pariwisata yang beroperasi di Provinsi Nusa Tenggara Barat, termasuk akademisi di dalamnya.
6. **Infrastruktur Pariwisata** adalah semua fasilitas yang memungkinkan semua proses dan kegiatan pariwisata halal dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan wisatawan muslim memenuhi kebutuhannya.

**Pemasaran** adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan daya Tarik wisata halal dan mengelola relasi dengan wisatawan muslim untuk mengembangkan pariwisata halal.

#### 4.2. ARAH PENGATURAN

Pengaturan DSRA Pariwisata Halal diarahkan untuk memberikan akselerasi terhadap pengembangan pariwisata halal, peningkatan ekosistem pariwisata halal, kualitas atraksi wisata, peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, serta penguatan identitas pariwisata nasional.

Destinasi Pariwisata Halal dikembangkan dengan menggunakan prinsip-prinsip yang berlandaskan Kebijakan Pembangunan Kepariwisata di Indonesia yaitu Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, yang dikemukakan di dalamnya bahwa bahwa kepariwisataan diselenggarakan dengan prinsip:

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

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

Disamping Kebijakan menurut UU no 10 Tahun 2009, mempertimbangkan pula faktor teknis terkait dengan tahapan penerapan pengembangan destinasi Pariwisata halal, berupa prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Mengatur yang diperlukan, yaitu dalam Islam ada kewajiban-kewajiban yang harus dilakukan Muslim. Pelaksanaan kewajiban-kewajiban butuh pada sarana dan prasarana. Mengatur penyediaan sarana dan prasarana serta kemudahan pelaksanaan kewajiban lainnya inilah yang dimaksud dengan mengatur yang diperlukan; <sup>[1]</sup><sub>[SEP]</sub>
2. Memudahkan, yang berarti bahwa hal yang diatur disini atau yang diminta untuk disediakan adalah yang tidak membutuhkan investasi besar dan mudah untuk diterapkan; <sup>[1]</sup><sub>[SEP]</sub>
3. Sesuai dengan kemampuan, yaitu khusus bagi Industri bisa memilih untuk menyediakan kebutuhan dasar atau kebutuhan yang lebih lengkap (moderat); <sup>[1]</sup><sub>[SEP]</sub>

4. Bertahap, yaitu industri ataupun destinasi bisa memulai dengan menyediakan atau menyiapkan kebutuhan dasar dan bisa meningkat dengan menyediakan kebutuhan yang lebih lengkap yang akan membuat wisatawan muslim akan lebih nyaman; <sup>[1]</sup><sub>SEP</sub>
5. Skala prioritas, yaitu yang lebih dahulu disiapkan dan disediakan adalah kebutuhan-kebutuhan dasar dan dalam hal ini adalah kebutuhan-kebutuhan yang memang tidak mungkin disiapkan sendiri oleh wisatawan muslim seperti saranan dan prasarana untuk beribadah, ketersediaan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya; <sup>[1]</sup><sub>SEP</sub>
6. Inklusif, yaitu jasa penyediaan ini bisa dilakukan dan disiapkan oleh muslim dan non muslim dan bisa dinikmati oleh wisatawan muslim dan juga wisatawan non muslim, karena dalam penyiapan kebutuhan wisatawan muslim tidak akan mengganggu kenyamanan wisatawan non muslim termasuk penyediaan makanan halal tetap bisa dikonsumsi oleh wisatawan non muslim.

### 4.3. ISI DSRA

Ruang Lingkup isi DSRA meliputi formulasi strategi, implementasi strategi dan program prioritas, sebagai berikut:

#### 4.3.1 FORMULASI STRATEGI

1. Pemetaan Pariwisata Halal
  - a. Produk :
    - 1) Core Product: The World's Best Halal Tourism Destination
    - 2) Supporting Product : Pulau Seribu Masjid
  - b. Pasar :
    - 1) Utama : Malaysia, Singapura, Australia, Eropa
    - 2) Potensial : Timur Tengah, Afrika Selatan, Cina

**Tabel 13**  
**Kawasan Pariwisata Unggulan**

<b>KAWASAN PARIWISATA HALAL UNGGULAN</b>	<b>TEMA KAWASAN</b>	<b>ATRAKSI WISATA HALAL UNGGULAN</b>
Mandalika	Wisata Alam	
Kawasan Rinjani	Wisata Alam	Sembalun, Gunung Rinjani
Kota Mataram	Wisata Perkotaan	
Pantai Sekotong	Wisata Alam	Gili suda, gili layar, gili gede, gili nunggu
Pantai Pink	Wisata Alam	
Kota Raja dan Sekitarnya	Wisata Sejarah	Pringgasele
Narmada dan sekitarnya		
Kawasan aq berik mas mas		

Sumber : FGD Destinasi Halal, 2018

2. Visi, Misi dan Tujuan Pengembangan
  - a. Visi
  - b. Misi
  - c. Tujuan

**Tabel 14**  
**Target Wisatawan 2019**

NO.	INDIKATOR	TARGET NTB 2019
1	Wisatawan mancanegara muslim	625.000 wisatawan
2	Kawasan Pariwisata Halal yang berkembang	8 destinasi/ kawasan
3	Usaha pariwisata yang tersertifikasi halal	1.000 usaha pariwisata
4	Paket wisata halal	5+ 2 paket wisata halal
5	SDM tersertifikasi pariwisata halal	2.000 orang (+ driver Kotasi, dll, boatman)

Sumber : FGD Destinasi Halal, 2018

3. Konsep Pengembangan

Branding yang dikembangkan dalam mewujudkan visi dan misi tersebut adalah tetap mengacu kepada "*friendly Lombok*" yang memiliki arti"

**Gambar 23**  
**Logo *friendly Lombok***



Sumber : Permenpar No KM.38/UM.001/MP/2017

Logo ini memberikan arti bahwa mentari yang bersinar menggambarkan harapan Provinsi NTB menjadi destinasi pariwisata yang lebih bercahaya dikemudian hari. Sembilan bilah cahayanya menggambarkan semangat nasionalis serta komitmen para

stakeholdersnya pariwisata dalam mengembangkan industrinya terutama industri pariwisata.

#### 4.3.2 IMPLEMENTASI STRATEGI

##### 1. Strategi Pengembangan

Dalam pengembangan destinasi pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat, strategi pengembangan dilakukan dengan menggunakan strategi *Destination, Origin* dan *Timeline* (DOT). Adapun implementasi terhadap strategi DOT adalah sebagai berikut :

**Tabel 15**  
***Destination Origin Timeline***

DESTINATION	ORIGIN		
	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Mandalika	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Kawasan Rinjani	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Kota Mataram	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Pantai Sekotong	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Pantai Pink	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Kota Raja dan Sekitarnya	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Narmada dan sekitarnya	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
Kawasan aiq berik mas mas	Malaysia	Timur Tengah	Singapura
<b>Time</b>	Januari - Maret, Juni - Juli, Sept - Desember	Juni - Agustus	Januari - Maret, Juni - Juli, September - Desember

Sumber : FGD Destinasi Halal, 2018

##### 2. Program Utama

Program pengembangan pariwisata halal mencakup :

- a. Program Pemasaran,
- b. Program Percepatan/Penguatan Destinasi,



c. Program Percepatan/Penguatan Industri dan Kelembagaan.

Setiap program tersebut terdiri atas beberapa program utama dengan pengertian sebagai berikut :

**Tabel 16**  
**Program Utama**

<b>Program Utama</b>	<b>Deskripsi Program</b>
<b>PROGRAM PEMASARAN</b>	
1. Branding 'friendly Lombok' bersama 'Wonderful Indonesia'	Menggunakan brand 'friendly Lombok' sebagai co-brand 'Wonderful Indonesia' dalam kegiatan promosi pariwisata halal secara bersama / sinergis.
2. Rumah promosi pariwisata halal NTB di Malaysia dan Singapura	Membuka pusat informasi pariwisata halal Nusa Tenggara Barat di Malaysia dan Singapura dengan konsep yang menarik dan friendly yang mampu memberikan feel yang kuat tentang Nusa Tenggara Barat.
3. Sales mission	Kegiatan pameran pariwisata yang memfasilitasi pelaku usaha pariwisata Indonesia untuk bertemu dengan tour operator / travel agent di luar negeri untuk mempercepat respon pasar dan meningkatkan kunjungan wisata.
<b>PROGRAM PERCEPATAN/PENGUATAN DESTINASI</b>	
1. Digitalisasi destinasi pariwisata halal unggulan	Pemasaran destinasi pariwisata halal melalui digital, semuanya serba digital, sejak penyampaian informasi, pemesanan produk dan jasa, hingga interaksi / komunikasi destinasi pariwisata halal menggunakan digital.
2. Pengembangan paket wisata halal	Memperkaya pilihan dan penjualan paket wisata halal oleh travel agent yang telah melalui proses kurasi untuk menjamin kualitas.
3. Bandara sebagai Etalase Pariwisata Halal	Menjadikan seluruh kegiatan usaha dan produk di bandara telah tersertifikasi halal dan di branding dengan kuat.
<b>PROGRAM PERCEPATAN/PENGUATAN INDUSTRI &amp; KELEMBAGAAN</b>	
1. Penyamaan Visi Pelaku Sentral Pariwisata Halal	Mensosialisasikan visi mengenai pariwisata halal kepada stakeholders.
2. Capacity Building Pariwisata Halal (Sertifikasi & Standarisasi)	Meningkatkan kapasitas SDM dan usaha pariwisata tentang pariwisata halal

Program Utama	Deskripsi Program
3. Pengembangan Penerbangan Internasional	Meningkatkan jumlah penerbangan internasional secara langsung ke destinasi pariwisata halal.

Sumber : FGD Destinasi Halal, 2018

#### 4.3.3 PROGRAM PRIORITAS

##### 1. Rencana Aksi

Rencana Aksi merupakan Kegiatan Prioritas yang mengimplementasikan kebijakan, strategi dan program utama pengembangan destinasi pariwisata halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tahun 2018 – 2019. Adapun Rencana Aksi tahun 2018 – 2019 adalah sebagai berikut :

**Tabel 17**  
**Program Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal di Provinsi Nusa Tenggara Barat**

Program Utama	Kegiatan Prioritas	Lokasi	Indikator Kegiatan		Organisasi		Tahun (Bulan)	
			Keluaran	Hasil	Penanggung Jawab Utama	Penanggung Jawab Terkait	2018	2019
Penguatan Destinasi Halal	Penyusunan / Pengisian Indonesia Muslim Travel Indeks	Destinasi Halal Di Provinsi Nusa Tenggara Barat	Tersusunnya Indonesia Muslim Travel Indeks	Terimplementasinya Indonesia Muslim Travel Indeks dalam pengembangan destinasi pariwisata halal	Kementerian Pariwisata	Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat	√	√
	Pemantauan Kesiapan Pada Destinasi Pariwisata Halal	Destinasi Halal Di Provinsi Nusa Tenggara Barat	Teridentifikasinya kekuatan dan kelemahan destinasi pariwisata halal	Terciptanya Destinasi Halal Yang Berdaya Saing	Kementerian Pariwisata	Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat		√
Pemasaran Destinasi Halal	Pelaksanaan Sales Mission Destinasi Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat	Destinasi Halal Di Provinsi Nusa Tenggara Barat	Tersosialisasinya Destinasi Halal pada pasar utama wisatawan	Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Destinasi Pariwisata Halal	Kementerian Pariwisata	Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat	√	√
	Penyiapan Konten Digitalisasi Pariwisata Halal	Destinasi Halal Di Provinsi Nusa Tenggara Barat	Tersosialisasinya Destinasi Halal pada pasar utama wisatawan	Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Destinasi Pariwisata Halal	Kementerian Pariwisata	Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat	√	√
Kelembagaan	Pelatihan Halal Knowledge bagi pekerja pariwisata	Destinasi Halal Di Provinsi Nusa	Terselenggaranya pendidikan dan pelatihan Halal Knowledge bagi	Peningkatan Kompetensi pekerja pariwisata	Kementerian Pariwisata	Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat		√

Program Utama	Kegiatan Prioritas	Lokasi	Indikator Kegiatan		Organisasi		Tahun (Bulan)	
			Keluaran	Hasil	Penanggung Jawab Utama	Penanggung Jawab Terkait	2018	2019
		Tenggara Barat	pekerja pariwisata					
<b>PEMASARAN</b>								
Branding Wisata Halal	Pembuatan ikon wisata halal	Mataram	Tersedianya ikon pariwisata halal Nusa Tenggara Barat	1 ikon	Disparbud, Kemenpar	Kemenpar		√
	sosialisasi ke industri pariwisata	Mataram	Tersosialisasikannya icon pariwisata halal	1.000 industri pariwisata	Disparbud, Kemenpar	Industri pariwisata dan asosiasi		√
Pameran wisata halal / Sales Mission	Partisipasi Pameran pariwisata halal yang dilaksanakan di LN	Dalam dan Luar Negeri	Terciptanya transaksi dengan buyer	Tercapainya target wisatawan muslim 625.000 orang	Disparbud	Kemenpar, TA/TO		√
	Penyelenggaraan Festival Jajanan Halal	Mataram	Terselenggaranya festival pariwisata halal tingkat internasional	Tercapainya target wisatawan muslim 625.000 orang		Asosiasi		√
	3) Promosi dan publikasi	Dalam dan luar negeri	Terpublikasikannya pariwisata halal NTB melalui media sosial, media cetak dan media elektronik	Tercapainya jumlah follower dan pembaca 3 juta orang	Disparbud, Kemenpar	Institusi pendidikan kepariwisataan,		√
<b>DESTINASI</b>								
Peningkatan kualitas fasilitas umum	Penyediaan fasilitas umum berbasis halal	8 destinasi pariwisata halal	Tersedianya fasilitas umum berbasis halal	4 lokasi / kawasan	Disparbud	Kemenpar		
Digitalisasi destinasi pariwisata halal	Digitalisasi 8 destinasi pariwisata unggulan NTB	8 destinasi pariwisata halal	Pembangunan model-model komunikasi pemasaran pariwisata dalam memperluas jaringan pasar wisata halal	4 destinasi pariwisata unggulan	Disparbud	Kemenpar, Komunitas		
Pengembangan Paket Wisata Hala	Pembuatan Paket Wisata	8 destinasi pariwisata halal	Terwujudnya paket wisata berbasis produk destinasi pariwisata halal	625.000 wisatawan Wisata Halal	ASITA	Disparbud		V
Bandara sebagai Etalase Pariwisata Halal	Standarisasi Bandara yang ramah muslim	Bandara Internasional Zainuddin Abdul Madjid I	Meningkatnya kualitas Bandara Zainuddin Abdul Madjid dan Halim yang ramah muslim	Penguatan terhadap infrastruktur dan fasilitas wisata halal di bandara	PT Angkasa Pura, Kemenpar	Disparbud		V
	Bandara sebagai Pusat Informasi Pariwisata Halal	Bandara Zainuddin Abdul Madjid	Tersedianya TIC yang representatif yang berbasis teknologi	Terwujudnya TIC Bandara Zainuddin Abdul Madjid sebagai pusat informasi destinasi halal	Disparbud, PT Angkasa Pura	Kemenpar		V
<b>INDUSTRI DAN KELEMBAGAAN</b>								
Peningkatan kapasitas SDM untuk	Sosialisasi Pariwisata Halal	Mataram	Tersosialisasinya pariwisata halal kepada industri	1.000 industri pariwisata	Disparbud	Kemenpar, BPJPH Prov		

Program Utama	Kegiatan Prioritas	Lokasi	Indikator Kegiatan		Organisasi		Tahun (Bulan)	
			Keluaran	Hasil	Penanggung Jawab Utama	Penanggung Jawab Terkait	2018	2019
pariwisata halal			dan tenaga kerja pariwisata di Provinsi NTB	2000 orang tenaga kerja		NTB, MUI Prov NTB		
	1. Sertifikasi SDM dan usaha jasa Pariwisata Halal	Mataram	Tersertifikasinya SDM Pariwisata Halal	2000 orang	Kemenpar, Disparbud	Kemenpar, BPJPH ProvNTB, MUI Prov NTB		√
Regulasi percepatan Pariwisata Halal Provinsi NTB	Membuat Peraturan Gubernur tentang Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Provinsi NTB	Mataram	Peraturan Gubernur tentang Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Provinsi NTB	1 naskah	Disparbud	Biro perekonomian, Biro ORB, Biro Hukum, TGUPP, MES Prov NTB, MUI Prov NTB		
	Pembentukan tim percepatan pariwisata halal	Mataram	Membuat kajian dan rumusan pengembangan wisata halal di Provinsi NTB	1 dokumen	Disparbud	Akademisi, profesional, BUMD, instansi terkait		
Mendorong berdirinya/optimalisasi Lembaga Sertifikasi terkait Pariwisata Halal	Membentuk lembaga Pemeriksa Halal (LPH Prov NTB)	Mataram	Melaksanakan pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk	1.000 industri pariwisata	LPH DKI	BPJPH Prov NTB, MUI Prov NTB, Dewan Syariah Nasional		

Sumber : FGD Destinasi Halal, 2018

## 2. Quick Win

Adapun program *Quick Win* dari pengembangan destinasi pariwisata di Provinsi NTB di deskripsikan sebagai berikut :

- a. Penguatan terhadap kualitas destinasi pariwisata halal di Provinsi NTB
- b. Sertifikasi usaha jasa dan SDM pariwisata
- c. Kampanye pariwisata halal digital

