

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kesejarahannya, pariwisata dalam tradisi Islam dimulai dari kemunculan Islam itu sendiri sebagai agama yang universal, yakni ketika dikenalkan konsep ‘*ziyarah*’ yang memiliki arti secara harfiah ialah berkunjung. Akibatnya budaya *ziyarah* itulah lahir berbagai bentuk pranata-pranata sosial Islam yang dibimbing oleh etika dan hukumnya. Selanjutnya lahirlah konsep *ḍhiyah*, yakni tatakrma kunjung-berkunjung yang di dalamnya mengatur etika dan tatakrma secara hubungan sosial antara tamu dengan tuan rumah. Konsep *ziyarah* tersebut mengalami perkembangan dan melahirkan berbagai bentuknya.<sup>1</sup>

Adapun istilah “*Islamic tourism/halal tourism*” pertama kali dikenalkan kepada publik pada Tahun 2000 di pertemuan OIC. Ia dikenalkan sebagai salah satu alternatif untuk memenuhi permintaan agar terdapat suatu wisata yang didasarkan pada gaya hidup (*lifestyle*) yang sesuai dengan kebutuhan seorang muslim ketika berwisata.<sup>2</sup> Untuk menggambarkan jenis wisata ini, banyak istilah yang digunakan. Diantaranya ialah *sharia tourism*, *islamic tourism*, *halal friendly tourism*

---

<sup>1</sup> Juhaya S. Praja, *Konsep Prawisata Syariah*. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Parawisata Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Bandung, Bandung, 2014.

<sup>2</sup> Munirah, L., & Ismail, H. N., *Muslim Tourists Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges*. Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference. Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment. 2012.

*destination, halal travel, muslim-friendly travel destinations, halal lifestyle* dan beberapa istilah lainnya yang disesuaikan dengan kebijakan negara yang mengembangkannya.

Dalam tradisi Islam dikenal beberapa istilah yang berhubungan dengan pariwisata. Diantaranya ialah *siyar, safar, al-siyahah, al-ziyarah*, atau *al-rihlah*. Bahasa Arab kontemporer lebih memilih istilah *as-siyāhah* untuk konsep wisata (tourism). Secara bahasa *as-siyāhah* berarti pergi kemana saja dengan motif apa saja (mutlak tidak muqayyad). Al-Qur'an menyebut kata *as-siyāhah* dalam beberapa tempat (Q.S. al-Taubah: 2 & 112).<sup>3</sup> Terdapat beberapa pandangan dalam Islam mengenai perjalanan dan wisata, diantaranya ialah:<sup>4</sup>

1. Perjalanan dianggap sebagai ibadah, karena diperintahkan untuk melakukan satu kewajiban dari rukun Islam, yaitu haji pada bulan tertentu dan umrah yang dilakukan sepanjang tahun ke baitullah.
2. Wisata sangat berhubungan dengan konsep pengetahuan dan pembelajaran. Hal ini menjadi perjalanan terbesar yang dilakukan pada awal Islam dengan tujuan mencari dan menyebarkan pengetahuan (Q.S. al-Taubah: 112).
3. Tujuan wisata dalam Islam adalah untuk belajar ilmu pengetahuan dan cara seorang muslim untuk bertafakur atas segala ciptaan-Nya. Perintah untuk berwisata di muka bumi muncul pada beberapa tempat dalam Al-Qur'an (lihat Q.S. al-An'am: 11-12 dan al-Naml: 69-70).

---

<sup>3</sup> Hasyim bin Muhammad bin Husain Naqur, *al-Ahkam al-Siyahah wa Atsaruha Dirasah Syar'iyah Muqaranah* (Riyadh: Dar Ibn al-Jawzi, 1424), 15.

<sup>4</sup> Aan Jaelani, *Halal tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*, MPRA Munich Personal RePEc Archive, Paper No. 76235, 2017. <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/76235/>

4. Tujuan besar lainnya adalah untuk syiar dan menunjukkan keagungan Allah dan Rasul-Nya.

Pada tahun 2015, Data Thomson Reuters & Dinar Standard menyebutkan bahwa sumbangan terhadap pasar pariwisata dunia dari masyarakat muslim dunia mencapai US\$ 151 milyar (*excluding Hajj and Umrah*). Jumlah ini merupakan 11.2 % dari total pengeluaran pariwisata global yang diprediksikan akan menembus US\$243 milyar di tahun 2021. Begitupun halnya dengan total pengeluaran masyarakat muslim di sektor makanan dan minuman halal yang mencapai US\$1,173 milyar atau sebesar 16,6 % dari pengeluaran kebutuhan makan dan minum penduduk dunia dan akan mencapai US\$1.914 milyar atau 18,3 % dari pengeluaran kebutuhan makanan dan minuman global pada 2021. Dalam sektor media dan rekreasi, masyarakat muslim menghabiskan sekitar US\$189 milyar atau 5,1 % pengeluaran global pada tahun 2015 dan diperkirakan mencapai US\$262 milyar pada 2019 atau sekitar 5,6 % dari pengeluaran. Untuk Indonesia sendiri, berdasarkan kajian dan data yang sama menyebutkan bahwa masyarakat muslim Indonesia telah menghabiskan sekitar US\$9,1 milyar di sektor pariwisata, US\$154,9 di sektor makanan halal, dan US\$8,8 milyar di sektor media dan rekreasi.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Thomson Reuters in Collaboration with: Dinar Standard, *State of the Global Islamic Economy 2014 - 2015 Report*.

TOP 10 OIC DESTINATIONS					
RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION		SCORE	CHANGE
1	1	Malaysia		78	0
1	1	Indonesia		78	1
3	3	Turkey		75	1
4	4	Saudi Arabia		72	1
5	5	United Arab Emirates		71	-3
6	6	Qatar		68	0
7	7	Morocco		67	3
8	8	Bahrain		66	0
8	8	Oman		66	1
10	10	Brunei		65	1

**Gambar 1.1** *Top 10 OIC Destinations*

(Sumber: Mastercard-Crescentrating, “Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI 2019)”, April 2019)

TOP 10 NON-OIC DESTINATIONS					
RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION		SCORE	CHANGE
1	10	Singapore		65	0
2	18	Thailand		57	0
3	25	United Kingdom		53	0
3	25	Japan		53	1
3	25	Taiwan		53	2
6	29	South Africa		52	1
7	31	Hong Kong		51	-2
8	34	South Korea		48	5
9	36	France		46	0
9	36	Spain		46	3
9	36	Philippines		46	5

**Gambar 1.2** *Top 10 Non-OIC Destinations*

(Sumber: Mastercard-Crescentrating, “Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI 2019)”, April 2019)

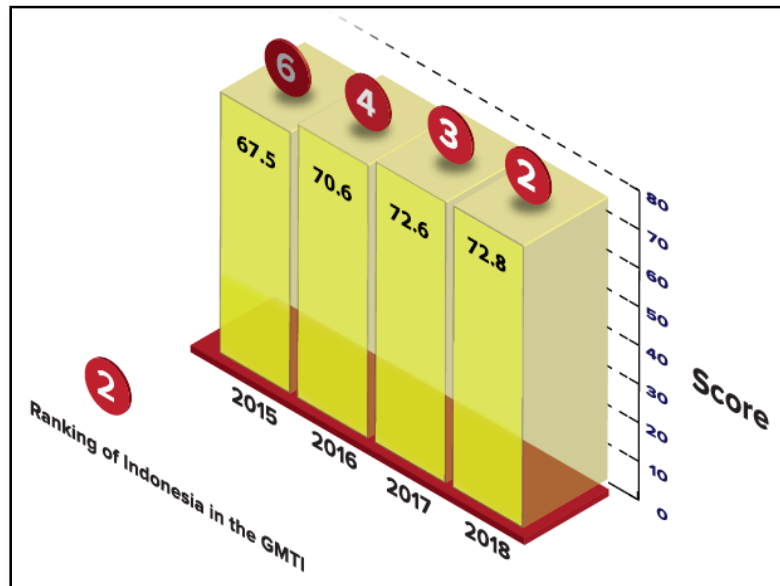
Untuk Indonesia sendiri, berdasarkan kajian dan data yang sama menyebutkan bahwa masyarakat muslim Indonesia telah menghabiskan sekitar US\$7,5 milyar di sektor pariwisata, US\$190 di sektor makanan halal, dan US\$9,4 milyar di sektor media dan rekreasi. Angka tersebut tidak berbanding lurus dengan jumlah kunjungan wisatawan muslim asing yang berkunjung ke Indonesia.

Di samping itu, berdasarkan data yang dimiliki *Global Muslim Travel Index 2015 (GMTI 2015)* di dalam kelompok negara destinasi *Organization of Islamic Cooperation (OIC/OKI)*, Indonesia hanya menempati peringkat ke enam sebagai negara tujuan wisata halal setelah Qatar, Arab Saudi, Uni Emirat Arab (UEA), Turki, dan Malaysia di posisi teratas. Sedangkan Singapura menjadi tujuan utama untuk destinasi non-OKI (Organisasi Konferensi Islam), di mana Thailand, Inggris, Afrika Selatan, dan Perancis juga termasuk di dalamnya.<sup>6</sup> Hal ini berubah pada tahun 2019, dalam data yang dipublikasikan oleh *Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI 2019)* dalam kelompok negara *Organization of Islamic Cooperation (OIC/OKI)*, Indonesia naik peringkat menempati posisi kedua setelah Malaysia, serta Singapura tetap menjadi posisi teratas untuk destinasi negara non-OIC. Masih dalam data yang sama menurut *Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI 2019)*, peningkatan peringkat Indonesia mencerminkan upaya untuk mengembangkan industri pariwisata halal pada peluang terbaik yang disajikan oleh pasar perjalanan Muslim saat ini.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Mastercard-Crescentrating, *Global Muslim Travel Index 2015 (GMTI 2015)*, Maret 2015, 11.

<sup>7</sup> Mastercard-Crescentrating, *Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI 2019)*, April 2019, 28.



**Gambar 1.3** *Ranking of Indonesia in the GMTI*  
 (Sumber: Indonesia Muslim Travel Index 2019 (IMTI 2019))

Studi yang dilakukan oleh *Global Muslim Travel Index (GMTI)* ini menganalisis data secara lengkap mengenai 100 destinasi wisatawan dengan penentuan hasil skor berdasarkan nilai kriteria-kriterai berikut:

1. Kecocokan sebagai destinasi liburan keluarga dan keamanan, meliputi: kunjungan wisatawan muslim, destinasi liburan keluarga, perjalanan yang aman;
2. Ketersediaan layanan dan fasilitas muslim friendly di destinasi wisata, meliputi: makanan halal, kemudahan akses untuk beribadah, layanan, fasilitas bandara, dan pilihan akomodasi;
3. *Halal awareness*, meliputi: mengutamakan kehalalan dan kemudahan komunikasi.

Pendorong utama pada pasar perjalanan Muslim di Indonesia adalah dengan pengembangan tujuan wisata halal yang dinamis. Indonesia telah menginvestasikan sumber daya yang signifikan untuk meningkatkan dan mempromosikan industri pariwisata. Dengan target 20 juta kedatangan internasional pada tahun 2019, pemerintah bertujuan untuk meniru kesuksesan Bali dan telah mengidentifikasi destinasi baru untuk pengembangan pariwisata yang disebut sebagai ‘Bali Baru, berikut destinasi-destinasi tersebut.<sup>8</sup>

1. Danau Toba di Sumatera Utara
2. Tanjung Kelayang di Bangka Belitung
3. Tanjung Lesung di Banten
4. Pulau Seribu di Jakarta
5. Borobudur di Jawa Tengah
6. Bromo-Tengger-Semeru
7. Mandalika di Nusa Tenggara Barat
8. Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur
9. Wakatobi di Sulawesi Tenggara
10. Morotai di Maluku

Dari kawasan wisata strategis ini, terdapat empat yang saat ini menjadi fokus utama, yaitu Danau Toba, Borobudur, Mandalika dan Labuan Bajo. Di destinasi ini, Pemerintah Indonesia sedang membangun infrastruktur utama, termasuk restoran dan akomodasi untuk meningkatkan fasilitas dan layanan agar dapat menarik lebih

---

<sup>8</sup> *Indonesian Muslim Travel Index 2019 (IMTI 2019)*, April 2019, 9.

banyak wisatawan. Ini adalah bagian dari jangka panjang berencana untuk meningkatkan pariwisata secara keseluruhan di Indonesia.

Selain itu, Indonesia juga aktif merangsang pertumbuhan pariwisata lintas batas dengan tujuan-tujuan seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina. Kementerian Pariwisata juga melakukan misi ke kota - kota yang dijadikan sasaran utama promosi seperti Jeddah, London, Mumbai dan Sydney Australia untuk menarik pengunjung internasional dari luar Tenggara Asia. Kegiatan investasi yang berlangsung ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kedatangan wisatawan asing, perkembangan ini juga akan membantu dalam mendukung keseluruhan iklim untuk menyambut lebih banyak pengunjung Muslim ke Indonesia.

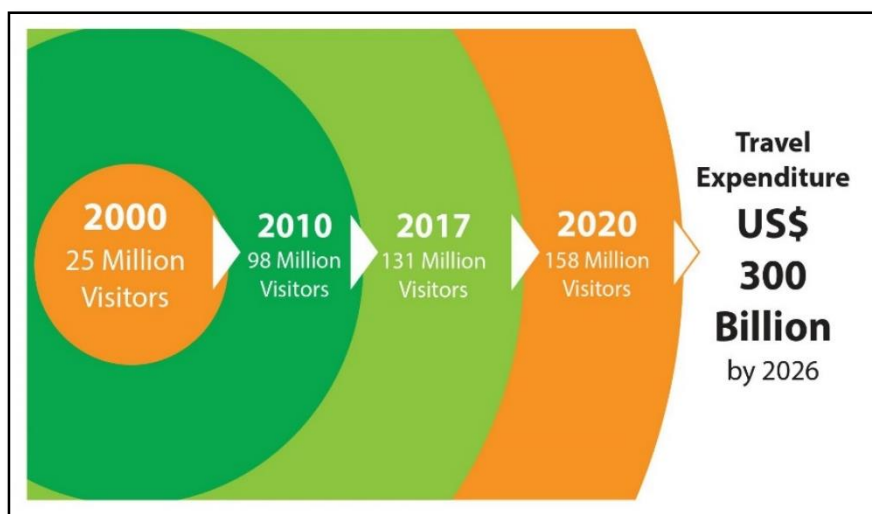
Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor unggulan yang berkontribusi secara signifikan terhadap pendapatan negara. Pada tahun 2015, pariwisata menempati urutan keempat dalam ranking devisa terhadap komoditas ekspor dengan nilai US \$12.23 miliar. Berdasarkan data kunjungan sementara wisatawan mancanegara pada bulan Maret tahun 2018 menyebutkan bahwa dalam periode Januari-Maret 2018 sebanyak 3.665.799 juta wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia, jumlah tersebut tumbuh sebesar 14.87% dibandingkan tahun sebelumnya pada periode yang dengan total kunjungan sebanyak 3.191.133 juta wisatawan mancanegara.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Diakses dari website resmi Badan Pusat Statistik (BPS) <https://www.bps.go.id> pada 8 April 2019.



Menurut Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index 2018 (GMTI 2018), bahwa pada 2017 diperkirakan ada 131 juta pelancong internasional Muslim. Ini diproyeksikan akan tumbuh menjadi 156 juta pada tahun 2020, di mana pengeluaran perjalanan oleh pelancong Muslim diharapkan mencapai USD 220 miliar. Serta diproyeksikan juga bahwa total perjalanan Muslim pengeluaran akan mencapai USD 300 miliar pada tahun 2026.<sup>10</sup>



**Gambar 1.4** *The Global Muslim Travel Market*  
(Sumber: Indonesia Muslim Travel Index 2019 (IMTI 2019))

Ada sejumlah pendorong utama yang membuat pertumbuhan pasar perjalanan wisata halal:

1. Populasi Muslim yang terus bertambah, muslim terus menjadi kelompok agama paling cepat berkembang di dunia dengan kira-kira satu dari empat orang di seluruh dunia menjadi Muslim. Pada 2050, ini akan meningkat menjadi 2,8 miliar atau sekitar satu dari tiga orang-orang di seluruh dunia mempraktikkan Islam dengan mayoritas berasal dari kawasan Asia Pasifik.

---

<sup>10</sup> *Indonesian Muslim Travel Index 2019 (IMTI 2019)*, April 2019, 27.

2. Pertumbuhan kelas menengah: kelas menengah terus meningkat pada destinasi dengan populasi Muslim besar seperti Indonesia dan Indonesia Malaysia. Perkembangan lainnya seperti pertumbuhan Muslim yang profesional dan terampil dari Eropa Barat dan Amerika Utara, serta peningkatan Muslim wanita perkotaan di seluruh dunia, akan mengarah pada dampak ekonomi yang lebih kuat dari basis konsumen Muslim yang besar.
3. Muslim Millennial Travellers (MMTs): muslim kelompok dengan usia rata-rata 24 tahun pada tahun 2015, ini termasuk dalam Muslim milenium dan awal kedewasaan, dengan beberapa yang sudah transisi menjadi orang tua, kelompok-kelompok ini membentuk masa depan pariwisata dengan kebutuhan layanan yang unik. Menurut *Mastercard-HalalTrip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR 2017)*, wisatawan muslim milenial diproyeksikan sebagai wisatawan Muslim milenial dengan pengeluaran yang akan melampaui USD 100 miliar pada tahun 2025.

Pada awalnya dunia pariwisata hanya mengenal *muslim tour* atau istilah semisal lainnya. Munculnya istilah wisata halal (*halal tourism*) baru dikenal pada tahun 2015 pada event *The World Halal Tourism Summit (WHTS)* yang digelar di Abu Dhabi, United Arab Emirates. Pasar perjalanan Muslim terus berkembang pesat dan berkembang di tengah lingkungan yang berubah. Sebagai salah satu pasar wisata belanja tertinggi di dunia, tujuan, bisnis, dan entitas yang terkait dengan

perjalanan perlu secara proaktif mengembangkan strategi untuk melibatkan dan menarik segmen ini ke tujuan mereka.<sup>11</sup>

Dalam beberapa tahun terakhir, wisata halal telah menjadi sebuah tren baru dalam perkembangan industri pariwisata di berbagai negara. Esensi dari wisata halal adalah usaha untuk meniadakan segala bentuk yang dapat membahayakan manusia serta mendekatkan manusia terhadap hal-hal yang bermanfaat bagi individu maupun lingkungan. Kebutuhan terhadap wisata halal tidak lagi hanya terbatas pada ziarah makan ataupun wisata religi lainnya. Wisata halal telah merambah ke dalam berbagai sektor jasa, perhotelan dan kuliner, yang menjadikannya banyak di minati oleh wisatawan lokal maupun internasional. Namun mayoritas wisata halal di Indonesia masih berupa ziarah makam serta wisata religi di daerah yang kawasannya belum di khususkan pengembangannya sebagai kawasan tujuan wisata. Hal tersebut menjadi salah satu faktor kurangnya minat wisatawan lokal maupun internasional untuk berkunjung ke kawasan wisata halal di Indonesia.

Dalam perkembangan pariwisata, muncul motivasi dan pola perjalanan wisata baru yang dilakukan oleh wisatawan, yaitu dari wisata massal (*mass tourism*) menuju wisata alternatif (*alternative tourism*) sebagai penyeimbang perkembangan wisata massal yang pesat. Perubahan motivasi dan pola perjalanan wisatawan tersebut dapat mendorong pola konsumsi wisatawan terhadap produk wisata yang tidak lagi hanya terfokus pada 3S (*Sun, Sea, Sand*) melainkan mengarah pada

---

<sup>11</sup> Mastercard-Crescentrating, *Global Muslim Travel Index 2018 (GMTI 2018)*. April 2018, 3.

beragam jenis kegiatan wisata yang berorientasi pada apresiasi terhadap alam atau budaya lokal dengan tujuan untuk memperkaya wawasan, pertualangan dan proses pembelajaran. Mengikuti perubahan tren wisata tersebut, wisata alternatif di Indonesia semakin berkembang pesat dan sangat diminati oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara.<sup>12</sup>

*Crescentrating Halal Friendly Travel* (Singapura) dan *Dinar Standard* (Amerika) mengeluarkan laporan yang menyebutkan bahwa berdasarkan pada riset gaya belanja kaum muslim di 47 negara, menyebutkan bahwa pertumbuhan belanja pada sektor wisatawan muslim dari US \$126 miliar pada tahun 2011, diperkirakan naik mencapai US \$192 miliar pada tahun 2020.

Sebelumnya, produk halal hanya terbatas pada produk-produk makanan, minuman, kosmetik dan obat-obatan berlabel halal. Namun pada perkembangannya, umat Islam menuntut adanya produk perbankan Syariah, produk investasi Syariah, maupun produk ekonomi Syariah lainnya. Evolusi kebutuhan umat Islam terhadap produk halal yang berkembang ini, berawal dari produk makanan, berkembang ke produk keuangan yang kemudian berkembang menjadi kebutuhan terhadap produk gaya hidup (*lifestyle*) yang sesuai dengan Syariah. Wisatawan muslim tidaklah homogen dalam kepatuhan menjalankan perintah agama.

Secara umum pengertian wisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata

---

<sup>12</sup> Unggul Priyadi, *Pariwisata Syariah: Prospek dan Perkembangan*, Edisi Pertama, Cet. I (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), 3.

halal yang merujuk pada aturan-aturan Islam. Sebagai salah satu contoh dari bentuk pelayanan ini misalnya hotel yang tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang mengandung alkohol dan memiliki kolam renang serta fasilitas spa yang terpisah untuk pria dan wanita. Selain hotel, transportasi dalam industri pariwisata halal juga memakai konsep Islami. Penyedia jasa transportasi wajib memberikan kemudahan bagi wisatawan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama perjalanan. Nilai-nilai universal yang hidup di masyarakat seperti nilai kekeluargaan, nilai pelestarian alam, budaya dan lingkungan, kesadaran akan kesehatan serta kode etik pariwisata dunia (*the global code of ethic for tourism*) keseluruhannya itu sejalan dengan nilai-nilai prinsip Syariah. Pada akhirnya, esensi halal tersebut bertujuan untuk menghasilkan produk dan jasa yang memenuhi prinsip Syariah secara menyeluruh serta dapat dipergunakan oleh wisatawan muslim maupun wisatawan non-muslim.

Namun, apabila dicermati secara seksama seluruh ketentuan-ketentuan wisata halal yang ada, baik dari fatwa yang dikeluarkan DSN-MUI serta Peraturan Daerah Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat terdapat indikasi penggiringan industri pariwisata halal menuju wisata yang eksklusif. Padahal wisata halal tidak hanya diperuntukan bagi wisatawan muslim saja, melainkan untuk semua orang yang membutuhkan, tidak terikat oleh agama, suku, ras dan sebagainya. Selain itu, terdapat beberapa asumsi dan indikasi bahwa fakta dilapangan dalam penyelenggaraan pariwisata dengan prinsip Syariah masih belum memenuhi kriteria Syariah yang semestinya.

Dari sisi industri, wisata halal merupakan suatu produk pelengkap atas pariwisata konvensional, sehingga pengembangan pariwisata halal merupakan cara baru untuk mengembangkan pariwisata yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah-daerah yang menjadi destinasi wisata. Istilah wisata halal sering pula disamakan dengan wisata religi. Padahal, wisata halal lebih luas dari wisata religi, yaitu mencakup segala wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam yang tidak hanya untuk wisatawan muslim, tetapi untuk wisatawan non-muslim.<sup>13</sup>

Berbicara mengenai wisata halal, menurut Abdul Kadir Din terdapat 10 komponen ideal yang harus terdapat pada wisata halal yaitu: (1) *Awareness* atau pengenalan terhadap destinasi wisata yang baik dengan berbagai media promosi; (2) *Attractive* atau menarik untuk dikunjungi; (3) *Accessible* atau dapat diakses dengan rute yang nyaman; (4) *Available* atau tersedia destinasi wisata yang aman; (5) *Affordable* atau dapat dijangkau oleh semua segmen; (6) *A range of accommodation* atau akomodasi yang disesuaikan dengan karakter wisatawan; (7) *Acceptance* atau sikap yang ramah dari masyarakat kepada wisatawan; (8) *Agency* atau agen yang memastikan paket tour berjalan dengan baik; (9) *Attentiveness* atau sikap ramah yang diwujudkan dalam bentuk yang atraktif; dan (10) *Accountability* atau akuntabilitas untuk memastikan keselamatan, keamanan, dan tidak ada korupsi.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Kelompok Kerja Kemenpar, *Laporan Penelitian Pengembangan Wisata Syariah*. (Jakarta: Kemenpar RI, 2015), hal. 12.

<sup>14</sup> Abdul Kadir Din, *The Ideal Islamic Tourism Packaging: Identifying Its Essential Ingredient*, slide presentation, Sintok: College of Law Government International Studies.

Dengan demikian, maka parawisata halal merupakan jenis kegiatan untuk menciptakan *extended service of conditions* (kondisi layanan yang prima). Ia tidak menghilangkan semua unsur yang terdapat pada wisata konvensional. Unsur-unsur dalam wisata konvensional akan tetap dipertahankan jika tidak bertentangan dengan nilai dan prinsip syariah.

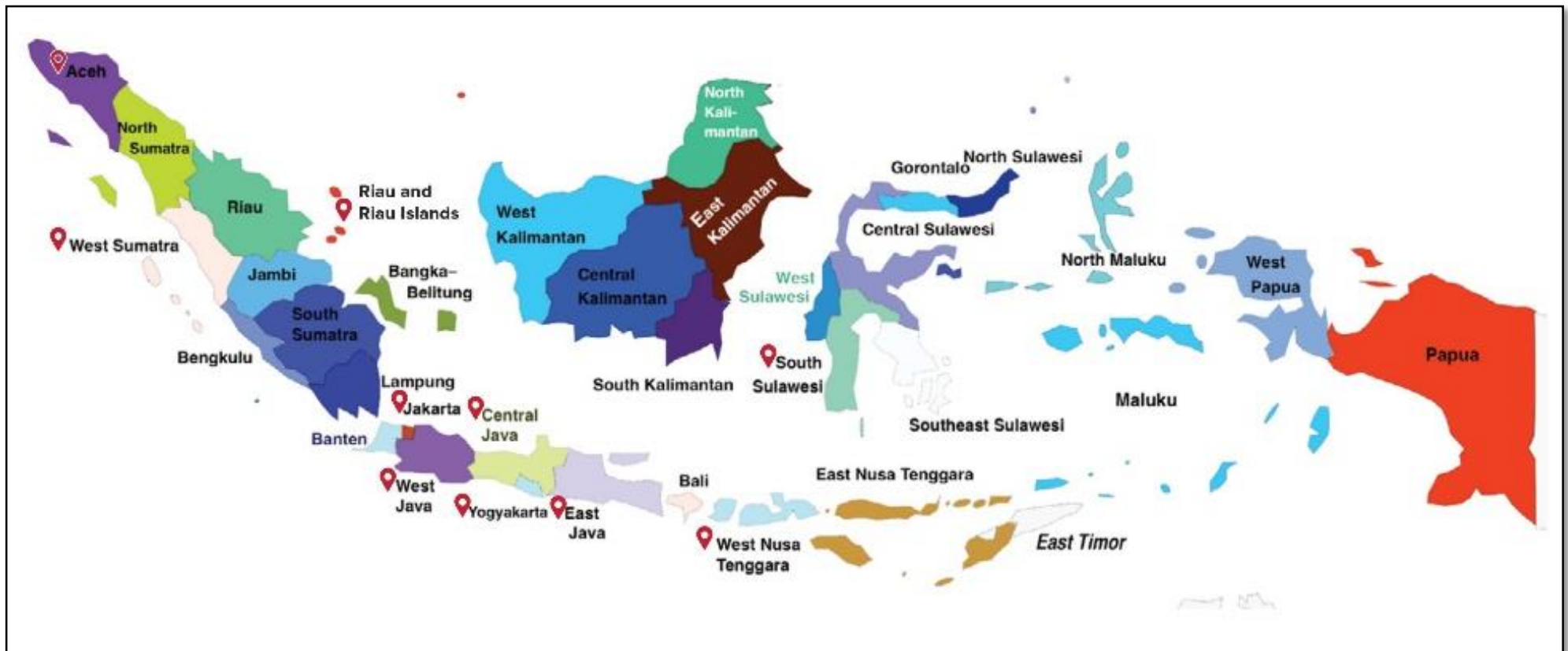
Indonesia yang memiliki alam dan budaya yang beragam merupakan aspek penting dalam pariwisata di Indonesia. Keanekaragaman objek wisata Indonesia diantaranya adalah wisata alam, wisata keagamaan, wisata kuliner, wisata belanja dan wisata budaya serta dengan kombinasi iklim tropis, ribuan pulau dan garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisatawan mancanegara. Salah satu destinasi wisata Indonesia yang kaya akan keanekaragaman tersebut adalah Pulau Lombok, terlebih lagi Pulau Lombok sangat gencar dalam pengembangan wisata halal.

Dalam momentum pembentukan Pariwisata Halal di Indonesia, Kementrian Pariwisata pada Tahun 2016 telah membentuk Tim Akselerasi dan Pengembangan Pariwisata Halal. Tim ini secara khusus ditunjuk untuk membahas pengembangan dan promosi Wisata Halal Indonesia di tengah meningkatnya persaingan antara negara-negara di Asia Tenggara, dengan memprioritaskan peringkat terbaik Pariwisata Halal Indonesia di kancah Internasional dan lebih lanjut lagi untuk meningkatkan daya tarik Indonesia sebagai tujuan pelancong Muslim internasional.

Tim Akselerasi dan Pengembangan Pariwisata Halal telah mengidentifikasi 10 provinsi untuk pengembangan Pariwisata Halal, diantaranya:

1. Aceh
2. Riau dan Kepulauan Riau
3. Sumatera Barat
4. Jakarta
5. Jawa barat
6. Jawa Tengah
7. Yogyakarta
8. Jawa Timur
9. Sulawesi Selatan
10. Lombok (Nusa Tenggara Barat)





**Gambar 1.5** 10 Province for Halal Tourism Development  
 (Sumber: Indonesia Muslim Travel Index 2019 (IMTI 2019))

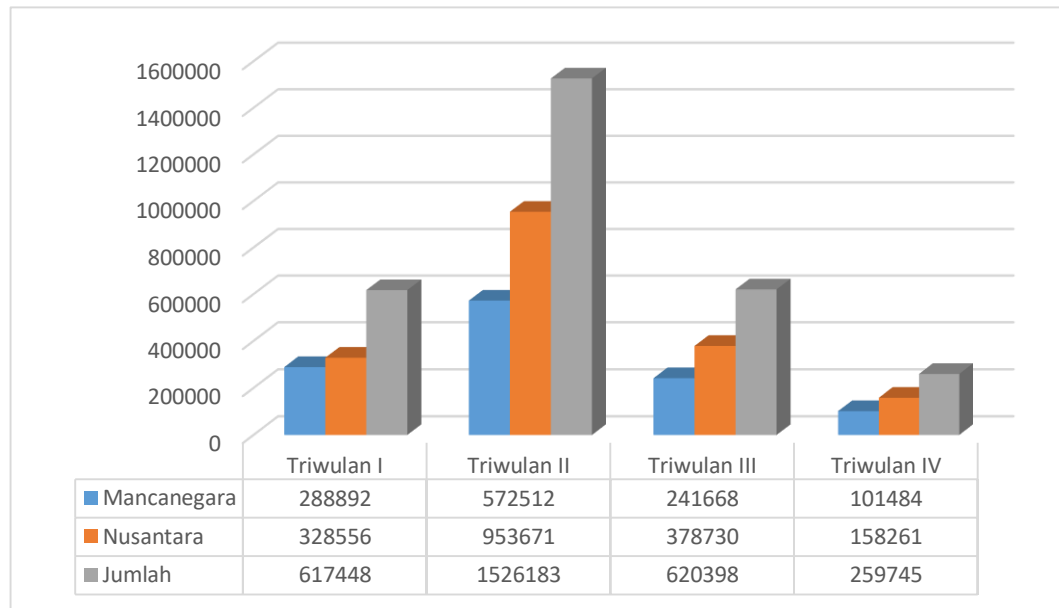
Pulau Lombok Provinsi Nusa Tenggara Barat menjadi salah satu daerah yang giat mengembangkan wisata halal ini, terbukti dengan terpilihnya Pulau Lombok sebagai pemenang dalam dua katagori yaitu *World's Best Halal Tourism Destination* dan *World's Best Halal Honeymoon Destination* dalam event *The World Halal Tourism Summit* (WHTS) tahun 2015<sup>15</sup>.

Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat telah menerbitkan Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2013-2028 yang memiliki visi pembangunan kepariwisataan daerah yaitu “Terwujudnya Nusa Tenggara Barat sebagai Destinasi Pariwisata Unggulan Indonesiayang Berdaya Saing Internasional” serta dikuatkan kembali dengan adanya Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 2 tahun 2016 tentang Pariwisata Halal yang dimaksudkan untuk memberikan keamanan dan kenyamanan pelayanan kepada wisatawan agar dapat menikmati kunjungan wisata dengan aman, halal dan juga dapat memperoleh kemudahan bagi wisatawan dan pengelola dalam kegiatan kepariwisataan, sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 2. Dalam Pasal 3 Peraturan Daerah ini menjelaskan tujuan dari pengaturan Pariwisata Halal yaitu sebagai pedoman bagi pengelola pariwisata dalam memberikan pelayanan Pariwisata Halal kepada wisatawan.

Dalam perjalanannya hingga tahun 2018, berdasarkan data kunjungan wisatawan per-triwulan pada tahun 2018 di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang dapat dicermati pada gambar berikut:

---

<sup>15</sup> Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, *Fakta Menarik di Balik Kemenangan Lombok di Wisata Halal Dunia*, dikutip dari <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/fakta-menarik-di-balik-kemenangan-lombok-di-wisata-halal-dunia/> diakses pada 24 Mei 2018.



**Gambar 1.6** Data Kunjungan Wisatawan Per-Triwulan 2018  
 (Sumber: Website Resmi Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat  
<http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/>)

Pada gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pada Triwulan III, tepatnya pada bulan Juli-September 2018 kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun nusantara menurun sekitar 40.65% hanya 620.398 orang dari kunjungan pada Triwulan II 1.526.183. Penyebab utama dari hal tersebut adalah terjadinya rentetan gempa bumi yang mengguncang Pulau Lombok pada akhir bulan Juli 2018, awal dan pertengahan bulan Agustus 2018.

Atas dasar uraian di atas, maka penulis berkeyakinan bahwa penting dikaji tentang **“Penilaian Masyarakat Terhadap Wisata Halal Pasca Gempa Lombok”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep wisata halal yang dipromosikan oleh pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat?

2. Bagaimana penilaian masyarakat terhadap wisata halal pasca gempa di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep wisata halal yang dipromosikan oleh pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat serta mengetahui penilaian masyarakat terhadap wisata halal pasca gempa di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat.

Sedangkan manfaat dari penelitian adalah harapan untuk dapat memberikan kontribusi pemikiran atau ide dalam meningkatkan ragam pembahasan terkait konsep wisata halal di Indonesia serta hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian dalam rangka meningkatkan perbendaharaan ilmu terkait konsep wisata halal.

### **D. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan hasil penelitian ini akan disistematika menjadi lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Sebelum memasuki bab pertama akan didahului dengan: halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar table, halaman daftar gambar dan abstrak.

Pada bab pertama atau pendahuluan berisi sub bab; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Pada bab kedua atau tinjauan pustaka dan landasan teori memuat uraian tentang tinjauan pustaka terdahulu dan kerangka teori relevan dan terkait dengan tema skripsi.

Pada bab ketiga atau metode penelitian memuat secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan; jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subyek penelitian, teknik

pengumpulan data, definisi konsep dan variabel penelitian, triangulasi data serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada bab keempat atau hasil dan pembahasan berisi tentang penjelasan secara rinci, deskriptif, objektif dan dengan analisa mengenai konsep wisata halal yang sesuai dengan prinsip Syariah serta kebijakan pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam pengembangan wisata halal.

Pada bab kelima memuat kesimpulan dan saran dari hal-hal yang sudah dibahas dan dipaparkan dalam bab sebelumnya, sehingga melahirkan inti dari pembahasan tersebut, serta saran guna membangun hal-hal lebih baik kedepannya terkait penelitian ini.